

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar

Mella Sukma Setiawan¹, Ayu Sulasari², Joko Samboro³

Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang^{1,2,3}

*Email Korespondensi: mellasukma381@gmail.com

Diterima: 14-09-2025 | Disetujui: 24-09-2025 | Diterbitkan: 26-09-2025

ABSTRACT

The dynamic development of the global economy has contributed to business growth in developing countries, including Indonesia, particularly in the fashion sector. Gold jewelry is one of the most in-demand fashion items, especially among women. Toko Emas Berkah Arifin 2 in Blitar city is known for its quality service and diverse product offerings. This study aims to examine the effect of service quality and product diversity on customer loyalty at Toko Berkah Arifin 2 in Blitar city. This research was quantitative, involving three variables service quality, product diversity, and customer loyalty. The study used observation and questionnaires for data collection, and through purposive sampling, obtained 97 respondents who were customers of Toko Emas Berkah Arifin 2 in Blitar City. Data analysis was conducted with multiple linear regression, using SPSS 26 for Windows. The hypothesis testing results showed that both partially and simultaneously, service quality and product diversity had a positive and significant impact on customer loyalty. Service quality contributed more strongly than product diversity, indicating that customers were more loyal to stores offering consistent, responsive, and expectation-aligned service. Based on the results of this study, it can be concluded that enhancing service quality and product diversity is essential for building customer loyalty at Toko Emas Berkah Arifin 2 Blitar City. Providing excellent service and offering a wide range of products contribute to customer comfort and satisfaction, thereby strengthening loyalty in competitive market.

Keywords: Service Quality, Product Diversity, Customer Loyalty, Toko Emas Berkah Arifin 2 in city Blitar.

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi global yang pesat mendorong peningkatan sektor usaha di negara berkembang, termasuk Indonesia, khususnya dalam industri fashion. Emas, sebagai bagian dari tren fashion, banyak diminati, terutama oleh perempuan. Toko Emas Berkah Arifin 2 di Kota Blitar dikenal dengan pelayanan yang baik dan variasi produk yang beragam. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan keberagaman produk terhadap loyalitas pelanggan di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tiga variabel utama, data dikumpulkan melalui observasi dan kuesioner dari 97 responden yang dipilih secara purposive sampling. Analisis dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS 26 for Windows. Hasil analisis pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, pengaruh kualitas pelayanan dan keberagaman produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. diantara kedua variabel tersebut, kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh yang lebih besar dibandingkan keberagaman produk. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan cenderung lebih loyal terhadap toko yang mampu memberikan layanan secara konsisten, cepat tanggap dan sesuai dengan harapan mereka. Berdasarkan Penelitian

ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan dan keberagaman produk merupakan strategi penting untuk menjaga loyalitas pelanggan dan daya saing Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar. Pelayanan unggul dan produk yang beragam menciptakan kenyamanan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Loyalitas Pelanggan, Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Mella Sukma Setiawan, Ayu Sulasari, & Joko Samboro. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 1(3), 1310-1326. <https://doi.org/10.63822/ms4nf089>

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dunia yang cepat dan kompleks, berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Negara-negara berkembang termasuk di Indonesia. Ditandai adanya usaha-usaha yang semakin banyak bermunculan terutama di bidang fashion. Fashion adalah salah satu istilah untuk gaya dan mode. Fashion merupakan tuntutan bagi setiap orang untuk mengikuti tren masa kini terutama wanita pada umumnya. Karena wanita pada umumnya ingin tampil cantik dan menarik, karena itulah berbagai macam aksesoris seperti, baju, sepatu, tas dan perhiasan emas dengan berbagai macam model pastinya menarik perhatian para Wanita.

Emas merupakan logam yang padat, mengkilat, dan lentur dibandingkan dengan logam mulia lainnya. Emas dibagi menjadi dua bentuk, pertama emas dalam bentuk perhiasan seperti kalung, cincin, giwang, anting, bandul dan gelang. Kedua emas dalam bentuk batangan (antam), sehingga tidak heran ketika produk emas menjadi daya tarik masyarakat dari berbagai kalangan kelas menengah, bawah dan atas. Emas memiliki sifat yang langka, tahan karat, dan mudah dibentuk menjadikannya pilihan utama dalam pembuatan perhiasan dan simbol kekayaan sejak ribuan tahun lalu. Bidang investasi, emas sering dianggap sebagai aset yang stabil karena nilainya yang relatif tahan terhadap inflasi dan krisis ekonomi.

Emas juga memiliki kegunaan dalam industri teknologi, terutama sebagai konduktor dalam perangkat elektronik seperti ponsel dan komputer. Menurut berbagai budaya, emas memiliki makna simbolis yang mendalam dan sering digunakan dalam upacara tradisional sebagai lambang keberuntungan dan kemakmuran, Sehingga tidak heran ketika produk emas menjadi daya tarik masyarakat dari berbagai kalangan kelas menengah, bawah dan atas.

