

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Warung Anugrah

Warung Anugrah merupakan usaha bisnis yang bergerak di bidang kebutuhan sehari-hari. Sebelum Warung Anugrah berdiri, dahulu namanya adalah Toko Berkat yang berdiri tahun 2010 dan pada saat itu yang mengelola adalah orang tua saya. Toko Berkat menjual berbagai macam sembako dan keperluan sehari – hari dan menjadi tempat para pedagang warung kecil untuk kulakan. Seiring berjalannya waktu, karena kondisi kesehatan Bapak Sutikno sudah tidak memungkinkan, jadi Toko Berkat sudah tidak ramai seperti dahulu, dan sempat tutup sekitar 2 sampai 4 bulan lamanya. Melihat toko yang tutup dengan masih adanya barang-barang yang tersisa, saya memutuskan untuk menjalankan nasihat orangtua saya untuk meneruskan toko tersebut.

Memulai dengan beberapa barang yang tersisa dari Toko Berkat lalu dimulai lagi sedikit demi sedikit untuk kulakan barang – barang yang akan dijual seperti sebelumnya. Warung Anugrah terletak di Jalan Kapas Raya F 674 A Genuk Indah, Kota Semarang. Kawasan Genuk Indah merupakan daerah yang dikelilingi oleh banyak pabrik dan banyak tempat kos. Warung anugrah menjual berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari seperti, minyak goreng, telur, tepung, beras, rokok, bumbu dapur, makanan ringan,

minuman dingin, kebutuhan mandi dan yang lain sebagainya. Jadi dengan adanya Warung Anugrah diharapkan dapat memudahkan warga sekitar dan mahasiswa sekitar dapat memenuhi kebutuhannya secara dekat.

4.2 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pelanggan Warung Anugrah yang sudah sering melakukan transaksi pembelian minimal 3 kali di Warung Anugrah. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk di Warung Anugrah sebanyak minimal 3 kali. Berdasarkan data primer yang diperoleh sebanyak 50 responden, melalui daftar pertanyaan didapat karakteristik responden tentang nama, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

Peneliti yang dimana sebagai pemilik Warung Anugrah juga hafal dengan karakteristik responden seperti Bapak A yang setiap pagi pasti akan membeli rokok merek A-mild 20, atau Mas B yang setiap hari pasti membeli teh pucuk harum atau kopi ABC, Ibu C yang setiap bulan sekali memberi beras 5kg beserta gula pasir dan yang lainnya, Bapak D yang membeli shampoo rentengan dan alat cukur. Dengan kebiasaan tersebut maka pemilik Warung Anugrah dapat dengan mudah menilai loyalitas pelanggan terhadap responden tersebut.

Walaupun Warung Anugrah baru merintis lagi, penghasilan yang dihasilkan sejak dilakukannya penelitian tindakan, meningkat sedikit demi sedikit.

Oleh karena itu untuk menjaga loyalitas pelanggan Warung Anugrah kedepannya Warung Anugrah akan memberikan persenan atau hadiah kecil pada saat menjelang hari lebaran, dimana persenan tersebut diberikan kepada konsumen yang sering berbelanja di Warung Anugrah dan pastinya Warung Anugrah akan menerapkan sistem minimal pembelian, yang dimana apabila Ibu A sudah berbelanja di Warung Anugrah selama minimal 1 tahun dan minimal pembelian yang sudah dikeluarkan untuk Warung Anugrah adalah 3 juta, maka persenan atau hadiah yang di dapat sekitar 3 – 4%, hadiah dapat diberikan berupa uang ataupun barang, disesuaikan dengan pertimbangan – pertimbangan yang lainnya.

Penggolongan yang dilakukan pada responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas dan akurat mengenai gambaran responden sebagai objek dalam penelitian ini. Untuk memperjelas karakteristik responden dalam penelitian ini, maka peneliti akan menyajikan tabel mengenai responden sebagai berikut :

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Analisis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak konsumen Warung Anugrah yang

diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah

Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	36	72%
Perempuan	14	28%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki – laki memiliki jumlah 36 responden (72%) dan perempuan sebanyak 14 responden (28%), yang dimana ini menunjukkan bahwa frekuensi jumlah konsumen di Warung Anugrah lebih didominasi oleh laki-laki dibanding dengan perempuan

