

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK,
STORE ATMOSPHERE DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AYAM GEPUK PAK
GEMBUS DI KOTA PADANG**

(Studi Kasus Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba)

SKRIPSI



Oleh:

CHYNTIA MUSEFA HAYATI

1910011211132

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

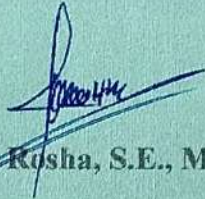
PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*
DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AYAM
GEPUK PAK GEMBUS DI KOTA PADANG
(STUDI KASUS AYAM GEPUK PAK GEMBUS CABANG SITEBA)

Oleh

Nama : CHYNTIA MUSEFA HAYATI
NPM : 1910011211132

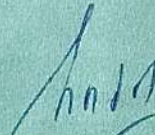
Tim Penguji

Ketua



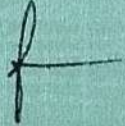
(Zeshasina Russha, S.E., M.Si)

Sekretaris



(Lindawati, S.E., M.Si)

Anggota



(Surya Dharma, S.E., M.Si)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 15 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

JUDUL SKRIPSI

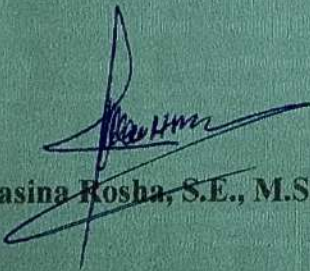
PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*
DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AYAM
GEPUK PAK GEMBUS DI KOTA PADANG
(STUDI KASUS AYAM GEPUK PAK GEMBUS CABANG SITEBA)

Oleh
Nama : Chyntia Musefa Hayati
NPM : 1910011211132

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 15 Agustus 2023

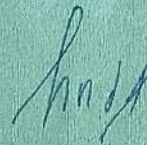
Menyetujui

Pembimbing



(Zeshasina Rosha, S.E., M.Si)

Ketua Program Studi



(Lindawati, S.E., M.Si)

PERNYATAAN

Dengan ini saya mnyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pusaka.

Padang, Juli 2023

Chyntia Musefa Hayati

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK,
STORE ATMOSPHERE DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AYAM GEPUK PAK
GEMBUS DI KOTA PADANG**

Chyntia Musefa Hayati¹, Zeshasina Rosha²

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
Email : chyntiamusefa27@gmail.com, zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keragaman produk, kualitas produk, *store atmosphere* dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Data diolah menggunakan SPSS 25. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwasanya : 1) keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan; 2) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan; 3) *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan; 4) kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

***THE INFLUENCE OF PRODUCT DIVERSITY, PRODUCT QUALITY, STORE
ATMOSPHERE AND CUSTOMER TRUST ON CUSTOMER LOYALTY OF
AYAM GEPUK PAK GEMBUS IN PADANG CITY***

Chyntia Musefa Hayati¹, Zeshasina Rosha²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : chyntiamusefa27@gmail.com, zeshasina.rosha@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product diversity, product quality, store atmosphere and customer trust on customer loyalty of Ayam Gepuk Pak Gumbu in Padang City. The sample used was 100 respondents. The sampling technique is purposive sampling. The data was processed using SPSS 25. Based on the results of testing the hypothesis it was found that: 1) product diversity has a positive effect on customer loyalty; 2) product quality has a positive effect on customer loyalty; 3) store atmosphere has a positive effect on customer loyalty; 4) customer trust has a positive effect on customer loyalty.

Keywords : *Product Diversity, Product Quality, Store Atmosphere, Customer Trust, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, *Store Atmosphere* dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus di Kota Padang”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan dalam pembuatannya, penulis berterima kasih banyak kepada dosen pembimbing ibu Zeshasina Rosha, S.E., M.Si yang telah memberikan arahan dan bimbingan serta kesabaran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu dengan rasa hormat yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Herawati, S.E., M.Si, Ak. CA selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
6. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

7. Teristimewa penulis persembahkan ucapan terima kasih kepada keluarga tercinta, yaitu khususnya Mama Hidayati dan Papa Atosman yang sudah memberikan kasih sayang kepada penulis mulai dari kecil sampai sekarang, serta kakak Novri Atos Putra Adam dan Hidris Firman Adam yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk kelancaran dan kesuksesan dalam perkuliahan ini.
8. Seluruh teman angkatan 2019 yang sama-sama berjuang menyelesaikan masa studi ini.
9. Untuk sahabat-sahabat seperjuangan di luar kampus atau yang berada di kampus lain serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu terima kasih banyak selalu mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kebaikan pada masa yang akan datang.