Perhiasan emas mempunyai kadar yang berbeda-beda diantaranya emas dengan kadar paling tinggi disebut emas kadar 24 karat dengan kandungan emas 99,00% - 99,99%, emas kadar 23 karat dengan kandungan emas 94,80% - 98,89%, emas kadar 22 karat dengan kandungan emas 90,60% - 94,79%, emas kadar 21 karat dengan kandungan emas 86,50% - 90,59%, emas kadar 20 karat dengan kandungan emas 82,30% - 86,49%, emas kadar 19 karat dengan kandungan emas 78,20% - 82,29%, dan emas 18 karat dengan kandungan emas 75,40% - 78,19%.

Bisnis emas memiliki peran penting dalam dunia perdagangan dan masyarakat karena menyediakan produk bernilai tinggi yang tidak hanya digunakan sebagai perhiasan tetapi juga sebagai bentuk investasi dan simbol status sosial. Emas telah lama dianggap sebagai logam mulia yang berharga, dan perhiasan emas selalu menjadi barang yang diminati karena nilai estetika, nilai jual kembali, dan kemampuannya dalam mempertahankan nilai di tengah perubahan ekonomi.

Perhiasan emas banyak disenangi masyarakat oleh karena itu perdagangan emas tidak lagi dipandang sebagai jual beli tradisional namun telah berkembang menjadi pemasaran relasional, yang dimana kegiatan toko perhiasan emas yang sebelumnya hanya membuat dan menjual perhiasan emas, bertambah menjadi mengcustom emas berdasarkan pesanan, membeli perhiasan emas dan memodifikasi perhiasan emas.

Upaya untuk menarik para pelanggan dalam melakukan proses pembelian yang berujung pelanggan merasa puas maka ada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah faktor kunci yang dapat mendorong kepuasan pelanggan dalam suatu bisnis. Pelayanan yang berkualitas mencakup aspek-aspek seperti kecepatan respons, ketepatan layanan, keramahan staf, dan perhatian terhadap detail. Seorang pelanggan merasakan bahwa mereka dihargai, dilayani dengan cepat, dan mendapatkan hasil sesuai harapan, dan merasa kepuasan mereka terpenuhi maka mereka merasa nyaman. Kualitas pelayanan yang baik juga dapat

membangun loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan membuat kembali menggunakan jasa atau membeli produk secara berulang.

Pelanggan yang merasa puas dengan layanan yang diberikan cenderung memberikan ulasan positif mengenai pengalaman mereka. Ulasan positif dari pelanggan ini dapat meningkatkan citra dan reputasi bisnis di mata calon pelanggan lainnya. Pelanggan yang puas juga lebih mungkin merekomendasikan bisnis kepada teman, keluarga, atau orang lain di sekitarnya. Rekomendasi dari mulut ke mulut ini sangat berharga karena dapat menarik pelanggan baru tanpa biaya pemasaran tambahan. Secara tidak langsung, ulasan positif dan rekomendasi pelanggan berkontribusi pada pertumbuhan bisnis dalam jangka Panjang.

Menerapkan pelayanan yang semakin baik, perusahaan dapat menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Melakukan interaksi yang ramah dan profesional, staf toko siap memberikan informasi yang jelas dan detail mengenai produk emas yang tersedia, serta membantu pelanggan dalam memilih perhiasan atau investasi yang sesuai dengan kebutuhan dan budget mereka itu adalah usaha yang dilakukan toko dalam melayani pelanggan. Toko Emas Berkah Arifin 2 berusaha untuk memastikan setiap pelanggan merasa puas dan kembali lagi, menjadikan kualitas pelayanan sebagai salah satu pilar utama dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan setianya.

Faktor selanjutnya yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan adalah keberagaman produk. Keberagaman produk adalah adanya variasi atau pilihan yang berbeda dalam jenis, fitur, ukuran, warna, dan kualitas suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Keberagaman produk pelanggan bisa memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, selera, atau anggaran mereka. Keberagaman ini membantu perusahaan menjangkau berbagai segmen pasar dan memenuhi kebutuhan yang beragam, sehingga meningkatkan daya tarik bagi lebih banyak konsumen. Keberagaman produk juga memberikan fleksibilitas bagi perusahaan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi pelanggan.

Kotler dan Keller (2016:26) menyatakan bahwa “Keberagaman produk merupakan kumpulan seluruh produk yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli”. Pada penelitian yang dilakukan oleh Sinambela dkk (2022) keberagaman produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Keberagaman produk juga sangat berpengaruh pada jalannya perusahaan karena, hal tersebut bisa mengukur seberapa puas pelanggan yang pada akhirnya hal tersebut membuat pelanggan merasa loyal.

Toko emas yang terdapat di Kota Blitar ini berjumlah sekitar 15 toko yang tersebar di berbagai lokasi. Salah satu toko emas yang cukup dikenal adalah Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar, yang merupakan usaha mikro di bidang jual beli perhiasan emas. Toko Emas Berkah Arifin 2 berlokasi di Jl. Merdeka No.150, Sukorejo, Kota Blitar, dan telah memiliki banyak pelanggan setia. Toko ini juga dikenal sebagai pelopor produk emas yang memiliki banyak cabang di wilayah Kota Blitar.