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Analisis karakteristik responden berdasarkan dengan usia bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak konsumen Warung Anugrah yang diklasifikasikan berdasarkan usia, sebagaimana bisa dilihat pada tabel 4.2 di bawah

Tabel 4.2
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
20 – 35 tahun	21	42%
36 – 46 tahun	12	24%
47 – 57 tahun	8	16%
58 – 70 tahun	9	18%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa usia responden yang paling banyak adalah antara 20-35 tahun, yaitu sebanyak 21 responden (42%), diikuti oleh usia 36-46 tahun yaitu sebanyak 12 responden (24%), selanjutnya diikuti oleh usia 58-70 tahun yaitu sebanyak 9 responden (18%), dan usia 47-57 tahun sebanyak 8 responden (16%).

3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Analisis karakteristik responden berdasarkan pekerjaan bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak konsumen Warung Anugrah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis pekerjaan, maka dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah :

Tabel 4.3
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Wiraswasta	14	28%
Karyawan	10	20%
Pelajar/Mahasiswa	5	10%
Ibu Rumah Tangga	6	12%
Buruh	7	14%
Supir	8	16%
Total	50	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa Karyawan dan Ibu Rumah Tangga

memiliki jumlah presentase yang sama yaitu sejumlah 11 responden (22%), kemudian diikuti oleh Wiraswasta dan Buruh dengan jumlah presentase yang sama juga yaitu sejumlah 8 responden (16%), kemudian diikuti oleh Supir sejumlah 8 responden (16%), dan yang terakhir ada Pelajar / Mahasiswa sejumlah 5 responden

4.3 Penelitian Tindakan

4.3.1 Melakukan Diagnosa

Dalam penelitian yang dilakukan, tahap awal yang harus dilakukan adalah melakukan diagnosa. Hasil diagnosa ini berdasarkan jawaban dari kuesioner yang telah diisi oleh para pelanggan. Pelanggan yang datang berbelanja di Warung Anugrah diminta untuk mengisi kuesioner oleh peneliti. Diagnosa yang dilakukan guna untuk mengetahui lengkap atau tidak nya produk yang tersedia di Warung Anugrah, serta untuk mengetahui jenis – jenis produk atau variasi produk yang juga dirasa kurang lengkap oleh konsumen. Dalam diagnosa penelitian juga ditanyakan pula tentang sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh Warung Anugrah. Untuk mengetahui hal ini, kuesioner dibagikan kepada 50 responden. Kuesioner berisi berupa pertanyaan mengenai produk yang dijual Warung Anugrah apakah sudah sesuai dengan kebutuhan serta apakah produk yang dirasa sesuai dengan kategori produk.. Terkait dengan variabel kelengkapan produk dari 10 indikator yang tertera terdapat 6

indikator yang dinilai oleh responden kurang lengkap yaitu alat tulis, obat, makanan ringan, rokok, makanan instan, dan bumbu dapur.

Tabel 4.4
Produk Yang Menurut Konsumen Kurang Lengkap

No	Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Alat Tulis	19	20%
2	Obat	18	19%
3	Makanan ringan	18	19%
4	Rokok	15	16%
5	Makanan instan	17	18%
6	Bumbu Dapur	8	8%
Total		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan jawaban responden yang tertera pada tabel 4.4 dapat diketahui produk yang menurut kurang lengkap menurut 50 orang responden yang ada di Warung Anugrah. Sebanyak 19 responden (20%) menyatakan produk yang dirasa kurang lengkap adalah alat tulis, 18 responden (19%) menyatakan produk yang dirasa kurang lengkap adalah obat, 18 responden (19%) menyatakan makanan ringan, 15 responden (16%) menyatakan rokok, 17 responden (18%) menyatakan makanan instan, 8 responden (8%) menyatakan bumbu dapur

Terkait dengan variabel pelayanan dari 6 indikator yang tertera terdapat 4 indikator pelayanan yang dinilai kurang baik oleh responden, yaitu kebersihan, tempat parkir, keramahan penjual, dan penataan barang.

Tabel 4.5
Pelayanan Yang Dinilai Kurang Baik Oleh Konsumen

No	Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Kebersihan	18	36%
2	Tempat Parkir	6	12%
3	Keramahan	5	10%
4	Penataan barang	10	20%
5	Tidak ada	11	22%
Total		50	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan jawaban responden yang tertera pada tabel 4.5 maka dapat dikatakan bahwa 18 responden (36%) menyatakan kebersihan masih kurang baik, 6 responden (12%) menyatakan tempat parkir kurang baik, 5 responden (10%) menyatakan keramahan kurang baik, 10 responden (20%) menyatakan penataan Warung Anugrah kurang baik, 11 responden (22%) menyatakan tidak ada layanan yang perlu diperbaiki.

