

**PENGARUH *PRICE DISCOUNT* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
RITEL HELLO SHOPPING PEKANBARU**

The Effect of Price Discount on Customer Loyalty at Hello Shopping Pekanbaru

Siti Khairani

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam
Riau, Jln Kaharuddin Nasution No. 113 Pekanbaru Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia
9022

Email : sitikhairani@student.uir.ac.id

ABSTRAK

Price Discount merupakan kebijakan penurunan harga yang diberikan oleh pemasar kepada pelanggan pada waktu tertentu untuk menarik perhatian pelanggan dan mendorong mereka untuk segera membeli produk tertentu. Loyalitas Pelanggan ialah kesetiaan pelanggan yang ditunjukkan dengan sikap positif seperti melakukan peningkatan pembelian ulang dan teratur, kemauan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain serta keyakinan untuk tidak berpindah ke produk pesaing. Penelitian ini dilakukan di Hello Shopping Pekanbaru di Jl. Rambutan No.25, Sidomulyo Tim., Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana *Price Discount* dalam mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Sampel didapat sebanyak 100 responden dari populasi. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *price discount* terhadap loyalitas pelanggan pada ritel hello shopping pekanbaru. Pada penelitian peneliti menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif dengan program SPSS digunakan dalam penelitian ini. Sampel diambil sebanyak 100 responden dari populasi yang merupakan member dari hello shopping pekanbaru. Data yang diterima dari hasil kuesioner lalu selanjutnya digarap untuk diuji melalui program SPSS 26. Dari hasil analisis data uji validitas, reliabilitas, regresi liner sederhana. Pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa *Price Discount* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ritel Hello Shopping Pekanbaru.

Kata Kunci: *Price Discount*, Loyalitas Pelanggan, Ritel Hello Shopping

ABSTRACT

Price Discount is a price reduction policy provided by marketers to customers at a certain time to attract customer attention and encourage them to immediately buy certain products. Customer Loyalty is customer loyalty which is shown by positive attitudes such as increasing repeat and regular purchases, willingness to provide recommendations to others and confidence not to switch to competing products. This research was conducted at Hello Shopping Pekanbaru on Jl. Rambutan Number 25, East Sidomulyo, Marpoyan Damai District, Pekanbaru City, Riau. This research was conducted to find out how *Price Discount* affects Customer Loyalty. The sample was obtained as many as 100 respondents from the population. The purpose of this study was to determine the effect of price discounts on customer loyalty at hello shopping retail in Pekanbaru. In this study, researchers used descriptive and quantitative methods with the SPSS program used in this study. The sample was taken as many as 100 respondents from the population who were members of hello shopping pekanbaru. The data received from the questionnaire results were then further worked on to be tested through the SPSS 26 program. From the results of data analysis, validity, reliability, simple liner

regression tests. The tests carried out show that Price Discount has a Positive and Significant Effect on Customer Loyalty at Hello Shopping Pekanbaru Retail.

Keywords: *Price Discount, Customer Loyalty, Ritel Hello Shopping*

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah sebagai proses social dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptakan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya. Dalam pemasaran, potongan harga (diskon) merupakan alat promosi yang dapat menarik perhatian konsumen untuk mendorong hasrat calon konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Menurut survei yang dilakukan oleh AC Nielsen bahwa dalam membeli produk didapatkan sebesar 76% konsumen menyukai diskon harga sedangkan 18% lebih menyukai hadiah langsung.

Menurut (Siswanto Sutojo, 2008) diskon atau potongan harga adalah pengurangan harga dari apa yang dicantumkan dalam daftar harga yang sesungguhnya. Potongan harga diberikan kepada pembeli yang membayar sebelum waktu tertentu, atau membeli dalam jumlah tertentu.

Menurut Sutisna 2002:97 (dalam Anisa Jayanti et al., 2020) maksud dari pemberian potongan harga yang pertama adalah untuk mengukur sejauh mana efektivitas dalam memahami dampaknya terhadap konsumen. Dengan memberikan diskon, diharapkan dapat meningkatkan volume pembelian, memengaruhi jumlah barang yang dibeli oleh konsumen. Dan yang terakhir berkaitan dengan harga, pemberian potongan harga secara langsung bertujuan untuk mengurangi total pengeluaran konsumen.