Produk yang tersedia di toko ini sangat beragam, mulai dari kalung, cincin, binggel, anting, gelang, hingga emas batangan. Toko Emas Berkah Arifin 2 menawarkan variasi produk dengan kualitas terbaik dan harga yang bersaing. Harga emas di toko ini bervariasi, emas muda dibanderol sekitar Rp. 825.000 per gram, sedangkan emas tua seharga Rp. 1.290.000 per gram. Selain itu, emas HK di toko ini rata-rata dihargai sekitar Rp. 1.750.000 per gram, menyesuaikan dengan kadar dan kualitasnya. Harga ongkos pembuatan perhiasan di Toko Emas Berkah Arifin 2 juga lebih terjangkau dibandingkan dengan toko emas lainnya di Kota Blitar.

Toko Emas Berkah Arifin 2 di Kota Blitar menghadirkan ragam produk perhiasan emas bermutu tinggi dengan desain elegan yang beragam. Pada Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar ini memiliki 2

sumber pemasok produsen emas yaitu dari UBS dan King halim. Kedua perusahaan yang menjadi pemasok dari emas Berkah ini merupakan perusahaan yang sudah terjamin akan keaslian emasnya. Komitmen pada keaslian dan loyalitas pelanggan, toko ini memberikan prespektif kepada pelanggan tentang produk yang terpercaya bagi pecinta perhiasan emas. Produk yang beragam yang dimiliki oleh emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar.

Produk yang dapat dipilih dalam toko ini beragam antara lain yaitu cincin, gelang, kalung, dan anting-anting. Semua desainnya menggabungkan gaya modern dan tradisional agar dapat memenuhi selera pelanggan yang beragam. Selain itu, tempat ini juga tersedia emas batangan dengan pilihan berat yang cocok untuk investasi dalam jangka waktu yang panjang. Toko Emas Berkah Arifin 2 menjamin mutu dan otentisitas seluruh produknya, sehingga pelanggan dapat merasa puas serta percaya diri ketika memilih perhiasan atau emas untuk investasi mereka. Berikut gambar – gambar produk yang dimiliki oleh Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar.

Loyalitas pelanggan merupakan hal utama yang harus diwujudkan perusahaan untuk dapat membangun sebuah bisnis tersebut menjadi keuntungan dalam jangka panjang. Pelanggan yang loyal cenderung terus kembali untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain, hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan perusahaan, tetapi juga memperkuat reputasi merek di pasar. Mempertahankan loyalitas pelanggan, perusahaan dapat mengurangi biaya pemasaran yang tinggi, karena pelanggan yang sudah puas lebih mudah untuk dipertahankan daripada menarik pelanggan baru.

Toko Emas Berkah Arifin 2 di Kota Blitar selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Salah satu layanan yang diberikan adalah memberikan informasi harga emas terbaru kepada pelanggan yang sering melakukan pembelian melalui nomer telepon dari pelanggan. Melalui sistem ini, pelanggan tidak perlu datang langsung ke toko untuk mengetahui harga emas, sehingga lebih praktis dan menghemat waktu. Staf toko juga ramah dan siap membantu pelanggan dalam memilih perhiasan yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka.

Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar ini dilain sisi juga memiliki permasalahan meskipun banyak pelanggan yang sudah melakukan transaksi berulang di toko tersebut. Permasalahan tersebut menurut sang *owner* yaitu menyampaikan terkait pelayanan yang diberikan masih kurang maksimal. Permasalahan pertama, yang dialami sekarang yaitu dalam melayani pelanggan, dimana terdapat karyawan yang kurang ramah atau ketus dalam proses melayani pelanggan serta kurang tanggap terhadap keluhan pelanggan sehingga hal tersebut membuat pelanggan merasa tidak nyaman yang berakibat pada komplain pelanggan.

Permasalahan kedua yaitu terdapat permasalahan dalam keragaman produk yang dimiliki oleh toko emas berkah yaitu tidak tersedianya salah satu jenis barang yang disediakan, membuat para konsumen yang datang merasa kurang puas. Ketersediaan produk yang kurang lengkap dapat mempengaruhi pengalaman berbelanja bagi pelanggan yang dimana hal tersebut membuat kenyamanan atau rasa puas pelanggan menurun akan hal tersebut.

Berdasarkan observasi dan latar belakang terdapat fenomena yang menarik untuk diteliti yaitu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko emas masih kurang maksimal dan keberagaman produk yang disediakan masih terbatas namun tingkat loyalitas pelanggan Toko Emas Berkah Arifin 2 stabil, maka penulis mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran

dan perbaikan terkait strategi yang tepat untuk lebih meningkatkan loyalitas pelanggan melalui peningkatan dalam kualitas pelayanan dan keberagaman produk.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Emas Berkah Arifin 2 di Kota Blitar. Alasan pemilihan Toko ini sebagai lokasi dan objek penelitian dikarenakan Toko Emas Berkah Arifin 2 merupakan salah satu Toko Emas yang paling ramai di Kota Blitar. Toko ini terus mengusahakan pelayanan terbaik mungkin, untuk pelanggan meskipun masih terdapat komplain dari pelanggannya. Pada proses pelayanannya yang kurang maksimal seperti tidak ramahnya karyawan toko dalam menghadapi pelanggan dan kurang tanggapnya dalam merespon pelanggan sehingga membuat kurangnya loyalitas pelanggan terhadap toko tersebut selain itu, tidak lengkapnya ragam produk yang disediakan oleh Berkah Arifin 2 ini membuat keluhan konsumen.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian *explanatory research*. Penelitian eksplanatif adalah suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan penjelasan mengenai hubungan (kausalitas) antar variabel melalui pengujian hipotesis. (Ngatno 2015:16)

