

DAMPAK KEPERCAYAAN PELANGGAN, KEPUASAN, SUASANA TOKO, SWITCHING BARRIER TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDOMARET

Arief Ekto Rahman^{1*)}, Ratna Juwita²

¹Program Studi Manajemen, ¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ¹Universitas Multi Data Palembang

¹ariefektorahman@mhs.mdp.ac.id,

²ratna@mdp.ac.id

Kata kunci:

Kepercayaan; Kepuasan;
Loyalitas; Suasana Toko;
Switching Barrier

Abstract: This study was of determine the effect of the trust of customer, the satisfaction of the customer, the atmosphere of the store and switching barrier against customer loyalty at Indomaret Demang Lebar Daun Palembang. The method of used for data collection is by disseminating the questionnaire using a likert with 310 respondents. The type of research and used is descriptive quantitative research. This sampling technique used nonprobability sampling with purposive sampling methods and using SPSS 25 software. the result partial test (t test) showed that the variables of the trust of customer have a sig value of $0.002 < 0.05$, the satisfaction of the customer have a sig value of $0.000 < 0.05$, the atmosphere of the store have a sig value of $0.001 < 0.05$ and switching barrier have a sig value of $0.000 < 0.05$ and simultaneous test (uji F) have a sig value of $0.000 < 0.05$ so this purpose showed that the variables of the trust of customer, the satisfaction of the customer, the atmosphere of the store and switching barrier had a partial and simultaneous positive significant effect on customer loyalty (case study at Indomaret Demang Lebar Daun Palembang).

Abstrak: Berguna untuk melihat Dampak Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan di Indomaret Demang Lebar Daun Palembang. Metode yang digunakan adalah pengumpulan data yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner menurut skala likert dengan jumlah responden sebanyak 310 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan metode purposive sampling serta dan di dukung bantuan software SPSS 25. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan hasil Kepercayaan Pelanggan nilai sig sebesar $0.002 < 0.05$, Kepuasan memiliki nilai sig $0.000 < 0.05$, Suasana Toko memiliki nilai sig $0.001 < 0.05$ dan Switching Barrier memiliki nilai sig $0.000 < 0.05$. Pada hasil uji parsial (uji F) nilai sig $0.000 < 0.05$ yang berarti penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan, Suasana Toko dan Switching Barrier berpengaruh positif signifikan secara parsial dan juga simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada IndomaretDemang Lebar Daun Palembang)..

Rahman & Juwita (2023). Dampak Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan, Suasana Toko, Switching Barrier Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret. *MDP Student Conference 2023*

PENDAHULUAN

Perusahaan banyak memiliki tujuan untuk mewujudkan pengembangan dan kelanjutan usahanya dalam jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Era globalisasi yang ditandai dengan persaingan yang semakin ketat dan kompleks, perusahaan dituntut untuk selalu memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang diinginkan konsumen serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya [1].

Indomaret terus menambah jumlah gerai dan memimpin sebagai toko ritel yang memiliki jumlah gerai terbanyak. Indomaret adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan dan penyediaan kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari. Indomaret memiliki konsep yaitu toko berada di banyak titik dan berlokasi disekitar tempat tinggal konsumen sehingga memudahkan konsumen untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Lokasi yang mudah dijangkau merupakan strategi Indomaret untuk bersaing di pasar ritel [1]. Indomaret memiliki tiga jenis toko yang berbeda yaitu toko Reguler, Fresh dan Plus. Indomaret Reguler menjual produk kebutuhan sehari-hari tidak dilengkapi dengan aneka buah- buahan contoh Indomaret Veteran Palembang. Indomaret Fresh dilengkapi dengan produk kebutuhan sehari- hari dan buah-buahan segar contoh Indomaret Rajawali 12 Palembang, Indomaret plus dilengkapi dengan produk kebutuhan sehari-hari, buah dan sayur yang segar, serta ukuran Indomaret yang lebih luas contoh Indomaret Demang Lebar Daun Palembang dan satu-satunya toko Indomaret yang memiliki metode belanja drive thru di kota Palembang yang telah resmi *grand opening* pada bulan Desember 2021 [2].