4.3.2 Membuat Rencana Tindakan

Tahap selanjutnya adalah membuat rencana tindakan atas masalah yang terjadi. Yaitu merekap barang yang perlu di kulak an, berapa jumlah barang yang mau di kulak kan, lalu untuk pelayanan belajar ramah kepada orang-orang terdekat dahulu lalu dipraktekkan kepada konsumen, selain itu bisa juga dengan melakukan renovasi tata letak pada Warung Anugrah, agar produk dapat terlihat dengan jelas, untuk indikator kebersihan bisa di rencanakan untuk membersihkan Warung setiap pagi dan sore saat warung akan buka dan akan tutup.

Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui kuesioner tersebut dapat dideskripsikan bahwa kelengkapan produk di Warung Anugrah masih ada yang kurang lengkap. Produk yang dirasa kurang lengkap antara lain alat tulis, obat – obat an, makanan ringan, rokok, makanan instan, bumbu dapur. Oleh sebab itu, pemilik Warung Anugrah perlu memperbaikinya yaitu dengan cara melengkapi produk yang dirasa kurang lengkap menurut konsumen.

Kemudian beberapa hal terkait pelayanan yang perlu diperbaiki di Warung Anugrah antara lain kebersihan, lokasi, keramahan, penataan. Untuk variabel pelayanan rata-rata indeks menunjukkan kategori tinggi, akan tetapi ada beberapa poin yang memiliki kategori sedang yaitu mengenai peralatan yang digunakan Warung Anugrah seperti rak, estalase, kalkulator alat tulis dan peralatan lainnya yang dirasa konsumen kurang, khususnya bagian rak ada yang berkarat, selain itu untuk keakurata perhitungan total belanja beberapa kali penjual melakukan salah hitung atau salah memberi uang kembalian (lebih/kurang), dan yang terakhir menurut konsumen penjual tidak selalu mematuhi protokol kesehatan dengan cara menggunakan masker.

4.3.3 Melakukan Tindakan

Tahap selanjutnya setelah rencana tindakan adalah melakukan tindakan. Masalah yang terjadi di Warung Anugrah adalah kurang lengkap nya produk, sehingga beberapa konsumen ada yang merasa kecewa karena

tidak bisa memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu Warung Anugrah akan memperbaiki masalah tersebut dengan cara membeli produk yang kurang lengkap berdasarkan jawaban kuesioner, lalu setelah membeli produk tersebut, apabila customer yang sebelumnya datang di Warung Anugrah mencari produk tersebut tidak ada, maka saat itu juga akan kami beritahu apabila produk yang dicari sudah tersedia di Warung Anugrah.

Tabel 4.6
Melakukan Tindakan Kelengkapan Produk

No.	Indikator	Tindakan
1	Alat Tulis	Sebelum : bolpoin standard AE7, rautan pensil, pensil 2b Handy Sesudah : spidol snowman, spidol permanen Montana black, spidol warna snowman, isi staples great wall, buku tulis vision, folio sidu, solasi bening kecil nachi, tipe ex kenko
2	Obat	Sebelum : Oskadon, Paramex, Promag, Bodrex, Tolak Angin, Rheumacyl, Panadol, Entrostop, Ultraflu Sesudah : Bodrex Migra, Bodrex Flu dan Bantuk PE, Komix, salep 88, Koyo cabe, Salonpas, Hansaplast, Freshcare, Mixagrip Flu
3	Rokok	Sebelum : Sampoerna A-Mild 16 dan 12, Aroma Bold, Apache Filter 16, Tuton Merah, Gudang Garam, Surya 16, Surya 12, Sampoerna kretek 12, Dji Sam Soe, Avolution merah, Dji Sam Soe Premium, Signature, Djarum 16, Djarum 12, 76 Filter, 76 Kretek, LA Bold 16, Viper, Marlboro Merah, Marlboro Black 20, MLD Black 16, MLD Black 12, Diplomat, LA Merah Sesudah : Djarum Black, Avolution Menthol, LA Menthol, MLD Putih 12, MLD Putih 16, Sampoerna Ultra Mild 16 dan 12, Gudang Garam Kretek Merah, Sukun Executive 12, Bagas, Rider, Viper, Magnum Filter, Magnum Classic, Djarum Next, VIP
4	Makanan Ringan	Sebelum : Malkist original, Malkist Abon, Malkist cokelat, Roma Sandwich, Roma Kelapa, Richesse nabati, Oreo wafer, Tango, nyam-nyam, Better