Populasi dan Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini diambil berdasarkan data berikut:

Tabel 1 Jumlah Konsumen Toko Emas Berkah Arifin 2 di Kota Blitar

No	Bulan	Rata-rata jumlah konsumen
1	Agustus	600
2	September	540
3	Oktober	800
4	November	400
5	Desember	650
Hasil		2.990

Sumber: Toko Emas Berkah Arifin 2 di Kota Blitar, Data Diolah (2024)

Jumlah sampel yang diambil dari populasi sebanyak 2.990 konsumen. Maka perhitungan besarnya sampel pada penelitian menggunakan rumus Slovin menjadi 97 responden yang akan diteliti.

Metode Analisis Data

Analisis Linier Berganda

Pada penelitian ini variabel prediktor adalah Kualitas Pelayanan (X1) dan Keragaman Produk (X2) sedangkan variabel respon yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) sehingga persamaan regresi linier bergandanya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

a = Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

b₂ = Koefisien Regresi Keragaman Produk

X₁ = Variabel Kualitas Pelayanan

X₂ = Variabel Keragaman Produk

Y = Loyalitas Pelanggan

e = error (tingkat kesalahan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Regresi Linier Berganda

Analisa regresi berganda akan menjelaskan persamaan regresi yang dihasilkan dari variabel kualitas pelayanan (X1), Keberagaman Produk (X2) dan Loyalitas Pelanggan (Y). Analisa regresi ini mempunyai tujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan keberagaman produk (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). dibawah ini merupakan hasil analisis persamaan regresi linier berganda menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic* 26:

Tabel 2 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized coefficients	
	B	Std. Error
Constant	13,265	2,000
Kualitas pelayanan	0,478	0,045
Keberagaman produk	0,148	0,050

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

- b_1 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan
 b_2 = Koefisien Regresi Keberagaman Produk
 X_1 = Kualitas Pelayanan
 X_2 = Keberagaman Produk
 e = Error (Tingkat Kesalahan)

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan:

$$Y = 13,265 + 0,478 X_1 + 0,148 X_2 + e$$

1. Nilai Konstanta (a) = 13,265
Konstanta sebesar 13,265 artinya jika semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan variabel keberagaman produk (X_2) diabaikan atau diasumsikan 0 (nol), maka variabel loyalitas pelanggan (Y) akan sebesar nilai konstantanya yaitu 13,265
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_1) = 0,478
Nilai koefisien regresi linier berganda kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,478 bernilai positif. Artinya apabila terjadi penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan dan keberagaman produk diasumsikan 0 (nol), maka variabel loyalitas pelanggan (Y) akan mmeningkat 0,478.
3. Nilai koefisien regresi variabel keberagaman produk (b_2) = 0,148
Nilai koefisien regresi berganda keberagaman produk (X_2) sebesar 0,148 bernilai positif. Artinya apabila terjadi penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel keberagaman produk dan variabel kualitas pelayanan diasumsikan 0 (nol), maka variabel loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,148.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel kualitas pelayanan (X_1) dan keberagaman produk (X_2) yang mempunyai kontribusi atau pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah kualitas pelayanan (X_1) dengan koefisien 0,478 dibandingkan dengan keberagaman produk (X_2) dengan nilai koefisien sebesar 0,148.

Analisa Determinan (Koefisien Determinasi)

Analisa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 3 Hasil Analisa koefisien determminasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,839 ^a	,704	,698	2,697

a. Predictors: (Constant), KeberagamanProduk, KualitasPelayanan

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber: data diolah (2025)

Berdasarkan tabel. diatas, hasil analisis koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa koefisien determinasi Adjusted (R^2) sebesar 0,698 atau sebesar 69,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi atau kemampuan variabel kualitas pelayanan dan keberagaman produk dalam menjelaskan variasi variabel loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,698 atau 69,8%. Sedangkan sisanya 30,2% (100%- 69,8%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini atau juga dapat diartikan bahwa variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan keberagaman produk sebesar 69,8%.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4. Hasil uji t

Sumber: data diolah (2025)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,265	2,000		6,633	,000		
	KualitasPelayanan	,478	,045	,712	10,539	,000	,690	1,450
	KeberagamanProduk	,148	,050	,199	2,943	,004	,690	1,450

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Berdasarkan tabel 4 diatas, pengujian hipotesis secara parsial (uji t) diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini dikarenakan variabel kualitas pelayanan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,539 > 1,66123$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria tersebut dapat disimpulkan Hipotesis (H1) yang menyatakan kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar Diterima.
2. H2 diterima dan H0 ditolak. Hal ini dikarenakan variabel keberagaman produk memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,943 > 1,66123$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria tersebut dapat disimpulkan Hipotesis (H2) yang menyatakan keberagaman produk (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar, diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 5 Hasil uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1626,760	2	813,380	111,813	,000 ^b
	Residual	683,797	94	7,274		
	Total	2310,557	96			

a. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

b. Predictors: (Constant), KeberagamanProduk, KualitasPelayanan

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) di atas, maka dapat disimpulkan bahwa: H1, H2 Diterima dan H0 ditolak. Hal ini dikarenakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $111,813 > 3,09$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria tersebut dapat disimpulkan. Hipotesis (H3) yang menyatakan kualitas pelayanan (X1) dan keberagaman produk (X2) secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Y) di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar, diterima