Persaingan bisnis dalam perkembangan era globalisasi menuntut Perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dilingkungan

bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap Perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal (pelanggan), yaitu salah satu nya melalui persaingan penerapan kinerja marketing mix (bauran pemasaran) untuk memberikan citra khusus bagi konsumennya.

Rahmad, dkk (2023) menyatakan pada saat ini semua individu sangat disibukkan dengan pekerjaan yang padat dan Masyarakat yang memiliki gaya hidup yang praktis dan cepat. Keadaan ini pada akhirnya menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar harga dan barang di dalam eksistensi Perusahaan, yang bersaing untuk memperoleh pelanggan. Agar mampu menyaingi pesaing maka kita harus melakukan perubahan-perubahan strategi, salah satunya yaitu harga diskon atau potongan harga. Menurut *Burnnet* dan *Moriarty* menyatakan bahwa potongan harga adalah insentif ekstra agar konsumen mau melakukan tindakan, paling tidak punya perhatian terhadap produk yang ditawarkan, dengan kata lain besarnya potongan harga dapat memberikan dorongan bagi konsumen untuk membeli.

Harga diskon (*Price Discount*) adalah pemberian harga yang lebih rendah dari harga awal. Biasanya peritel menawarkan potongan harga untuk membuat pelanggan senang dan mendorong mereka untuk berbelanja lebih banyak. Karena pelanggan melakukan pembelian dalam jumlah besar, potongan harga merupakan komponen penting dalam menghasilkan keuntungan. Semakin sering pelanggan membeli sesuatu semakin besar kemungkinan mereka akan menjadi loyal terhadap Perusahaan.

Menurut (Griffin, 2022) Loyalitas merupakan salah satu fungsi yang penting dan merupakan kekuatan bagi sebuah

Perusahaan yang ingin bersaing dengan Perusahaan lain. Lebih banyak dikaitkan dengan perilaku konsumen -terhadap suatu Perusahaan, apabila seseorang merupakan Masyarakat yang loyal maka ia menunjukkan perilaku konsumen yang terus menerus.

Menurut (Utami, 2018) Konsumen yang loyal bukan berarti mereka tidak pernah mencoba merek atau produk pesaing lainnya. Sebagai konsumen, seseorang pasti pernah mencoba produk atau merek lain sebagai bentuk rasa ingin tahu, keinginan untuk mencoba penawaran baru, mengurangi kebosanan dan alasan lainnya. Oleh karena itu untuk menilai kesetiaan konsumen tidak dapat mengandalkan satu metode pengukuran saja. Secara umum, dalam bisnis ritel, kesetiaan konsumen diukur melalui pendekatan perilaku, di mana konsumen dianggap setia jika mereka melakukan pembelian kembali atau berbelanja lagi di outlet ritel yang sama. Meskipun pendekatan ini sah, pengukuran kesetiaan

yang hanya berdasarkan pendekatan perilaku memiliki keterbatasan, mengingat konsumen pasti akan mencoba produk atau merek pesaing dengan berbagai alasan atau tujuan pembelian.

Hello Shopping merupakan salah satu ritel yang menjual perlengkapan dan peralatan rumah tangga dan juga berbagai macam barang yang unik dan viral yang mengikuti zaman. Hello Shopping ini memudahkan transaksi jual beli di era digital karena ketika membeli produk yang diinginkan harus menunggu lama dan tidak dapat melihat secara langsung barang yang dicari dan dibutuhkan oleh karena itu Hello Shopping menyediakan offline store yang tujuannya untuk memudahkan konsumen ketika berbelanja. Produk-produk yang dijual di Hello Shopping ini berbagai macam mulai dari kategori perlengkapan dan peralatan dapur, dekorasi rumah, alat-alat kamar mandi bahkan kini sudah tersedia berbagai macam mainan dan alat perabotan rumah.