		Sesudah : Keripik Singkong 250 gr, Keripik Pangsit 250gr, Nextar Cokelat, Oreo, Gorio-rio, Togo, Saltchesse, Basreng, Makaroni Pedas, Mie sedaap renteng, Chiki balls renteng, Kacang Atom, Garuda Kacang Rosta Renteng, Good time, Chocolatos, Hatari Biksuit, Beng – beng,
5	Makanan Instan	Sebelum : Indomie goreng, Indomie kuah ayam special, Indomie goreng rasa rendang, Sedap Goreng, Sedap Kuah Soto, Sedap kuah ayam bawang, Sesudah : Sarimi Ayam kecap, Indomie Goreng Jumbo, Super bubur renteng, Mie burung dara, atom bulan mie telur, best wok mie goreng, Indomie Goreng aceh, Mie gelas renteng
6	Bumbu Dapur	Sebelum : Santan Kara, Gula Pasir, Gula Jawa, Cuka, Garam Kapal, Kecap Bango, Ladaku, Masako Ayam, Tepung segitiga biru, Tepung Tapioka, Tebung Beras, Boncabe renteng, Indofood Saus Pedas, Indofood Saus Tomat, Tepung Kobe Sesudah : ketumbar renteng, kemiri renteng, bawang goreng sachet, Saus Tiram Sachet, Masako Sapi, Tepung Jagung, Saos Sambal Sachet, Bumbu racik instan (nasi goreng, sop, ayam goreng, tempe goreng),

Tabel 4.7
Melakukan Tindakan

No.	Indikator	Tindakan
1.	Kebersihan	Menjaga kebersihan warung dengan cara selalu menyapu, mengepel, membersihkan debu di estalase dan rak setiap pagi, agar produk tetap higienis
2.	Tempat Parkir	Meminta truk dipindahkan di tempat lain, agar pelanggan bisa parkir dengan leluasa di Warung Anugrah
3.	Keramahan	- Menyapa pelanggan - Aktif mendengarkan pelanggan - Responsif dan ceria apabila pelanggan membutuhkan sesuatu
4.	Penataan barang	- Menata barang yang mudah dilihat pelanggan,

		dan menarik perhatian, serta menaruh produk yang kadaluarsanya lebih pendek di bagian paling belakang
--	--	---

Sumber : Data primer diolah (2022)

4.3.4 Melakukan Evaluasi

Setelah masa implementasi dirasa cukup, langkah selanjutnya adalah peneliti melakukan evaluasi dari hasil implementasi sebelumnya. Evaluasi yang dilakukan adalah melihat apakah setelah dilakukan beberapa tindakan seperti melengkapi produk-produk yang sebelumnya belum lengkap menjadi lengkap, serta memperbaiki pelayanan yang kurang dari hasil kuesioner diagnosa.

Setelah melakukan tindakan diatas ada sekitar 5-8 orang pelanggan yang dahulu mencari produk yang tidak dimiliki Warung Anugrah, lalu sebagai pemilik berusaha untuk mencari produk tersebut dan menjualnya di Warung, setelah itu beberapa hari kemudian, pelanggan tersebut kembali dan membeli produk tersebut, situasi ini berlangsung sekitar 3 sampai 4 kali dalam kurun waktu 2 minggu selama masa penelitian. Selain itu dalam hal pelayanan kebersihan tempat 3 pelanggan yang sadar akan peningkatan kebersihan di Warung Anugrah, dan ada beberapa pelanggan yang nyaman untuk mengobrol dengan pelayan karena Warung Anugrah sudah meningkatkan keramahan nya.