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini merupakan penjelasan dari hasil analisis data berdasarkan jawaban responden. Keseluruhan hasil penelitian ini dilakukan terhadap 97 responden sebagai sampel dan bertujuan mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar Berdasarkan data hasil penelitian yang telah diuji dan dianalisis dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 26 for Windows menghasilkan poin pembahasan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis deskripsi variabel kualitas layanan pada item perhatian tulus memiliki nilai *mean* tertinggi yaitu 4,11. Artinya responden setuju bahwa karyawan memberikan perhatian tulus kepada pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek empati dalam pelayanan telah dijalankan dengan baik oleh karyawan, di mana mereka tidak hanya fokus pada proses transaksi, tetapi juga menunjukkan sikap peduli, ramah, dan menghargai pelanggan secara personal. Perhatian tulus ini dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Jika kualitas ini terus dipertahankan bahkan ditingkatkan, maka dapat berkontribusi secara positif terhadap loyalitas pelanggan terhadap toko emas Berkah Arifin.

Sikap empati yang diterapkan oleh karyawan dalam melayani pelanggan merupakan hal yang sangat disukai oleh pelanggan yang datang. Karyawan toko emas berkah Arifin 2 kota blitar ini selalu sabar dalam mendengarkan kebutuhan pelanggan, dan memberikan rekomendasi sesuai dengan anggaran yang dimiliki oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan telah memberikan pelayanan yang menghargai saat melayani pelanggan yang datang. Ini menandakan bahwa pelanggan merasa dihormati, diperhatikan, dan didengar dengan baik oleh staf saat berinteraksi di toko.

Empati merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan ikatan emosional antara pelanggan dan karyawan. Saat karyawan dapat mengerti perasaan dan kebutuhan pelanggan, maka kepercayaan pelanggan terhadap toko akan semakin bertambah. Di samping itu, sikap empati dapat menciptakan pelayanan yang nyaman dan tepat, yang pada akhirnya mendorong pelanggan untuk kembali bertransaksi serta merekomendasikan toko kepada orang lain.

Sikap empati tersebut memperkuat citra positif toko di mata pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali berbelanja atau merekomendasikan toko kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa berkah Arifin 2 kota blitar ini telah berhasil dalam menerapkan pelayanan yang baik dengan bentuk penerapan sikap yang baik dalam melayani pelanggan yang datang.

Terdapat *mean* terendah terdapat pada item memahami keinginan pelanggan yaitu sebesar 3,85. Artinya responden setuju mengenai karyawan yang menunjukkan sikap memahami keinginan pelanggan. meskipun beberapa dari responden menilai pada item tersebut positif tetapi item tersebut bernilai rendah

dibandingkan dengan item lainnya. Hal inilah yang perlu mendapatkan perhatian khusus mengenai arahan sang Owner kepada para karyawan untuk lebih meningkatkan kemampuan karyawan dalam memahami keinginan seperti, menanyakan apakah pelanggan membutuhkan bantuan tambahan pelanggan yang tengah berkunjung, aktif bertanya untuk mengetahui kebutuhan atau selera pelanggan, serta memberikan saran produk yang sesuai dengan keinginan dan anggaran pelanggan.

di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar.

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial yang telah dilakukan, maka dapat diketahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,539 > 1,66123$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini telah sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa dugaan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di toko emas berkah Arifin 2 kota blitar. Hal ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2012:681) dalam Indrasari (2019:61).” Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung”.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hanum dkk (2024) dan Febriani & Cipta (2023) dimana hasil penelitian tersebut yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan seluruh data yang diperoleh, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan di toko emas berkah Arifin 2 kota blitar.

Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis deskripsi variabel keberagaman produk, pada item harga jual memiliki *mean* tertinggi yaitu 4,22. Artinya responden setuju bahwa setiap ukuran produk emas yang dijual oleh toko emas berkah Arifin 2 kota blitar ini memiliki harga jual yang berbeda-beda. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Mas Berkah Arifin 2 Kota Blitar telah menyediakan variasi harga yang sesuai dengan beragam kebutuhan dan daya beli pelanggan. keberagaman harga yang ditawarkan oleh toko emas menjadi strategi yang dapat meningkatkan daya tarik toko di mata pelanggan dan berpotensi memperkuat loyalitas mereka terhadap toko karena, menyediakan pilihan produk yang beragam dari segi nilai, berat maupun desain emas.

Item ukuran harga merupakan item dengan nilai rata rata terendah yaitu sebesar 3,54 artinya responden setuju bahwa “ukuran harga ongkos disetiap jenis produk yang ditawarkan kurang sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Beberapa responden menjawab positif mengenai item tersebut, namun nilai pada item ukuran harga ini lebih rendah dibandingkan dengan nilai item pada variabel keragaman produk yang lain, dikarenakan ukuran harga pada ongkos emas merupakan salah satu komponen harga yang paling diperhatikan oleh pelanggan dalam menentukan transaksinya. Banyak pelanggan yang tidak hanya melihat dari sisi model atau berat emas saja, tetapi juga mempertimbangkan besarnya ongkos yang dikenakan untuk setiap produk. Jika ongkos terlalu tinggi, pelanggan cenderung menunda pembelian atau bahkan memilih toko lain yang menawarkan harga ongkos lebih terjangkau dengan kualitas yang sebanding.