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan bisa ditingkatkan dengan cara peningkatan terhadap kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan, suasana toko dan *switching barrier* [3]. Kepercayaan Pelanggan merupakan keyakinan yang dimiliki oleh pelanggan terhadap perusahaan oleh karena pihak perusahaan dapat memberikan harapan yang diinginkan dan yang dibutuhkan [5]. Indomaret menawarkan produk atau layanan yang sesuai dengan informasi yang disediakan perusahaan atau penjual kepada konsumennya agar meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Indomaret. Penelitian terdahulu Devirman dan Jontro mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Alfaria Trijaya. Menunjukkan hasil bahwa kepercayaan merupakan faktor yang penting dan dapat menghasilkan loyalitas pelanggan [4].

Kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi yang dirasakan pelanggan atau konsumen setelah menerima produk atau jasa dari sebuah perusahaan [3]. Indomaret melakukan *Stock Opname* produk dengan tujuan memastikan barang yang ingin dibeli konsumen tetap tersedia agar konsumen tidak perlu mencari barang tersebut di toko lain dan mempermudah transaksi baik menggunakan cash ataupun non cash. Penelitian terdahulu Istiqomah dan Nur, Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, studi pada minimarket Sakinah 212 mart Kediri, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan searah dan signifikan, jika kepuasan pelanggan bertambah maka loyalitas pelanggan Minimarket Sakinah 212 akan semakin besar dan meningkat [5].

Suasana toko dapat merangsang panca indera konsumen dan mempengaruhi persepsi dan perasaan emosional konsumen terhadap toko Levy dan Weitz, Indomaret memiliki *interior* yang sangat bagus, pencahayaan yang sangat terang guna menarik konsumen dan ruangan yang cukup dingin bisa membuat konsumen nyaman belanja di Indomaret [1]. Mendesain suasana toko yang menarik, dapat menciptakan emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian [6]. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Ilhamsyah dan Mulyani mengenai Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket OMI Palembang, penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atmosfer toko dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggandi Minimarket OMI [7].

Switching Barrier adalah hambatan yang sering dirasakan seseorang konsumen untuk beralih dari produk lama ke produk baru atau dari perusahaan lama ke perusahaan baru [8]. Indomaret terus melakukan promosi dan *discount* yang menarik dengan tujuan dapat mempertahankan konsumen.

Promosi yang tersedia sangat *variatif* mulai dari promosi JSM (Jum'at, Sabtu, Minggu) dan promo super hemat.

Penelitian terdahulu Darna dan Sunreni mengenai Pengaruh Switching Barrier dan Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Interbis. Penelitian ini menunjukkan switching barrier berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan [9].

Loyalitas pelanggan merupakan seseorang atau individu yang menggunakan jasa atau produk secara continue dan tidak berpaling kepada pihak lain karena merasa telah puas dan yakin dengan apa yang dimiliki saat ini [10]. Perilaku ini meliputi perilaku pembelian kembali, membeli produk lain dari perusahaan, dan merekomendasikannya kepada orang lain [11]. Loyalitas menguntungkan konsumen dengan memfasilitasi keputusan pembelian, proses pencarian informasi lebih lanjut dan adanya kepuasan. Penciptaan tersebut dapat tercipta berdasarkan pengalaman pribadi maupun mendengar reputasinya dari orang lain atau media [12]. Kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dapat menjamin masa depan perusahaan menjadi lebih baik [13]. Berdasarkan latar belakang penelitian terdahulu maka penelitian ini dilakukan untuk melihat Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada Indomaret Demang Lebar Daun Palembang.

