



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 10332-10346

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Volume Penjualan pada Pusat Grosir Harapan 1 Kota Sorong

Agustina Ema Lerek^{1✉}, James Kastanya², Edward Clan³

Universitas Kristen Papua

Email: agustinalerek@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Tujuan penelitian ini guna menganalisa Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Volume Penjualan Pada Pusat Perbelanjaan Grosir Sinar Harapan 1 Kota Sorong, Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. pengujian signifikan melalui (uji-t), menggunakan regresi linier sederhana dan koefisien determinansi (R^2). hasil pengolahan data analisa regresi linear sederhana diperoleh persamaan regresi $Y = 6,115 + 0,756X$, nilai koefisien regresi 0,756 ini mengandung makna bahwa setiap ada perubahan dan penambahan satu persen pada variabel loyalitas pelanggan maka variabel Volume Penjualan akan naik sebesar 0,756 jika variabel loyalitas pelanggan bernilai nol, maka Volume Penjualan memiliki nilai sebesar 6.115. Uji Koefisien determinasi diperoleh R^2 58.3%. artinya loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap Volume Penjualan sebesar 58.3%. Sedangkan sisanya 41.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini. Hasil uji t, dimana $t_{hitung} 10.638 > t_{tabel} 1.6772$ maka dapat dikatakan bahwa variabel Harga Jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

Kata Kunci: *Loyalitas Pelanggan, Volume Penjualan*

Abstract

The purpose of this research is to analyze the effect of customer loyalty on the volume of sales on grocery shopping centers. The method of data analysis used is descriptive analysis of quantity. significant testing through (t test), using simple linear regression and determinant coefficient (R^2). From the data processing of simple linear regression analysis using the spss program acquired y equation = $6.115 + 0.756x$, This coefficient value of regression 0.756 means that each change and add one percent to the customer's loyalty variable then the sales volume variable will rise by 0.756 if the customer's loyalty variable is zero, Then the volume of sales has a value of 6,115. In the determinant coefficient test On the coefficients determined obtained r^2 % 58.3 square. It means customer loyalty of its effect on the volume of sales of 58.3 %. The remaining 41.7 % influenced by other factors are not in analysis in this research. The results of the t, where t_{count} 10.638 and t_{table} variabel 1.6772 so it can be said that it has some positive effects and price significantly to sales.

Keywords: *Customer Loyalty Volume of Sales*

PENDAHULUAN

Grosir Sinar Harapan 1 Kota Sorong merupakan satu dari sekian grosir yang ada di kota sorong dalam menyediakan kebutuhan masyarakat khususnya kepada para penjual yang akan di jual lagi ke konsumen dengan demikian maka sinar harapan harus mampu menyediakan kebutuhan akan barang barang yang menjadi produk jadi yang dibutuhkan oleh masyarakat, atau dengan kata lain sinar harapan dengan kegiatan pemasaran produk yang di lakukan yaitu dengan menyediakan berbagai macam jenis produk dari berbagai jenis barang (selaku produsen) sesuai kebutuhan dan diharapkan pelayanan kepada kebutuhan akan barang tersebut harus maksimal, sehingga mampu mencapai target volume penjualan akibat pesatnya permintaan konsumen, yang bertujuan untuk mendapatkan laba secara optimal.

Di masa ini persaingan grosir di kota sorong semakin marak di kalangan masyarakat karena banyak sekali grosir baru yang muncul seperti bone 1 – 3 sehingga menarik para konsumen untuk berbelanja di grosir tersebut maka grosir sinar harapan mempunyai daya saing yang cukup tinggi untuk dapat mengemuka para pesaing di bidang usaha ini dengan cara membangun serta menyediakan berbagai macam jenis fasilitas baru yang di tambahkan dan juga memberikan pelayanan yang terbaik sehingga dapat memuaskan para konsumen dan menarik loyalitas (kesetiaan) konsumen untuk berbelanja di grosir sinar harapan tersebut. Salah satu faktor terpenting yang harus di lakukan grosir sinar harapan yaitu apabila produk yang diinginkan oleh konsumen tidak tersedia atau kehabisan persediaannya maka pihak grosir perlu menyediakan kebutuhan tersebut dan mampu pula memprediksi produk yang diminati dan sering di cari oleh konsumen yang telah habis/tidak

tersedia akibat kebutuhan akan barang-barang tersebut oleh konsumen.