Tabel 1: Member Hello Shopping pada Satu Tahun Terakhir 2022-2023

Bulan	Member Hello Shopping
Oktober	267
November	356
Desember	422
Januari	378
Februari	305
Maret	466
April	319
Mei	335
Juni	308
Juli	278
Agustus	367
September	266

Sumber: Hello Shopping Pekanbaru, 2024

Konsumen menyadari bahwa di Hello Shopping ini sering melakukan diskon harga setiap hari nya bahkan ketika momen tertentu Hello Shopping akan memberikan diskon harga yang lebih besar sehingga konsumen menantikan momen tersebut untuk membeli produk yang diinginkan dan dibutuhkan. Dengan adanya

strategi pemberian diskon harga mengakibatkan konsumen menjadi loyal.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Apakah *price discount* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada ritel hello shopping pekanbaru?”.

Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *price discount* terhadap loyalitas pelanggan pada ritel hello shopping pekanbaru.

STUDI KEPUSTAKAAN

Price Discount

Menurut Hartimbul Ginting 2011 (dalam Setiawan et al., 2023) Harga diskon adalah pemberian harga yang relatif rendah dari harga aslinya. Biasanya *price discount* ditawarkan peritel agar konsumen merasa senang dan mereka tertarik untuk meningkatkan pembelanjaan. *Price discount* merupakan faktor yang sangat penting untuk melancarkan arus kas, karena konsumen melakukan pembelian dalam jumlah banyak. Semakin sering konsumen melakukan pembelian maka kemungkinan besar konsumen akan loyal terhadap perusahaan tersebut.

Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2005) loyalitas adalah respon perilaku pelanggan yang dapat terlihat secara terus menerus oleh pengambil keputusan dengan memperlihatkan satu merek atau penggunaan jasa lebih dari satu kali dan juga memperhatikan respon pelanggan dari jasa yang telah diberikan dengan merek atau jasa yang sejenis dan merupakan perilaku psikologis. Imbalan dari kesetiaan bersifat jangka Panjang dan kumulatif. Semakin lama loyalitas seorang pelanggan, maka semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari suatu pelanggan.

METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah tipe penelitian kuantitatif deskriptif, metode penelitian ini digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, yang mengumpulkan data dengan menggunakan peralatan penelitian dengan menganalisisnya secara kuantitatif dan

statistic dengan tujuan untuk mengevaluasi hipotesis yang dihasilkan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, objektif, terukur, rasional, sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2020:35).

Lokasi Penelitian

Hello Shopping Pekanbaru yang beralamat Jl. Rambutan No.25 Kota Pekanbaru, Riau. Alasan penulis melakukan penelitian dilokasi ini karna merupakan salah satu ritel perlengkapan dan peralatan rumah tangga yang melakukan diskon pada momen tertentu dan ritel yang memiliki program member. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui Pengaruh *Price Discount* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ritel Hello Shopping Pekanbaru.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020:148). Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya yaitu seluruh member Hello Shopping pada bulan oktober 2022 hingga september 2023.

Sedangkan Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2020:149) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh member Hello Shopping pada bulan oktober 2022 hingga september 2023. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 pelanggan/member.

Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sample yang digunakan pada dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020:156). Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu responden yang sudah menjadi member hello shopping, diindikasikan member ini adalah konsumen yang loyal.

Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Data Primer
- b. Data Sekunder

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam menyampaikan ini, teknik yang digunakan adalah :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Kuesioner
- d. Dokumentasi

Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dan kuantitatif, analisis asosiatif adalah untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variable atau lebih yang berkaitan dengan permasalahan yang ada pada satu unit usaha, analisis kuantitatif adalah Analisa yang menggunakan bantuan statistic untuk membantu dalam perhitungan angka-angka untuk menganalisa data yang diperoleh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Rekapitulasi Tanggapan Responden

Tabel 2 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Price Dsicount* Pada Hello Shopping Pekanbaru

No	Indikator	Total	Interpretasi
1	Besarnya potongan harga	1386	Sangat Setuju
2	Masa potongan harga	1389	Sangat Setuju
3	Jenis produk yang mendapatkan diskon	1367	Sangat Setuju
Total Keseluruhan		4142	
Kategori		Sangat Setuju	