4.3.5 Pembelajaran

Setelah melakukan penelitian tindakan yakni pertanyaan diagnosa, tindakan, evaluasi dan pembelajaran lalu menguji pengaruh kelengkapan, loyalitas dan pelayanan produk. Hal ini dilakukan 14 hari setelah melakukan tindakan kemudian melihat persepsi konsumen terhadap kelengkapan produk, pelayanan dan loyalitas

Setelah melakukan evaluasi, maka dapat dilihat perubahan sifat pelanggan Warung Anugrah sejak pengumpulan kuesioner dalam jangka waktu 2 minggu. Perubahan yang dialami Warung Anugrah cukup baik, seperti pendapatan yang meningkat mendapatkan pelanggan baru, pelanggan tetap yang dahulu hanya membeli produk tertentu saja, tetapi sekarang membeli produk yang lain juga. Warung Anugrah perlu berbenah dalam hal produk disediakan lebih lengkap. Penampilan warung juga dibuat menjadi lebih menarik dan teratur dengan membersihkan area warung, kemudian ditambah lagi dengan bantuan dalam mengatur etalase agar tertata lebih rapi. Ketika penampilan dibuat menjadi sedemikian rupa, kesan pembeli terhadap Warung Anugrah adalah positif sehingga konsumen menjadi berlangganan dan tidak berpindah ke toko lain. Pemilik juga harus ramah sehingga membuat pelanggan segan. Area jualan dibersihkan supaya bisa menambah kenyamanan pelanggan untuk berbelanja. Selain itu, pencahayaan di dalam toko diatur menjadi lebih terang supaya bisa memberikan suasana yang terasa lebih nyaman bagi

pelanggan. Kelengkapan produk dan pelayanan yang ada pada Warung Anugrah terbukti membawa pengaruh bagi loyalitas konsumen. Adanya perbaikan membawa hal positif bagi Warung Anugrah. Dengan peningkatan kelengkapan produk dan pelayanan membuat konsumen semakin loyal dalam berbelanja di Warung Anugrah. Selanjutnya, Warung Anugrah juga harus bisa melakukan inovasi yang lebih banyak lagi sehingga mampu meningkatkan daya saing. Warung Anugrah bisa terus menjadi tempat belanja yang dekat, hemat, dan bersahabat. Produk yang lengkap dan pelayanan berkualitas memberi dampak positif bagi lingkungan sekitar.

4.4 Persepsi Konsumen Terhadap Kelengkapan Produk Warung Anugrah

Peneliti telah menyebarkan kuesioner kepada 50 pelanggan Warung Anugrah untuk dapat mengetahui persepsi mereka terhadap Kelengkapan Produk Warung Anugrah.. Kemudian melihat respon pembeli. Berikut merupakan hasil dari tanggapan konsumen terhadap kuesioner yang telah di sebarakan.

Tabel 4.8
Persepi Konsumen Mengenai Kelengkapan Produk Warung Anugrah

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
Kelengkapan Produk								
1	Produk yang dijual Warung Anugrah lengkap	0	0	15	19	16		
	Skor	0	0	45	76	80	4,02	Tinggi

2	Produk yang dijual Warung Anugrah bervariasi	0	2	5	28	15		
	Skor	0	4	15	112	75	4,12	Tinggi
3	Ketersediaan stok produk yang sejenis di Warung Anugrah	0	0	20	21	19		
	Skor	0	2	0	40	95	3,78	Tinggi
4	Ada berbagai macam pilihan merek produk yang tersedia di Warung Anugrah	0	5	10	21	11		
	Skor	0	10	30	64	55	3,82	Tinggi
	Rata-rata				3,96			Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata – rata indeks untuk variabel kelengkapan produk sebesar 3,96 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki persepsi yang baik mengenai kelengkapan produk di Warung Anugrah. Menurut konsumen, Warung Anugrah memiliki produk yang lengkap mulai dari berbagai jenis merek, ukuran, variasi dan stok produk yang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Tabel 4.9
Persepi Konsumen Mengenai Pelayanan di Warung Anugrah

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
	Pelayanan							
1	Tempat parkir yang disediakan Warung Anugrah cukup memadai	0	1	11	26	12		
	Skor	0	2	33	104	60	3,98	Tinggi
2	Penjual berpakaian dengan sopan	0	1	12	16	21		
	Skor	0	2		112	75	4,14	Tinggi
3	Lokasi Warung Anugrah yang strategis	0	2	14	22	12		
	Skor	0	4	42	88	60	3,88	Tinggi