Toko Emas Berkah sebaiknya menyajikan ukuran harga ongkos yang pas dengan mempertimbangkan beberapa hal penting, seperti kualitas desain, serta harga pasar emas yang terus berubah. Selain itu, toko dapat membuat daftar ongkos yang jelas dan transparan agar pelanggan mudah memahami perbedaan harga setiap jenis perhiasan. Sebaiknya juga dilakukan survei harga ke toko-toko

pesaing agar ongkos yang ditetapkan tetap kompetitif namun tetap memberikan keuntungan yang wajar. Komunikasi yang baik dengan pelanggan mengenai alasan penetapan ongkos akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas. Toko juga bisa menawarkan promo ongkos pada waktu-waktu tertentu untuk menarik minat pembeli.

Keberagaman produk yang disediakan oleh Toko Emas Berkah Arifin yaitu menyediakan produk emas dengan model terkini yang dimana, model perhiasan yang ditawarkan selalu mengikuti tren dan selera pasar saat ini. Selain itu, toko juga menghadirkan koleksi baru yang menyesuaikan dengan perkembangan mode perhiasan, sehingga pelanggan merasa mendapatkan pilihan yang *up to date* dan tidak ketinggalan zaman. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Emas Berkah Arifin mampu menjaga keragaman produknya sesuai dengan kebutuhan serta selera setiap pelanggan.

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial yang telah dilakukan, maka dapat diketahui pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,943 > 1,66123$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa diduga keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar. Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2007) dalam Indrasari (2019:31) bahwa “Keberagaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual kepada pembeli”.

Hal ini menunjukkan bahwa toko emas berkah Arifin berhasil dalam menjaga atau mengelola keragaman produk yang dijual yang dimana, produk yang dijual mengutamakan prioritas harga yang kompetitif. Hal ini membuat pelanggan merasa mendapatkan perhiasan sesuai dengan anggaran yang dimiliki dan preferensi yang dimiliki. Keunggulan ini memberikan nilai lebih dan kepuasan tersendiri bagi pelanggan dalam berbelanja emas yang berakhir pelanggan melakukan pembelian secara berulang.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuzulah dkk (2024) dan Yakin dkk (2022) yang memperoleh hasil bahwa keragaman produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan seluruh data yang diperoleh, maka dapat dinyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di toko emas berkah Arifin 2 kota blitar.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keberagaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, didapat *Adjusted R Square* sebesar 0,698 atau 69,8% yang berarti bahwa besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar 69,8% sedangkan sisanya 30,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa variabel yang mempunyai kontribusi atau pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan dengan koefisien 0,478 dibandingkan dengan keberagaman produk koefisien sebesar 0,148.

Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa toko emas berkah Arifin 2 kota blitar memiliki kualitas pelayanan yang baik terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan yang telah dilakukan, maka dapat diketahui pengaruh kualitas pelayanan dan keberagaman produk terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji F yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $111,813 >$

3,09 dan signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keberagaman produk secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jefri dkk (2024) yang memperoleh hasil bahwa kualitas layanan dan keragaman Produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan seluruh data yang diperoleh dan diolah, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan dan keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di toko emas berkah Arifin 2 kota blitar.

Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah implikasi teoritis dan implikasi praktis. Tujuan dari implikasi adalah membandingkan hasil penelitian yang sudah ada dengan penelitian yang terbaru.

Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis pada penelitian ini didukung dengan teori kualitas pelayanan dikemukakan oleh Tjiptono (2020:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Terdapat 5 indikator untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Kotler & Keller (2017:442) yaitu berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati.

Penelitian ini dikembangkan dengan menambah variabel keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan yang di kemukakan oleh Keragaman Produk menurut Menurut Kotler dan Keller (2016:26) bahwa keragaman produk adalah strategi yang membuat produk berbeda dengan competitor bahkan dapat melebihinya sehingga mendapat hasil yang dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat memengaruhi pilihan dan kebutuhan konsumen. Terdapat 5 indikator yang mengukur kesuksesan variabel keragaman produk menurut Benson (2017) yaitu ukuran produk yang beragam, jenis produk yang beragam, bahan produk, desain produk dan kualitas produk.

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif, kemudian pengaruh keberagaman produk terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif. Selanjutnya, pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian terdahulu oleh Hanum dkk (2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Yakin (2022) menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Jefri dkk (2024) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan secara simultan atau bersama sama berpengaruh positif dan signifikan.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian memberikan kontribusi praktis sebagai berikut. Penelitian ini dapat menjadi masukan berharga bagi Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar dalam meningkatkan strategi pelayanan dan pengelolaan produk, dengan memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, toko dapat melakukan perbaikan dan pengembangan secara lebih terarah, khususnya dalam aspek kualitas pelayanan dan keberagaman produk. Perbaikan ini diharapkan mampu menciptakan pengalaman belanja

yang lebih memuaskan, membangun kepercayaan, dan mendorong pelanggan untuk terus setia serta merekomendasikan toko kepada orang lain.