Keinginan dan kebutuhan konsumen juga selalu berubah-ubah karena konsumen yang nota bene adalah masyarakat dan para penjual rumahan (toko, kios) yang sering sekali membeli bahan dan kebutuhan sehari-hari dan untuk dijual sehingga perlu diantisipasi seluruh kebutuhan khususnya kaitannya dengan barang-barang primer. Kemampuan merencanakan dan kemampuan meramal (*Forecast*) akan kebutuhan yang akan dijual, disiapkan di grosir sinar harapan ini diharapkan dapat mengurangi kekosongan akan kebutuhan barang yang akan dijual di Toko Sinar Harapan. Kemampuan membaca peluang pasar ini pasti akan berakibat pada perubahan pangsa pasar produk konsumtif yang menjadi produk unggulan sinar harapan,terlebih lagi di masa sekarang banyak sekali Grosir yang menjual produk konsumtif sejenis dengan merek berbeda beredar ada di Kota Sorong sehinga persaingan yang ada minimal produk konsumtif yang ada, Sinar Harapan dapat merebut posisi *market leader* dan perubahan penguasaan *market share* (pangsa pasar) untuk jenis produk Konsumtip tersebut.Untuk itu pihak perusahaan atau grosir perlu menyusun strategi pemasaran yang lebih baik dan mengetahui posisi pesaingnya. Dan bagi grosir sinar harapan juga perlu adanya peningkatan kualitas berbagai atribut yang di miliki seperti pelayanan dan fasilitas, agar jumlah pelanggan bertambah, kepuasan konsumen terpenuhi dan meningkatkan jumlah penjualan sehinggaah laba yang diperoleh maksimum. Selain itu grosir sinar harapan juga menganalisa faktor-faktor yang menyebabkan konsumen memilih merek tertentu.

Dengan atribut dan faktor tersebut grosir sinar harapan akan mampu menciptakan citra yang baik pada produknya sehinggann mampu memenuhi kebutuhandan keinginan konsumen serta memenangkan pangsa pasar bahkan menjadi *market leader (pemimpin pasar)* untuk produk sejenis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, Menurut Sugiyono penelitian kuantitaif adalah "Metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivime, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument peneliti analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,) Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke pusat perbelanjaan grosir Sinar Harapan Kota Sorong selama bulan Januari – Maret 2023 dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Pengunjung

No.	Bulan	Jumlah Pelanggan
1.	Januari	135
2.	Pebruari	155
3.	Maret	182
	Jumlah	472

2. Sampel

Sampel adalah sebagian observasi yang dipilih dari populasi dengan menggunakan prosedur tertentu (Durianto et al,). Sampel juga merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke pusat perbelanjaan grosir Sinar Harapan Kota Sorong. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dinyatakan dengan rumus Slovin dalam Sedarmayanti dan Hidayat.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa diinginkan 10 % (0,1). Maka :

$$n = \frac{472}{1 + 472(0.1)^2} = \frac{472}{1 + 5.72} = 83$$

Penulis menetapkan besarnya ukuran sampel sebesar 83 pelanggan dari populasi jumlah pelanggan.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

- a. Data Primer; Menurut data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan kusioner (Ferdinand) Kemudian dalam pengumpulan data primer ini, peneliti mengkombinasikan ketiganya yang ditujukan kepada para responden.
- b. Data Sekunder; Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada diluar responden (Sekaran, 2006) Kemudian data sekunder dalam penelitian ini adalah :
 - Melalui pustaka teori, yakni dari buku-buku yang ada kaitannya dengan variabel penelitian dan masalah yang diteliti.
 - Melalui pustaka hasil penemuan yaitu dari skripsi, tesis, artikel jurnal, internet, serta dokumentasi.