4	Peralatan yang digunakan untuk mendukung pelayanan memadahi. Contoh : kalkulator, alat tulis, rak dan estalase yang digunakan untuk display produk	0	2	23	15	10		
	Skor	0	4	69	60	50	3,66	Sedang
5	Warung Anugrah dan sekitarnya bersih	0	1	14	19	16		
	Skor	0	2	42	76	80	4	Tinggi
6	Produk yang dijual Warung Anugrah dalam kondisi baik dan masa <i>expired</i> masih lama	0	3	7	22	18		
	Skor	0	6	21	88	90	4,1	Tinggi
7	Penataan produk yang membuat Warung Anurah menarik	0	3	14	19	14		
	Skor	0	6	42	76	70	3,88	Tinggi
8	Produk yang mudah dilihat oleh konsumen	0	4	10	29	7		
	Skor	0	8	30	116	35	3,78	Tinggi
9	Keakuratan perhitungan total belanja sesuai dengan nominal pembelian	0	1	7	16	16		
	Skor	0	2	21	64	80	3,34	Sedang
10	Kesesuaian produk yang diberikan sesuai dengan permintaan konsumen	0	1	12	23	14		
	Skor	0	2	36	92	70	4	Tinggi
11	Produk yang dijual lengkap (bermacam-macam merek dan ukuran)	0	3	9	24	14		
	Skor	0	6	27	96	70	3,98	Tinggi
12	Produk yang dicari konsumen selalu tersedia	0	3	5	30	12		
	Skor	0	6	15	120	60	4,02	Tinggi
13	Meskipun warung tutup, warung ini tetap melayani konsumen yang membutuhkan	0	4	11	25	10		
	Skor	0	8	33	100	50	3,82	Tinggi
14	Cepat dalam melayani konsumen (dalam keadaan ramai ataupun tidak)	0	0	9	24	17		

	Skor	0	0	27	96	85	4,16	Tinggi
15	Pengucapan kata maaf apabila melakukan kesalahan dan terimakasih usai melayani konsumen	0	1	9	28	12		
	Skor	0	2	27	112	60	4,02	Tinggi
16	Merespon dengan cepat keluhan dari konsumen. Contoh : produk yang dibeli konsumen sudah expired atau mengalami kerusakan	0	5	8	26	11		
	Skor	0	10	24	104	55	3,86	Tinggi
17	Cara mendisplay produk agar menarik keinginan beli konsumen	0	2	14	28	6		
	Skor	0	4	42	112	30	3,76	Tinggi
18	Penjual memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual	0	0	6	35	9		
	Skor	0	0	18	140	45	4,06	Tinggi
19	Penjual mengikuti protokol kesehatan dengan menggunakan masker	0	4	24	12	10		
	Skor	0	8	72	48	50	3,56	Sedang
20	Penjual bersikap ramah dan sopan kepada konsumen	0	2	13	22	13		
	Skor	0	4	39	88	65	3,92	Tinggi
21	Penjual selalu menjaga kebersihan warung dan sekitarnya	0	1	11	21	17		
	Skor	0	2	33	84	85	4,08	Tinggi
22	Penjual memiliki kesungguhan dalam merespon konsumen	1	2	18	20	9		
	Skor	1	4	54	80	45	3,68	Tinggi
23	Penjual mampu memahami kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen. Contoh : apabila konsumen mencari minuman dingin yang tidak terlalu manis, maka penjual dapat menawarkan beberapa pilihan merek minuman.	0	4	16	23	7		

	Skor	0	8	48	92	35	3,82	Tinggi
	Rata-rata	3,88						Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata – rata indeks untuk variabel pelayanan sebesar 3,88 yang dapat di kategorikan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan di Warung Anugrah baik. Meskipun tergolong berada di kategori tinggi, namun ada beberapa point yang dimana itu memiliki kategori sedang, yaitu mengenai peralatan yang digunakan Warung Anugrah, seperti rak, estalase, kalkulator, alat tulis dan peralatan lainnya yang dirasa konsumen kurang, khususnya bagian rak ada yang berkarat, selain itu untuk keakuratan perhitungan total belanja beberapa kali penjual melakukan salah hitung, atau salah memberi uang kembalian (lebih/kurang), dan yang terakhir menurut konsumen penjual tidak selalu mematuhi protokol kesehatan dengan menggunakan masker