Pertama, hasil penelitian bahwa kualitas layanan terdiri dari bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, lebih diutamakan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan fokus pada kemampuan memahami keinginan kepada setiap pelanggan. Karyawan dituntut untuk tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga membangun hubungan yang baik, mampu memahami keinginan serta menghargai setiap pelanggan tanpa membedakan (adil).

Pemahaman keinginan pelanggan dapat dilakukan seperti Seorang karyawan yang mampu memahami keinginan pelanggan dengan baik saat berbelanja emas seperti mendengarkan dengan sabar jenis perhiasan yang diinginkan, membantu memilih desain sesuai selera dan anggaran pelanggan, serta menjelaskan dengan jelas perbedaan kadar emas dan ongkos pembuatan, sehingga pelanggan merasa puas dan yakin dengan pilihannya. Memperhatikan kenyamanan dan perasaan pelanggan selama proses transaksi, dengan penerapan tersebut toko ini dapat menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan penuh kepercayaan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan terhadap Toko Emas Berkah Arifin 2.

Kedua, keragaman produk terdiri dari ukuran produk, jenis produk dan desain produk. Pada variabel keberagaman produk diutamakan untuk meningkatkan jenis produk dengan memperhatikan *display* produk yang ditawarkan. Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar dapat memperbanyak pilihan model, desain, dan jenis emas yang sesuai dengan terkini dan sesuai kebutuhan pasar.

Selain itu, ukuran harga ongkos pada setiap jenis produk juga menjadi perhatian penting. Ongkos dinilai terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan desain dan kualitas, pelanggan cenderung merasa kurang puas. Oleh karena itu, toko perlu memperbaiki strategi *display* produk dengan menampilkan pilihan yang lebih beragam dan memastikan bahwa informasi harga, termasuk ongkos, jelas dan wajar. Memperhatikan hal tersebut dapat meningkatkan daya tarik produk.

Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar perlu menetapkan ongkos yang tepat dengan mempertimbangkan segi desain dan harga pasar emas yang selalu berubah. Toko juga sebaiknya membuat daftar ongkos yang jelas dan transparan agar pelanggan mudah memahami perbedaan harga setiap jenis perhiasan. Selain itu, melakukan survei harga ke toko-toko lain akan membantu Toko Emas Berkah tetap mendapatkan keuntungan yang wajar. Komunikasi yang baik dengan pelanggan tentang alasan penetapan ongkos juga membuat pelanggan percaya dan loyalitas pelanggan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan nilai konstanta 13,265 termasuk kedalam nilai loyalitas tinggi tanpa adanya pengaruh kualitas pelayanan dan keberagaman produk. Hal ini dikarenakan bahwa tidak semua orang membeli emas karena pelayanan yang diberikan maupun keragaman produk yang disediakan. Emas merupakan barang yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan dikenal sebagai asset yang relative stabil terhadap nilai mata uang maupun inflasi.

Emas tidak hanya digunakan sebagai perhiasan karena bentuk dan desain yang menarik, tetapi juga mempunyai peran penting sebagai investasi jangka panjang. Banyak orang membeli emas bukan untuk mengikuti model trend terkini melainkan sebagai bentuk pengelolaan uang yang bijak. Secara faktual dari waktu ke waktu emas dinilai mudah dijual dan selalu mengalami kenaikan harga. Hal ini menjadi pemicu orang untuk membeli emas sebagai asset investasi atau saving pribadi. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan

penelitian yang dilakukan oleh Siagian (2025) yang menyatakan bahwa emas memiliki posisi strategis dalam persepsi masyarakat Indonesia sebagai instrumen investasi jangka panjang yang aman dan stabil, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi, meskipun fluktuasi harga akibat faktor global dan rendahnya literasi keuangan masih menjadi tantangan.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian terdahulu oleh Hanum dkk (2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan. Yakin (2022) menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Jefri dkk (2024) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan secara simultan atau bersama sama berpengaruh positif dan signifikan.

Implikasi Penelitian yang Akan Datang

bagi penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian terkait loyalitas pelanggan di toko emas berkah Arifin 2 kota blitar sebaiknya melakukan penelitian dengan variabel bebas (*independent*) yang berbeda karena terdapat banyak sekali faktor- faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar seperti kualitas produk, promosi, harga, minat beli dan lain lain. Meskipun demikian, apabila peneliti selanjutnya tertarik untuk melakukan penelitian terkait kualitas pelayanan dan keberagaman produk terhadap loyalitas pelanggan diharapkan melakukan penelitian dengan objek yang berbeda dan menggunakan indikator-indikator yang lain, sehingga dapat menjadi penyempurna dan evaluasi dari teori yang sudah ada untuk penelitian mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan kuesioner, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keberagaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. melalui berbagai tahap uji validitas dan reliabilitas serta uji t dan F terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan diperlukan kualitas layanan yang baik, meliputi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati.
2. Keberagaman produk secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Artinya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan diperlukan keberagaman yang sangat baik, meliputi ukuran produk, jenis produk dan desain produk.
3. Kualitas pelayanan dan keberagaman produk secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. artinya untuk meningkatkan loyalitas perlu adanya kualitas pelayanan dan keberagaman produk yang sangat baik sehingga sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut ini adalah masukan yang dapat diberikan kepada toko emas berkah Arifin 2 kota berdasarkan jawaban responden yang memiliki nilai terendah:

1. Toko emas berkah Arifin 2 kota blitar lebih meningkatkan dalam memahami keinginan pelanggan dengan rutin melakukan survei kepuasan pelanggan atau wawancara ringan setelah pelanggan melakukan transaksi agar bisa mengetahui kebutuhan, preferensi, dan layanan yang diharapkan pelanggan. Selain itu, kemampuan karyawan dalam mendengarkan aktif permintaan pelanggan dan memberikan solusi yang sesuai dengan keinginan pelanggan dapat membangun hubungan jangka panjang yang lebih kuat.
2. Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar sebaiknya meninjau kembali penetapan ukuran harga ongkos dengan memberikan informasi harga ongkos secara jelas melalui papan informasi atau brosur sehingga pelanggan lebih mudah dalam memahami variasi ongkos. Variasi ukuran harga ongkos yang ditetapkan didasarkan pada tingkat kesulitan desain atau jenis perhiasan sehingga pelanggan dapat memilih sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Pengelolaan harga ongkos yang lebih transparan membuat pelanggan merasa lebih dihargai dan percaya sehingga bisa membuat pelanggan loyal terhadap Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar.
3. Toko Emas Berkah Arifin 2 Kota Blitar disarankan untuk menonjolkan nilai keaslian emas, pelayanan yang ramah, pengalaman berbelanja yang berkesan sehingga pelanggan merasa memiliki keterikatan emosional. Pendekatan yang konsisten dan menyentuh dari sisi emosional pelanggan, brand toko akan lebih mudah diingat dan dikenang sebagai pilihan utama dalam pembelian perhiasan emas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. R., & Rufial, R. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Daya Tarik Pesaing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada UMKM Mie Ayam Bakso I Love You Di Kabupaten Tangerang. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 225-235.
- Agincourt. 2021. 4 Manfaat Pertambangan Emas bagi Kehidupan Masyarakat. Januari. Diakses pada Januari 8, 2025. <https://agincourtresources.com/id/2021/11/01/4-manfaat-pertambangan-emas-bagi-kehidupan-masyarakat/>.
- Badruzaman, D., dkk. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif. Sumatra Barat: Yayasan Tri Edukasi.
- Bappeti. 2025. Harga-Emas.org. Diakses Januari Senin, 2025. <https://harga-emas.org/>.
- Darwin, M., dkk. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Febriani, F. & Cipta, W. (2023). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan serta Harga Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan di Kedai Kebab Turkey, Telaga Mas, Karangasem. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 257-266.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, L., Harahap, N. J., & Halim, A. (2024). Pengaruh Produk, Brand Image, Word of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Massa Kok Tong Rantauprapat. *Managment Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5191–5203.
- Hardani, dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif .Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup.
- Hidayatullah, S., dkk. (2023). Metodologi Penelitian Pariwisata. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.

- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo.ac.id.
- Jefri, J., Junaeda, J., & Suharlina, S. (2024). The Effect of Service Quality and Product Diversity on Customer Loyalty. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 4(2), 290-298.
- Karimuddin, A., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management*, 15th Edition. Global Edition: Pearson Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*, 15th Edition. Pearson Education.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Manap, A., Indra Sani, Henny Novianny, dan dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi)*. Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Masrokhah, S., & Suciningtyas, S. (2019). Analisis Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Loyalitas Konsumen di Yogya Mall Pemalang. *Syntax Idea*, 1(2), 68-80.
- Nalendra, A., dkk. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Jawa Barat: Media Sains. Indonesia.
- Navi.Id. 2023. 15 Toko Emas Rekomendasi di Blitar. Desember. Diakses Januari 8, 2025. <https://navi.id/15-toko-emas-rekomendasi-di-blitar/>.
- Nuzulah, F., & Hariasih, M. (2024). Product Diversity, Price Perception, and Sales Promotion Impact on Customer Loyalty (Keragaman Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan Berdampak pada Loyalitas Pelanggan). *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management*, 1(4), 1-16.
- Rahimallah, M. T. A. (2022). *Dasar Dasar Statistik Sosial*. CV. Literasi Indonesia
- Rahmania, N. A. (2021). Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Wanita di Toko Emas Sumenep, Madura. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan* (Vol. 1, No. 6, pp. 651-660).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Setyanto, E., Hidayat, T., Diyah., I.A. *Manajemen Organisasi*. Kalimantan Selatan: Ruang Karya.
- Siagian, R. R. A. A. (2025). Persepsi Masyarakat Indonesia Terhadap Kenaikan Harga Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang: Sebuah Tinjauan Literatur. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 3(1), 72-79.
- Sinambela, E. A., & Mardikaningsih, R. (2022). Harga dan keberagaman produk serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan restoran. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 5(1), 37-47.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistitowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (B. S. Septi, Ed.; 1st ed.). UMSIDA press
- Yakin, A., Karnadi, K., Subaida, I., & Sari, R. K. (2022). Pengaruh Promosi, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Family Garden Di Kabupaten Situbondo. *Growth*, 20(1), 69.