2. Sumber Data

- a. Field Research, (Data yang di dapatkan dari lapangan, tempat penelitian)
- b. Library Research, (Data yang di dapatkan dari perpustakaan dan dokumen media lainnya)

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang dihasilkan diperoleh dengan cara :

- a. Observasi; Observasi adalah metode pengumpulan data dimana penelitian atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Observasi merupakan suatu cara pengambilan data melalui pengamatan langsung terhadap situasi atau peristiwa yang ada di lapangan.
- b. Koesioner; Koesioner adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara serangkaian daftar pertanyaan yang telah disusun kepada responden untuk dijawab dan dinilai. Koesioner yang disusun menggunakan modifikasi metode skala likert lewat brosur penskalaan *summated ratings (peringkat yang dijumlahkan)* yang terdiri dari lima jawaban yaitu :
 - 1) STS : Sangat tidak setuju = 1
 - 2) TS : Tidak setuju = 2
 - 3) KS : Kurang setuju = 3
 - 4) S : Setuju = 4
 - 5) SS : Sangat setuju = 5

Teknik analisa Data

Untuk menganalisa data penulis menggunakan Program SPSS for windows.

1. Uji Validitas; Validitas instrument penelitian yaitu ditinjau dari dua segi yaitu validitas isi dan validitas butir, Yaitu:

Uji Validitas: Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. valid suatu instrument berarti menggunakan alat ukur guna mendapatkan data yang valid dari pengukuran data tersebut. Rumus yang digunakan yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi Pearson antar item yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan.

X = Jumlah nilai total

Y = Jumlah nilai butir

n = Jumlah responden dalam uji coba instrument

2. Reliabilitas; Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsisten hasil pengukuran jika dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala dan alat ukur yang sama. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. Reliable artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Pngujian reliabilitas instrument dengan menggunakan tehknik *alpha cronbach*, dimana reliabilitas instrument dianggap andal jika memiliki koefisien reliabilitas $\geq 0,5$ (lebih besar atau sama dengan 0,5). Reliabilitas adalah indeks yang memajukan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercayai atau dapat diandalkan dalam penelitian ini. Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] - \left[\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right]$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_i^2 = Varian total

Analisa Regresi Linear Sederhana.

Ghozali mengatakan bahwa analisis regresi linear sederhana adalah analisis mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini analisa linear sederhana digunakan untuk menganalisa ada tidaknya pengaruh dari variabel loyalitas pelanggan terhadap Volume penjualan, dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y= Loyalitas Pelanggan

a = Bilangan Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Volume Penjualan

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk pengukuran variasi dari variabel bebas yang menerangkan kontribusi dari *Variabel terikat*. Nilai koefisien determinasi R^2 tersebut terletak pada angka 0 dan 1. Yang artinya nilai tersebut mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi lebih kecil dari satu dimana variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat. Beberapa kelemahan dari koefisien determinasi yaitu terjadi pembiasan dari jumlah variabel bebas yang dipergunakan dalam perhitungan. Setiap terjadi kenaikan atau penurunan pada variabel bebas maka R^2 akan mengalami perubahan. apakah variabel tersebut berpengaruh sangat signifikan dari nilai R^2 terhadap variabel terikat. Untuk menganalisa data digunakan program SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Identitas Responden

Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui angket yang diberikan kepada pelanggan Pada Pusat Perbelanjaan Grosir Sinar Harapan Kota Sorong. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari Tabel berikut:

Tabel 2 Responden Berdasarkan Umur

No	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1.	25 - 35 tahun	35	42,17
2.	36 - 45 tahun	37	44,58
3.	> 46 tahun	11	13,25
Total		83	100

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Responden yang berusia 25-35 tahun sebanyak 35 orang atau 42,17 persen, responden yang berusia 36-45 tahun yaitu sebanyak 37 orang atau 44,58 persen, sedangkan responden yang berusia di atas 46 tahun sebanyak 11 orang atau 13,25 persen.

Tabel 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	67	80,72
2.	Perempuan	16	19,28
Total		83	100

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Responden berdasarkan jenis kelamin dimana responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 67 orang atau 80,72 persen dari total jumlah responden, sedangkan yang responden yang berjenis kelamin perempuan 16 orang atau 19,28 persen.

Tabel 4 Responden Berdasarkan Status Keluarga

No	Status Responden	Jumlah	Persentase
1.	Kawin	70	84,34
2.	Belum Kawin	13	15,66
Total		83	100

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Responden berdasarkan status perkawinan dimana responden memiliki status kawin yaitu sebanyak 70 orang atau 84,34 persen dari total jumlah responden, sedangkan responden yang belum kawin sebanyak 13 orang atau 15,66 persen.