METODE

Kuantitatif merupakan metode pendekatan penelitian yang akan digunakan oleh peneliti dan dalam penelitian ini guna menggambarkan dan juga melakukan pengujian mengenai pengaruh dari setiap variable bebas atau independen terhadap variable terikat atau dependen yang ada dalam penelitian ini [14]. Menurut Sugioyo penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk mempelajari dan meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan alat dan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ada ditetapkan [14]. Metode *purposive sampling* dipilih oleh peneliti untuk digunakan dalam menentukan jumlah *sample* yang ada dikarenakan dengan alasan bahwa sampel yang digunakan merujuk pada responden khusus yang telah memenuhi ketentuan kriteria yang ada [15]. rumus Slovin adalah rumus yang digunakan untuk mendapatkan ukuran sampel yang dianggap memadai untuk menggambarkan keseluruhan populasi yang ada saat ini yaitu dengan telah melakukan pembelian lebih dari tiga kali di Indomaret Demang Lebar Daun Palembang dan menggunakan member I-Saku. Populasi pada penelitian ini adalah Pelanggan Indomaret Demang Lebar Daun Palembang yang mempunyai I-Saku, dengan ukuran populasi dalam rumus perhitungan jumlah sampel diambil dari jumlah pelanggan yang telah melakukan pembelian lebih dari tiga kali. Besaran jumlah sampel yang dipakai di penelitian ini memiliki besaran jumlah sebanyak 310 sampel yang muncul dari hasil penggunaan rumus *Slovin*. Data primer dan data sekunder digunakan dalam penelitian ini untuk dapat melengkapi setiap informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penelitian ini, dimana data primer akan diperoleh secara langsung dari sumber data atau responden dengan melalui kuesioner dan wawancara [14]. dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner yang melibatkan responden yang memberikan pernyataan mengenai pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan Switching Barrier terhadap Loyalitas Pelanggan di Indomaret Demang Lebar Daun Kota Palembang. Sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dokumen atau orang lain) [14]. Data sekunder yang diperoleh peneliti merupakan data dari berbagai sumber seperti buku-buku, karangan ilmiah, penelitian terdahulu untuk mendukung teori penelitian mengenai pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan Switching Barrier terhadap Loyalitas Pelanggan di Indomaret Demang Lebar Daun Kota Palembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.797	.652		2.122	.223
	Kepercayaan Pelanggan	.216	.068	.149	3.195	.002
	Kepuasan Pelanggan	.343	.084	.218	4.082	.000
	Suasana Toko	.247	.077	.182	3.221	.001
	<i>Switching Barrier</i>	.476	.069	.363	6.904	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil pengolahan primer 2022

Berdasarkan tabel 1 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = 0,797 + 0,216 \text{ Kepercayaan Pelanggan} + 0,343 \text{ Kepuasan Pelanggan} + 0,247 \text{ Suasana Toko} + 0,476 \text{ Switching Barrier}$$

Penjelasan :

Nilai Konstanta sebesar 0,797 maka diartikan apabila Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* bernilai 0, maka Loyalitas Pelanggan jumlah nilainya sebesar 0,797.

Nilai koefisien Kepercayaan Pelanggan sebesar 0,216, jika Kepercayaan Pelanggan mengalami jumlah kenaikan sebesar 1% maka Loyalitas Pelanggan mengalami jumlah kenaikan sebesar 21,6%. Koefisien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara Kepercayaan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.

Nilai koefisien Kepuasan Pelanggan sebesar 0,343, jika Kepuasan Pelanggan mengalami jumlah kenaikan sebesar 1% maka Loyalitas Pelanggan mengalami jumlah kenaikan sebesar 34,3%. Koefisien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.

Nilai koefisien Suasana Toko sebesar 0,247, jika Suasana Toko mengalami jumlah kenaikan sebesar 1% maka Loyalitas Pelanggan mengalami jumlah kenaikan sebesar 24,7%. Koefisien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara Suasana Toko dengan Loyalitas Pelanggan.

Nilai koefisien *Switching Barrier* sebesar 0,476, jika *Switching Barrier* mengalami jumlah kenaikan sebesar 1% maka Loyalitas Pelanggan mengalami jumlah kenaikan sebesar 47,6%. Koefisien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara *Switching Barrier* dengan Loyalitas Pelanggan.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std.Error	Beta		
1	(Constant)	.797	.652		2.122	.223
	Kepercayaan Pelanggan	.216	.068	.149	3.195	.002
	Kepuasan Pelanggan	.343	.084	.218	4.082	.000
	Suasana Toko	.247	.077	.182	3.221	.001
	<i>Switching Barrier</i>	.476	.069	.363	6.904	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Primer 2022

Berdasarkan uji hipotesis diatas di dapat Nilai thitung variabel Kepercayaan Pelanggan sebesar 3.195 lebih besar dibandingkan dengan ttabel yaitu 1,6498 dan sig 0.002 < 0.05, maka dapat disimpulkan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Nilai thitung variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 4.082 lebih besar dibandingkan dengan ttabel yaitu 1,6498 dan sig 0.000 < 0.05, dapat disimpulkan maka Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Nilai thitung variabel Suasana Toko sebesar 3.221 lebih besar dibandingkan dengan ttabel yaitu 1,6498 dan sig 0.001 < 0.05, dapat disimpulkan maka Suasana Toko berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Nilai thitung variabel Switching Barrier sebesar 6.904 lebih besar dibandingkan dengan ttabel yaitu 1,6498 dan sig 0.000 < 0.05, dapat disimpulkan maka Switching Barrier berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tabel 3. Uji Hipotesis Secara Simultan atau Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1308.499	4	327.125	118.482	.000 ^b
	Residual	842.095	305	2.761		
	Total	2150.594	309			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
b. Predictors: (Constant), *Switching Barrier*, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko

Sumber: Hasil Pengolahan Primer 2022

Berdasarkan tabel 3 nilai signifikan bernilai 0,000 < 0,05 dan $f_{hitung} 118,482 > f_{tabel} 2,24$ dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan Switching Barrier berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.