Padang, Juli 2023

Chyntia Musefa Hayati

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Literatur	14
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	14
2.1.2 Keragaman Produk.....	22
2.1.3 Kualitas Produk.....	25
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	29
2.1.5 Kepercayaan Pelanggan	32
2.2 Pengembangan Hipotesis	36
2.2.1 Pengaruh Keragaman Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2.2.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.2.4 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
2.3 Kerangka Konseptual.....	40
BAB III : METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	41
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	42
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	43
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.5.1 Variabel Dependen.....	43
3.5.2 Variabel Independen	44
3.5.2.1 Keragaman Produk.....	44
3.5.2.2 Kualitas Produk.....	45

3.5.2.3	<i>Store Atmosphere</i>	46
3.5.2.4	Kepercayaan Pelanggan	46
3.6	Skala Pengukuran Instrumen	47
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	47
3.7.1	Uji Validitas	48
3.7.2	Uji Reliabilitas	49
3.8	Teknik Analisis Data	49
3.8.1	Analisis deskriptif.....	49
3.8.2	Analisis Kuantitatif.....	51
3.8.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.8.3	Pengujian Statistik.....	53
BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan		55
4.1	Demografis Responden.....	55
4.2	Uji Instrumen Penelitian	58
4.2.1	Uji Validitas	59
4.2.1.1	Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	59
4.2.1.2	Pengujian Validitas Variabel Keragaman Produk.....	60
4.2.1.3	Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk.....	61
4.2.1.4	Pengujian Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	61
4.2.1.5	Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan	62
4.2.2	Uji Realibilitas.....	63
4.3	Deskriptif Variabel Penelitian.....	64
4.3.1	Uji Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	64
4.3.2	Uji Deskriptif Variabel Keragaman Produk.....	65
4.3.3	Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	67
4.3.4	Uji Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i>	68
4.3.5	Uji Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	69
4.4	Hasil Pengujian Asumsi Klasik	70
4.4.1	Hasil Pengujian Normalitas	71
4.4.2	Hasil Pengujian Multikolinearitas	71
4.4.3	Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	72
4.5	Hasil Pengujian Statistik	73
4.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.5.2	Analisis Koefisien Determinasi.....	77
4.6	Pembahasan.....	77
4.6.1	Pengaruh Keragaman Produk terhadap Loyalitas pelanggan	78
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	79
4.6.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	80
4.6.4	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	81
BAB V : PENUTUP		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	83
5.3	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung Bulan Januari-Desember Tahun 2023	7
Tabel 1. 2 Survei Awal Terhadap 30 Responden	9
Tabel 3. 1 Pengukuran Instrumen	47
Tabel 3. 2 Kriteria <i>Factor Loading</i>	48
Tabel 3. 3 Tingkat Capaian Responden (TCR).....	51
Tabel 4. 1 Prosedur Penyebaran Kuesioner.....	55
Tabel 4. 2 Demografis Responden.....	56
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	59
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keragaman Produk.....	60
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk.....	61
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i>	62
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	63
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Reabilitas	63
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	64
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Keragaman Produk.....	66
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel Kualitas Produk	67
Tabel 4. 12 Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i>	68
Tabel 4. 13 Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	69
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Normalitas.....	71
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Multikolinearitas	72
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	73
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Berganda	74
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Koefisiensi Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Karangka Konseptual.....	40
-------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Di tengah ketatnya persaingan saat ini, para pengusaha saling bersaing untuk merebut hati pelanggan. Perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu tujuan perusahaan adalah menciptakan loyalitas pelanggan. Upaya mempertahankan pelanggan yang loyal menjadi tantangan pihak pengusaha karena pelanggan saat ini semakin kritis dalam memilih makanan sesuai dengan harapannya. Ini bukan hal yang mudah, mengingat

banyak perubahan dapat terjadi setiap saat pada diri pelanggan. Maka perusahaan harus mampu melakukan inovasi dan strategi yang baik (Kotler, 2005).

Loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi tingkat persaingan yang sangat ketat dengan pertumbuhan yang rendah. Pada kondisi demikian loyalitas sangat dibutuhkan agar perusahaan dapat bertahan hidup. Di samping itu, upaya mempertahankan loyalitas ini merupakan upaya strategis yang lebih efektif dibandingkan dengan upaya menarik pelanggan baru. Kunci untuk memenangkan persaingan agar perusahaan berhasil adalah dengan memberikan pelayanan yang baik diantara pesaing. Pelayanan tersebut dimaksudkan untuk dapat memberikan kepuasan serta untuk meningkatkan penjualan dan mendapatkan persepsi yang baik dari pelanggan (Tjiptono, 2012).

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting karena melalui loyalitas, niat pelanggan untuk membeli ulang atau niat untuk merekomendasikan kepada orang lain akan tinggi dan hal tersebut nantinya akan menguntungkan bagi perusahaan yang dalam hal ini *Franchise Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba* di Kota Padang. Oleh sebab itu perlu bagi perusahaan untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas dari pelanggannya.

Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) adalah keragaman produk. Keragaman produk adalah ragam produk yang sesuai dengan keinginan pembeli (Benson, 2007). Keragaman produk merupakan berbagai

macam produk yang berbeda, tetapi memiliki hubungan dan fungsi yang komplektibel (Kotler, 2015). Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Masruroh (2021), Hariani dan Sinambela (2020) menemukan bahwa keragaman menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Armstrong 2015:253). Dari penelitian yang dilakukan oleh Purnama, dkk (2022), Andriany dan Arda (2022) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah *store atmosphere*. Menurut Kotler dan Keller (2007) *atmosphere* unsur lain dalam persenjataan toko, setiap toko mempunyai tata letak fisik yang mempersulit atau memudahkan pembeli berjalan kesana kemari. Menurut Christina Widya Utami (2010) “Suasana Toko (*Store Atmosphere*) merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperature, music, aroma secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam bentuk konsumen”. Sutisna (2009) mengatakan *store atmosphere* adalah “penataan ruang

dalam (*instore*) dan ruang luar (*outstore*) yang mendapat kenyamanan bagi pelanggan”. Hal ini dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh Krisjayanti, dkk (2018), Prasyanti, dkk (2021) menyatakan bahwa suasana toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ini berarti semakin baik *store atmosphere* yang diciptakan maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Faktor keempat yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepercayaan pelanggan. Kepercayaan konsumen juga merupakan faktor penentu loyalitas. Menurut Kotler & Keller (2009) Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai di masa pelanggan beralih. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayai (Ebert, 2009). Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Lie et al. (2019), Ramadhan (2019) membuktikan bahwa Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan adalah kunci sukses bagi perusahaan, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Pelanggan yang loyal tidak akan mudah terpengaruh atau berpindah ke perusahaan lain. Pada dasarnya produk dan jasa pelayanan restoran sudah mulai dinikmati oleh pelanggan pada saat datang dan masuk ke restoran, cara menyambut tamu dengan ramah tamah dan sopan santun. Kemudian ketika pelanggan makan dan minum di restoran dan menikmati hiburan yang tersedia. Kualitas pelayanan di bidang jasa restoran

merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan oleh pelanggan dalam menilai kualitas restoran tersebut. Di samping keragaman produk dan kualitas produk, *store atmosphere*, serta kepercayaan pelanggan juga sangat menunjang kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi perilaku pelanggan khususnya loyalitas pelanggan yang terwujud dalam keinginan membeli ulang dan niat merekomendasikan (Kotler, 2005).

Manusia dalam kehidupan sehari-hari menjalankan segala aktifitas yang padat baik aktifitas yang berat maupun yang ringan, sehingga sudah tentu kita akan memerlukan energi untuk melakukan segala aktifitas tersebut. Olahan kudapan berbasis ayam memang saat ini banyak kita jumpai di berbagai sudut kota. Konsepnya mulai dari pedagang kaki lima hingga restoran, tak ayal jika bisnis ini menjadi daya tarik tersendiri lantaran omsetnya yang menggiurkan.