Tabel 5 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SD		
2.	SLTP/SMP	7	8,43
3	SLTA	49	59,04
4	D3	24	28,92
5	S1	3	3,61
Total		83	100

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Responden berdasarkan tingkat pendidikan dimana responden yang memiliki tingkat Pendidikan SLTP/SMP sebanyak 7 orang 8,43 persen, tingkat pendidikan SLTA/SMA/SMK sebanyak 49 orang 59,04 persen, tingkat pendidikan D3 yaitu sebanyak 24 orang atau 28,92

persen, tingkat pendidikan S1 yaitu sebanyak 3 orang atau 3,61 persen.

Tabel 6 Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	> Rp. 1.000.000	18	21,69
2	Rp. 1.500.000 – 2000.000	41	49,40
3.	Rp. 2.500.000 – 3000.000	24	28,91
Total		83	100

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Responden berdasarkan pendapatan dimana yang memiliki pendapatan > Rp. 1.000.000 sebanyak 18 orang atau 21,69 persen, pendapatan Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 41 orang atau 49,40 persen, pendapatan Rp. 2.500.000 – 3000.000 sebanyak 24 orang atau 28,91 persen.

Hasil Analisis Data

1. Uji validitas

Validitas adalah suatu indikasi alat ukur yang menunjukkan tingkat kevalidan pertanyaan. Valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dari variable yang diteliti. Pengukuran validitas digunakan korelasi Pearson (*Product Moment*), jika r hitung lebih besar dari r tabel ($df = n-k$, $\alpha = 5\%$) dan hasil perhitungan Secara rinci disajikan pada Tabel r.

Tabel 7 Uji Validitas

No	Butir Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Status butir
Loyalitas Pelanggan				
1.	Pembelian ulang :	0.625	0.1818	Valid
2.	Penyimpanan	0.469	0.1818	Valid
3.	Rujuk	0.510	0.1818	Valid
4.	Kejenuhan	0.668	0.1818	Valid
5.	Ikatan emosional	0.575	0.1818	Valid
Volume Penjualan				
1.	Harga	0.652	0.1818	Valid
2.	Strategi Pemasaran	0.465	0.1818	Valid
3.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	0.642	0.1818	Valid
4.	Distribusi	0.567	0.1818	Valid
5.	Pelayanan	0.586	0.1818	Valid

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Hasil uji validitas untuk variabel Loyalitas Pelanggan dengan lima indikator menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi pembelian ulang sebesar 0,625. Koefisien korelasi penyimpanan sebesar 0,469. Koefisien korelasi Rujuk sebesar 0,510. Koefisien korelasi Kejenuhan sebesar 0,668. Koefisien korelasi Ikatan emosional sebesar 0,575. karena keseluruhan indikator yang digunakan memiliki nilai korelasi di atas 0.1818 dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel Volume Penjualan dengan lima indikator menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi harga sebesar 0,652. Koefisien korelasi strategi pemasaran sebesar 0,465. Koefisien korelasi Kesesuaian harga dengan kualitas produk sebesar 0,642. Koefisien korelasi Distribusi sebesar 0,567. Koefisien korelasi Pelayanan sebesar 0,586, keseluruhan indikator yang digunakan memiliki nilai korelasi di atas 0.1818, dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas adalah suatu indikasi untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Apabila pertanyaan diulangi pada subjek yang sama dengan waktu yang berbeda diperoleh hasil yang relatif sama. Koefisien *cronbach alpha* yang digunakan untuk mengukur reabilitas.

Tabel 8 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> hasil perhitungan	<i>Cronbach Alpha</i> yang disyaratkan	Keterangan
Loyalitas Pelanggan	0,714	0,60	Reliabel
Volume Penjualan	0,724	0,60	Reliabel

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Hasil uji reliabilitas variabel penelitian pada Tabel 10 diketahui Loyalitas Pelanggan dan volume penjualan memiliki *cronbach's Alpha* 0,714 dan 0,724 lebih besar dari 0,60. Disimpulkan kedua variable penelitian ini dinyatakan reliabel. maka variabel tersebut dapat diandalkan untuk ditetapkan untuk analisis selanjutnya.

Analisa Regresi Linear Sederhana.