Tabel 4.10
Persepi Konsumen Mengenai Loyalitas Pelanggan Warung Anugrah

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
	Loyalitas Pelanggan							
1	Saya merekomendasikan Warung Anugrah kepada orang lain (tetangga, teman, keluarga)	0	0	25	15	10		
	Skor	0	0	75	60	50	3,7	Tinggi
2	Saya melakukan pembelian ulang di Warung Anugrah	0	0	19	20	11		
	Skor	0	0	57	80	55	3,84	Tinggi
3	Saya merasa puas berbelanja di Warung Anugrah	0	2	13	23	12		
	Skor	0	4	39	92	60	3,9	Tinggi

4	Saya memilih Warung Anugrah sebagai prioritas untuk membeli kebutuhan	0	1	14	25	10		
	Skor	0	2	42	100	50	3,88	Tinggi
	Rata-rata	3,95						Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata – rata indeks untuk variabel pelayanan sebesar 3,95 yang dapat di kategorikan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di Warung Anugrah itu tergolong tinggi. Dan dapat disimpulkan bahwa konsumen yang berbelanja di Warung Anugrah itu puas dengan pelayanan dan kelengkapan produk yang diberikan Warung Anugrah, dan konsumen menetapkan Warung Anugrah sebagai prioritas mereka untuk membeli kebutuhan mereka sehari – hari.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Hasil Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan Regresi Linear Berganda dapat diketahui bahwa ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen kelengkapan produk dan pelayanan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan dapat diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji t

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.052	1.944		.541	.591
	Kelengkapan Produk X1	.098	.026	.460	3.836	.000
	Pelayanan X2	.358	.117	.367	3.062	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan Y

Berdasarkan hasil dari analisis linear berganda diatas dapat diketahui persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = 1052 + 0,098X_1 + 0,358X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda diatas dapat diketahui bahwa ketiga variabel penelitian memiliki koefisien regresi dengan arah yang positif. Artinya semakin tinggi pelayanan dan kelengkapan produk, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Koefisien variabel pelayanan bertanda positif terhadap loyalitas pelanggan Warung Anugrah. Jadi apabila pelayanan semakin baik dan meningkat, maka loyalitas pelanggan Warung Anugrah pun juga akan semakin baik dan meningkat.

Koefisien variabel kelengkapan produk bertanda positif terhadap loyalitas pelanggan Warung Anugrah. Jadi apabila kelengkapan produk semakin baik dan meningkat, maka loyalitas pelanggan Warung Anugrah pun juga akan semakin baik dan meningkat

Apabila dilihat dari nilai regresi, maka variabel kelengkapan produk memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bila variabel kelengkapan produk semakin lengkap maka loyalitas pelanggan juga akan ikut meningkat.

4.5.2 Hasil Uji t

Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji T

Model		T	Sig.
1	(Constant)	.541	.591
	Kelengkapan Produk X1	3.836	.000
	Pelayanan X2	3.062	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan Y

a. Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan perhitungan dari hasil analisis regresi pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,836 dan $sig.t$ sebesar 0,000. Penelitian ini t_{hitung} dengan $sig.t < \alpha$ ($0,000 < 0,05$). Maka H1 diterima bahwa terdapat kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Warung Anugrah dapat diterima

b. Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan perhitungan dari hasil analisis regresi pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,062 dan $sig.t$ sebesar 0,004. Jadi, pada penelitian ini t 3,062 dengan $sig.t < \alpha$ ($0,004 < 0,05$). Maka H2 yang menyatakan bahwa terdapat pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Warung Anugrah dapat diterima.

c. Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Warung Anugrah secara simultan.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan. Nilai F hitung dapat diperoleh dari hasil analisis regresi

Tabel 4.13 Tabel Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105.519	2	52.759	28.395	.000 ^b
	Residual	89.187	48	1.858		
	Total	194.706	50			

- a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan Y
 b. Predictors: (Constant), Pelayanan X2, Kelengkapan Produk X1

Berdasarkan perhitungan dari hasil analisis regresi pada Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 28,395 dan sigF sebesar 0,000. Jadi pada penelitian ini $F_{hitung} sig.F < \alpha$ ($0,000 < 0,05$). Maka H3 yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh kelengkapan produk dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Warung Anugrah secara simultan dapat diterima.