Salah satu pelaku bisnis yang memanfaatkan peluang ini adalah Ayam Gepuk Pak Gembus. Ayam Gepuk merupakan olahan ayam goreng yang penyajiannya dipukul sampai gepeng. Sebelum digoreng, ayam direbus dulu sampai kering sehingga lebih gurih saat digoreng. Ayam ini disajikan lengkap dengan bumbu rempah yang ditabur di atasnya. Menyantap ayam ini tak lengkap rasanya bila tidak ditemani sambal ulek dengan rasanya yang khas. Saat ini Ayam Gepuk Pak Gembus tersebar di Jabodetabek, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur dan di luar pulau seperti di Palembang, Sumatra Barat, Bali, Riau, Batam, Balikpapan hingga Ambon. Namun sudah banyak permintaan pembukaan gerai baru dari calon

mitra. Bukan hanya di wilayah Jakarta dan sekitarnya saja, tapi juga permintaan datang dari luar daerah termasuk permintaan untuk buka cabang mitra di luar negeri. Berawal dari modal nekat sang pemilik pada 2013 akhir dengan modal yang terbatas untuk mendirikan Ayam Gepuk Pak Gembus, pemilik menjual barang pribadinya, antara lain komputer jinjing dan kamera operasional bisnis Ayam Gepuk Pak Gembus. Bagi calon mitra yang tertarik membuka bisnis Ayam Gepuk Pak Gembus, investasi yang dibutuhkan senilai Rp 30 juta sampai Rp 32 juta. Biaya itu sudah mencakup seluruh peralatan lengkap. Seporsi Ayam Gepuk Pak Gembus dihargai Rp 19.000. Dengan target penjualan 80 porsi per hari, mitra bisa mendapatkan omzet sebesar Rp 1,5 juta per hari atau setara Rp 45 juta per bulan. Setelah dipotong uang operasional, bahan baku dan gaji dua karyawan, mitra masih bisa mengantongi laba bersih sekitar 40% dari omzet bulanan. Dengan begitu, mitra bisa balik modal dalam tiga bulan. www.majalahfranchise.com.

Berikut ini adalah data yang didapat oleh penulis jumlah pengunjung Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba Padang pada bulan Januari-Desember tahun 2022, dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengunjung Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba Padang
pada Bulan Januari-Desember Tahun 2022

Bulan	Pengunjung (Orang)	Perkembangan (%)
Januari	8.482	-
Februari	6.624	-21,90%
Maret	7.425	12,10%
April	4.500	-39,40%
Mei	8.837	96,38%
Juni	7.016	-20,60%
Juli	6.321	-9,90%
Agustus	6.050	-4,29%
September	7.430	22,80%
Oktober	5.814	-21,75%
November	9.199	58,22%
Desember	9.099	-1,09%

Sumber : Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Ayam Gepuk Pak Gembus cenderung tidak stabil (berfluktuasi) dari bulan Januari sampai Desember. Hal ini dapat dilihat dari data pada tabel 1.1 bahwa dari bulan Januari-Februari terjadi penurunan jumlah pengunjung yang datang dengan persentase sebesar -21,90%. Kemudian pada bulan selanjutnya yaitu Februari-Maret terjadi kenaikan jumlah pengunjung sebesar 12,10%. Pada bulan berikutnya yaitu Maret-April terjadi penurunan kembali jumlah pengunjung dengan jumlah sebesar -39,40%. Bulan

selanjutnya yaitu April-Mei terjadi kenaikan jumlah pengunjung dengan persentase 96,38%. Selanjutnya pada bulan Mei-Agustus terjadi penurunan dengan jumlah pengunjung sebesar -4,29%. Bulan selanjutnya yaitu bulan Agustus-September terjadi kenaikan jumlah pengunjung dengan persentase 22,80%. Pada bulan berikutnya yaitu bulan September-Oktober terjadi penurunan jumlah pengunjung sebesar -21,75%. Pada bulan berikutnya yaitu bulan Oktober-November terjadi kenaikan jumlah pengunjung sebesar 58,22%. Selanjutnya pada bulan November-Desember terjadi penurunan jumlah pengunjung sebesar -1,09%. Berdasarkan data tersebut dapat diduga bahwa fenomena yang terjadi adalah masih rendahnya tingkat loyalitas pengunjung pada Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba Padang.