Untuk menyatakan ada atau tidaknya pengaruh loyalitas pelanggan terhadap volume penjualan pada Pusat Perbelanjaan Grosir Sinar Harapan Kota Sorong, dengan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = a + bX$.

Kemudian dilakukan pengujian regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS Vs 25 maka diperoleh hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Regresi Linear

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized		Standardized		
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	6.115	1.504		4.065	.000
	LOYALITAS PELANGGAN	.756	.071	.763	10.638	.000

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Dari hasil regresi sederhana tersebut, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,115 + 0,756X$$

Keterangan dari persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

- Nilai a adalah konstanta sebesar 6,115 artinya jika variabel loyalitas pelanggan dianggap konstan maka nilai volume penjualan atau variabel terikat tidak dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu harga jual.
- Nilai b adalah koefisien sebesar 0,756 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan pada variabel loyalitas pelanggan sebesar satu persen maka akan meningkatkan volume penjualan sebesar 0,756 atau 75,6%.

Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independent (loyalitas pelanggan) terhadap variabel dependent (volume penjualan). Nilai uji t dapat dilihat dari *p-value* (pada kolom Sig) pada variabel independent, jika *p-value* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau t-hitung (pada kolom t) lebih besar dari t-tabel (dihitung dari *two-tailed* $\alpha = 5\%$, $df = n - k$, k merupakan jumlah variabel independen, $83 - 2 = 81$), output SPSS tersebut dapat dilihat pada Tabel di bawah ini

Tabel 10. Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a	
		t	Sig.
1	(Constant)	4.065	4.065
	LOYALITAS PELANGGAN	10.638	10.638

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% dan jumlah data 40. Uji t dihasilkan t-hitung > t-tabel dengan signifikan (df1 = 2 – 1 = 1 dan df2 = 83– 2 = 81) maka t-tabel adalah 1.6639.

Kriteria Keputusannya adalah:

- a. Jika t hitung > t tabel, dan sig < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.
- b. Jika t hitung < t tabel, dan sig > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS versi 21 diatas, menunjukkan hasil uji parsial (uji t), dimana dihasilkan t-hitung harga jual yaitu t_{hitung} 10.638 > dari t_{tabel} 1.6639, atau nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya, karena t-hitung > t-tabel, maka dapat disimpulkan hipotesis nihil (Ho) "ditolak" dan Ha "diterima", atau hipotesis yang berbunyi ada pengaruh signifikan loyalitas pelanggan terhadap volume penjualan.

Tingkat hubungan antara kedua variabel ditentukan melalui dan sesuai dengan pedoman penilaian sebagai berikut:

- a. 0,00 – 0,20 = korelasi yang rendah sekali
- b. 0,21 – 0,40 = korelasi yang rendah
- c. 0,41 – 0,70 = korelasi yang sedang
- d. 0,71 – 0,90 = korelasi yang tinggi
- e. 0,91 – 1,00 = korelasi yang sangat tinggi sekali

Berdasarkan pedoman analisis tersebut, maka analisis terhadap kedua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini dapat di ikuti selanjutnya pada pembahasan ini.

Koefisien Determinasi

Dalam hasil pengolahan data menggunakan SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R Square*.

Tabel 11. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.583	.578	1.283

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Pelanggan

Sumber Data : Hasil Penelitian data diolah kembali, 2023

Hubungan antara loyalitas pelanggan dan volume penjualan "tergolong cukup kuat". dapat digunakan koefisien determinasi (r^2) atau R square. Karena $r_{xy} = 0,763$ maka koefisien determinasi $r^2 = 0,583$ atau 58.3%. Hal ini berarti bahwa volume penjualan sebesar 58.3%. dipengaruhi oleh loyalitas pelanggan pada Pusat Perbelanjaan Grosir Sinar

Harapan Kota Sorong, sedangkan sisanya yaitu sebesar 41.7% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya kualitas produk dan promosi penjualan.

Deskripsi Data

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan regresi linear sederhana yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dan positif variabel loyalitas pelanggan terhadap volume penjualan, diperoleh

$$Y = 6,115 + 0,756X$$

dimana nilai a adalah konstanta yang menjelaskan bahwa apabila loyalitas pelanggan mempunyai nilai nol maka nilai volume penjualan sebesar 6,115. Nilai b adalah koefisien regresi sebesar 0,756 yang menjelaskan bahwa apabila terjadi perubahan atau penambahan satu poin maka variabel volume penjualan akan naik sebesar 0,756.