SIMPULAN

Hasil penelitian secara simultan pengujian (F) memiliki nilai signifikan bernilai $0,000 < 0,05$ dan $f_{hitung} 118,482 > f_{tabel} 2,24$ maka variabel Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indomaret Demang Lebar Daun Palembang.

Kepercayaan Pelanggan memiliki nilai thitung sebesar 3.195 lebih besar dibandingkan dengan ttabel yaitu 1,6498 dan sig $0.002 < 0.05$, Kepuasan memiliki nilai thitung sebesar 4.082 lebih besar dibandingkan dengan ttabel yaitu 1,6498 dan sig $0.000 < 0.05$, Suasana Toko memiliki nilai thitung sebesar 3.221 lebih besar dibandingkan dengan ttabel yaitu 1,6498 dan sig $0.001 < 0.05$, dan *Switching Barrier* memiliki nilai thitung sebesar 6.904 lebih besar dibandingkan dengan ttabel yaitu 1,6498 dan sig $0.000 < 0.05$ secara parsial maka berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indomaret Demang Lebar Daun Palembang.

Selain variabel-variabel bebas yang telah digunakan dalam penelitian ini, terdapat masih banyak variabel bebas yang mungkin digunakan dalam meneliti loyalitas pelanggan, sehingga peneliti selanjutnya diharapkan mampu untuk menggunakan variabel bebas lain dalam melakukan penelitian mengenai loyalitas pelanggan Agar dapat mengetahui sejauh mana faktor lain dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

ACKNOWLEDGEMENT

Terima kasih kepada pihak Indomaret Demang Lebar Daun Palembang yang mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di tempat tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Margaretha, Livia 2020, *Pengaruh Citra Merk, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Kota Palembang*, Jurnal Manajemen Pemasaran vol. 22 no.38.
- [2] Indomaret (2022), *Sejarah dan Penghargaan Indomaret*, Diakses 8 Oktober 2022, dari www.indomaret.co.id.
- [3] Rifa'i, Khamdan 2019, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, Deepublish, Jember.
- [4] Devirman, Simanjuntak 2021, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Alfaria Trijaya*, TBK, Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 85 No.73.
- [5] Istiqomah, Nur, dkk 2021, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Minimarket Sakinah 212)*, Jurnal Magister Manajemen Vol. 9 No.2.
- [6] Hamali, Sambudi 2019, *Desain Tata Letak (Layout Design)*, Diakses 29 Agustus 2022, dari www.bbs.binus.ac.id.
- [7] Ilhamsyah, Mulyani 2019, *Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket OMI Koperasi PGRI Palembang*, Jurnal Manivestasi Vol. 1 No.2.
- [8] Harahap (2020), *Apa Itu Switching Barrier*, Diakses 01 September 2022, dari www.dictio.id.

- [9] Darma, Sunreni, dkk 2019, *Pengaruh Switching Barrier dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Interbis (Studi pada PT. Multimas Sumber Harapan Padang)*, Jurnal Matua Vol. 1 No. 2.
- [10] Ramadhani, Niko 2022, *Apa Itu Loyalitas dan Bagaimana Cara Membentuknya*, Diakses 7 September 2022, dari www.akseleran.co.id.
- [11] Indrasari, Meithiana 2019, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Deepublish, Surabaya.
- [12] Cindy, Lestari 2022, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Palembang Trade Center*, MDP Student Conference 2022, Palembang, Sumatera Selatan.
- [13] Chandra, Megawati 2022, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Brasserie Resto di Kota Palembang 2021 – 2022*, MDP Student Conference 2022, Palembang, Sumatera Selatan
- [14] Sugiyono 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R dan D*, Deepublish, Bandung
- [15] Bahri, Syaiful 2018, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Deepublish, Yogyakarta.