Untuk memperkuat fenomena dalam penelitian ini maka dilakukan survei awal terhadap 30 orang pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba Padang. Data hasil survei awal pada tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1.2
Survei Awal Terhadap 30 Responden

No	Pernyataan	Jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya lebih sering membeli Ayam Gepuk Pak Gembus dari pada yang lain.	16	14	53,3%	46,7%
2	Saya akan membeli Ayam Gepuk Pak Gembus pada setiap cabang.	11	19	36,7%	63,3%
3	Saya memberitahukan informasi positif kepada orang lain tentang Ayam Gepuk Pak Gembus.	10	20	33,3%	66,7%
4	Kenyataan yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan Ayam Gepuk Pak Gembus sesuai dengan yang diharapkan	8	22	26,7%	73,3%
Rata-rata				37,5%	62,5%

Sumber: Survei awal (2023)

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa responden yang pernah mengunjungi outlet Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba, pada butir pernyataan Saya lebih sering membeli Ayam Gepuk Pak Gembus dari pada yang lain mendapat jawaban “Ya” sebesar 53,3% atau 16 responden, dan menjawab “Tidak” yaitu sebesar 46,7% atau 14 respnden. Pernyataan selanjutnya saya akan membeli Ayam Gepuk Pak Gembus pada setiap cabang, mendapat jawaban “Ya” sebesar 36,7% atau 11 responden, dan menjawab “Tidak” sebesar 63,3% atau 19 responden.. Kemudian butir pernyataan saya memberitahukan informasi positif kepada orang lain tentang Ayam Gepuk Pak Gembus, mendapat jawaban “Ya” sebesar 33,3% atau 10 responden, sedangkan

menjawab “Tidak” sebesar 66,7% atau 20 responden. Kemudian butir pernyataan, kenyataan yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan Ayam Gepuk Pak Gembus sesuai dengan yang diharapkan, mendapat jawaban “Ya” sebesar 26,7% atau 8 responden, dan menjawab “Tidak” sebesar 73,3% atau 22 responden.

Beberapa hasil penelitian masih ditemukan gap penelitian, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Masruroh (2021), Hariani dan Sinambela (2020), Khoironi, dkk (2018) menemukan bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun, berbeda halnya dengan penelitian Ariningtyas & Rachmawati (2020) menemukan hasil bahwa keragaman menu tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Menurut penelitian Purnama, dkk (2022), Andriany & Arda (2022), Ilfathna (2021) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Ariningtyas & Rachmawati (2020) menemukan hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Menurut penelitian Hikmat & Saefudin (2023), Rahman & Juwita (2023) dan Gunawan, dkk (2019) menemukan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun, berbeda halnya dengan penelitian Hanafi, dkk (2022) menemukan hasil bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Menurut penelitian Intan, dkk (2021), Supertini, dkk (2020) dan Salim, dkk (2019) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Lutfiani & Mufiroh (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini adalah modifikasi dari penelitian yang dilakukan Ariningtyas & Rachmawati (2020) dimana variabel bebas dalam penelitiannya adalah keragaman menu, kualitas produk, *store atmosphere* dan harga. Sementara penelitian ini hanya mengambil variabel bebas yaitu keragaman menu, kualitas produk, *store atmosphere* dan menambahkan variabel kepercayaan. Penambahan variabel kepercayaan ini didukung oleh penelitian, Bastian & Widodo (2022) membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, *Store Atmosphere* dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya ada beberapa masalah yang akan diteliti, antara lain:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Siteba di Kota Padang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Siteba di Kota Padang?
3. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Siteba di Kota Padang?
4. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Siteba di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa rumusan masalah sebelumnya, maka diperoleh tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Siteba di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Siteba di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Siteba di Kota Padang.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus cabang Siteba di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademik penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis mengenai keragaman produk, kualitas produk, *store atmosphere* dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan pelanggan dan sebagai masukan untuk menganalisa pengaruh keragaman produk, kualitas produk, *store atmosphere* dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Ayam Gepuk Pak Gembus Cabang Siteba di Kota Padang.