**Tabel 4.14
 Hasil Uji Determinasi (R^2)**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.542	.523	1.363

- a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X2), Kelengkapan Produk (X1)

Dapat dilihat dari tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa nilai korelasi atau hubungan dengan lambing R sebesar 0.736. sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel

terikat dalam persentase (%) dapat di lihat melalui koeffisien determinasi atau *R square* pada tabel di atas yaitu sebesar 0.542 atau 54,2%. Maka dapat dikatakan pengaruh pelayanan dan kelengkapan produk terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 54,2%. Sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan Warung Anugrah berusaha untuk menyelesaikan masalah dari kurangnya produk dan pelayanan yang kurang menjadi berusaha untuk melengkapi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen merasa kebutuhan yang mereka inginkan dapat terpenuhi di Warung Anugrah. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2002:347) bahwa kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dipakai, dikonsumsi atau dimiliki oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen, dan juga teori yang dikemukakan oleh Engels dalam Raharjani (2005:6) bahwa keragaman produk merupakan kelengkapan produk yang menyangkut luas, kedalaman dan kualitas produk yang ditawarkan dan juga ketersediaan produk yang ada setiap saat di toko.

Pelanggan atau konsumen menilai produk yang dijual di Warung Anugrah lengkap dan beragam dari berbagai macam merek dan ukuran, selain itu menurut pelanggan Warung Anugrah juga memiliki stock produk yang cukup lengkap, sehingga tidak sampai kehabisan produk. Hal ini sesuai dengan pendapat Raharjani (2005:6) bahwa konsumen dalam memilih tempat mana yang cocok dan sesuai untuk di kunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang ditawarkan pada toko tersebut, jika ada toko lain yang memiliki barang yang lebih lengkap mesikup jarak yang ditempuh konsumen agak jauh, maka konsumen tetap lebih memilih mengunjungi toko yang memiliki produk yang lebih lengkap.

Hasil analisis data yang menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Warung Anugrah. Hal ini dikarenakan Warung Anugrah meningkatkan pelayanan yang sebelumnya dirasa kurang oleh konsumen, menjadi lebih baik lagi

Berdasarkan pengujian signifikansi secara parsial (uji t) dapat diketahui bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Warung Anugrah dengan nilai signifikansi 0.000. Hal ini didukung oleh penelitian oleh Quantananda dan Haryadi (2015) serta penelitian yang dilakukan oleh Wardi dan Susanto (2015). Pelayanan merupakan hal penting dalam setiap bisnis yang dijalani. Apabila setiap orang yang memiliki bisnis tersebut juga

memiliki pelayanan yang baik, maka setiap pelanggan pun akan merasa senang dan ingin berkunjung kembali ke tempat tersebut.

Dari penelitian yang telah dilakukan, variabel pelayanan memiliki nilai rata – rata yang tergolong tinggi yaitu sebesar 3.88. Hal ini dikarenakan memiliki Warung Anugrah sendiri yang melayani pelanggan dalam transaksi jual beli, setelah dilakukan evaluasi terhadap pelayanan apa yang kurang di Warung Anugrah, pemilik langsung mengubah pelayanan yang kurang dan menjadi lebih baik lagi hari demi hari untuk membuat pelanggan puas dan melakukan pembelian ulang di Warung Anugrah. Pelayanan akan memberikan pengaruh yang besar. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Puspitasari dan Edris (2011) terbukti “kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas” diterima kebenarannya.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Raharjani (2005:5) yaitu bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk keperluan orang lain. Pelayanan merupakan suatu yang tidak berwujud, berupa kinerja penampilan, dan cepat hilang, dan lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Fasilitas pelayanan yang diberikan Warung Anugrah sudah cukup baik yaitu seperti pengambil barang yang dilayani oleh pelayan, proses transaksi secara tunai dengan uang kembalian yang pas, dan pelayanan secara menyeluruh merupakan bentuk pertimbangan yang

mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen yang juga mempengaruhi loyalitas pelanggan Warung Anugrah. Sikap pelayan yang sopan, ramah, memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, serta mengikuti protokol kesehatan di masa pandemic seperti ini juga sudah dilakukan Warung Anugrah sebaik mungkin. Pelanggan menilai pelayanan yang diberikan Warung Anugrah sudah baik. Dari segi fasilitas, Warung Anugrah memberikan fasilitas yang baik bagi para konsumen, seperti menyediakan lahan parkir yang cukup luas, dan fasilitas lain yang memudahkan konsumen Warung Anugrah berbelanja di Warung Anugrah.

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa kelengkapan produk dan pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Warung Anugrah secara simultan. Konsumen dalam memutuskan untuk menjadi konsumen yang loyal di Warung Anugrah.