Dari perhitungan koefisien determinasi diketahui bahwa pengaruh variabel volume penjualan Tela dipengaruhi oleh harga jual sebesar 58.3%. dengan kelebihan 41.7% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel loyalitas pelanggan. Faktor-faktor lain diantaranya adalah kualitas produk dan promosi penjualan.

Berdasarkan analisis regresi bahwa lebih dominan responden berpendapat bahwa variabel loyalitas pelanggan yang dilakukan pada Pusat Perbelanjaan Grosir Sinar Harapan Kota Sorong maupun uji parsialnya (uji t) dari variabel loyalitas pelanggan menunjukkan nilai yang positif/signifikan, untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah bahwa variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} 10.638 >$ dari $t_{tabel} 1.6639$, berarti juga signifikan. Artinya variabel loyalitas pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan.

Hasil uji validitas untuk variabel loyalitas pelanggan dengan lima indikator menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi pembelian ulang sebesar 0,625. koefisien korelasi penyimpanan sebesar 0,469. koefisien korelasi rujuk sebesar 0,510. koefisien korelasi kejenuhan sebesar 0,668. koefisien korelasi ikatan emosional sebesar 0,575. karena keseluruhan indikator yang digunakan memiliki nilai korelasi di atas 0.1818 dinyatakan valid.

Hasil uji validitas untuk variabel volume penjualan dengan lima indikator menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi harga sebesar 0,652. koefisien korelasi strategi pemasaran sebesar 0,465. koefisien korelasi kesesuaian harga dengan kualitas produk sebesar 0,642. koefisien korelasi distribusi sebesar 0,567. koefisien korelasi pelayanan sebesar 0,586, keseluruhan indikator yang digunakan memiliki nilai korelasi di atas 0.1818, dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas variabel penelitian diketahui loyalitas pelanggan memiliki *cronbach's Alpha* 0,714 > 0,60. dan volume penjualan memiliki *cronbach's Alpha* 0,724 > 0,60. Disimpulkan seluruh item yang dihitung dinyatakan reliabel artinya variabel tersebut dapat diandalkan untuk ditetapkan guna analisis selanjutnya.

SIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan di atas, maka terdapat beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut : 1) Variabel loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap volume penjualan pada Pusat Perbelanjaan Grosir Sinar Harapan Kota Sorong. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan, H_0 diterima dan H_a ditolak pada taraf signifikan (5%) $t_{hitung} 10.638 >$ dari $t_{tabel} 1.6639$; 2) Hasil uji reliabilitas variabel penelitian diketahui loyalitas pelanggan memiliki *cronbach's Alpha* 0,714 > 0,60. dan Volume penjualan memiliki *cronbach's Alpha* 0,724 > 0,60. Dan seluruh item yang dihitung dinyatakan reliabel artinya variabel tersebut dapat diandalkan untuk ditetapkan guna analisis selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 'Analisis Regresi, Teori, Kasus Dan Solusi', 2000
- Durianto, Darmadi, et al, 'Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek', 2001
- Dwi Wahyuni, Chusnul Rofiah, 'Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang', *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12.1 (2017), 69–82
- Jill Griffin, 'Customer Loyalty', 2005
- Putra, Fauzi Dwi, 'Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung', *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9.2 (2019)
- Rangkuti Freddy, 'Measuring Customer Satisfaction', 2002
- Rj, Freida Triastuti, and Tae Ferdinand, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Buket Koffee+Jazz Semarang)', *Diponegoro Journal of Management*, 1.1 (2012)
- Sanusi Anwar, 'Metodologi Penelitian Bisnis', 2011
- Sekaran, Uma, 'Metodologi Penelitian Untuk Bisnis', 2006
- Sudjana, 'Metode Statistika', 2005
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 2015
- , 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RAD', 2009

———, 'Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D', 2008
Sutisna, 'Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran', 2003
Tjiptono, 'Manajemen Jasa', 2004
Hasan, Ali. (2015). Marketing. Jakarta: Penerbit Medpress.
Ismanto, J. (2020). Manajemen pemasaran. Tangerang Selatan.