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel rekapitulasi variabel *Price Discount* diatas dapat diketahui bahwa indikator besarnya potongan harga memiliki bobot 1386 yang dikategorikan dalam kategori sangat setuju, indikator masa potongan harga memiliki bobot sebesar 1389 yang dikategorikan dalam kategori sangat setuju, dan indikator jenis produk yang mendapatkan diskon memiliki bobot 1367 yang dikategorikan dalam kategori sangat setuju. Dari tabel

tersebut dapat diketahui juga bahwa bobot total variabel *Price Discount* berada pada kategori sangat setuju yang mana memiliki bobot sebesar 4142. Sesuai dengan interval variabel *Price Discount* 3.783-4.503 dengan kategori Sangat Setuju.

Hal tersebut menurut 100 orang responden sangat setuju bahwa dengan adanya *price discount* akan membuat konsumen untuk melakukan transaksi ulang pada Hello Shopping Pekanbaru.

Tabel 3: Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan Pada Hello Shopping Pekanbaru

No	Indikator	Total	Interpretasi
1	Melakukan pembelian ulang secara teratur	892	Sangat Setuju
2	Membeli antar lini produk dan jasa	917	Sangat Setuju
3	Mereferensikan kepada orang lain	924	Sangat Setuju
4	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing	880	Sangat Setuju
Total Keseluruhan		3613	
Kategori		Sangat Setuju	

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel rekapitulasi variabel Loyalitas Pelanggan diatas dapat diketahui bahwa indikator melakukan pembelian ulang secara teratur memiliki bobot 892 yang dikategorikan dalam kategori sangat setuju, indikator membeli antar lini produk dan jasa memiliki bobot sebesar 917 yang dikategorikan dalam kategori sangat setuju, indikator mereferensikan kepada orang lain memiliki bobot 924 yang dikategorikan dalam kategori sangat setuju, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing memiliki bobot sebesar 880 yang dikategorikan dalam kategori sangat setuju. Dari tabel tersebut dapat diketahui

juga bahwa bobot total variabel Loyalitas Pelanggan berada pada kategori sangat setuju yang mana memiliki bobot sebesar 3613. Sesuai dengan interval variabel Loyalitas Pelanggan 3.364-4.004 dengan kategori Sangat Setuju

Hal tersebut menurut 100 orang responden sangat setuju bahwa Loyalitas Pelanggan sudah sangat setuju sehingga dapat membuat konsumen untuk melakukan transaksi ulang pada Hello Shopping Pekanbaru.

Uji Validitas dan Realibilitas

Tabel 4: Hasil Analisis Validitas Variabel *Price Discount* (X) dan Loyalitas Pelanggan(Y)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
<i>Price Discount</i> (X)	X1	0,706	0,194	Valid
	X2	0,629	0,194	Valid
	X3	0,573	0,194	Valid
	X4	0,626	0,194	Valid
	X5	0,706	0,194	Valid
	X6	0,697	0,194	Valid
	X7	0,684	0,194	Valid
	X8	0,685	0,194	Valid
	X9	0,685	0,194	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	Y1	0,705	0,194	Valid
	Y2	0,707	0,194	Valid
	Y3	0,678	0,194	Valid
	Y4	0,664	0,194	Valid
	Y5	0,726	0,194	Valid

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
	Y6	0,569	0,194	Valid
	Y7	0,302	0,194	Valid
	Y8	0,275	0,194	Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2024

Dari tabel diatas hasil pengamatan pada r tabel didapatkan nilai dari sampel (N) = 100 di 0,05% sebesar 0,194. Melihat pada hasil uji validitas bahwa semua item yang terdapat pada variabel X yang dimulai dari X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, dan X9 dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Demikian pula untuk variabel Y yang terdiri dari Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, dan Y8. Juga menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Realibilitas

Tabel 5: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Price Discount (X)	0,842	0,60	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,701	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2024

Dari tabel diatas nilai reliabilitas kedua variabel (0,842 dan 0,701) > 0,6

maka alat ukur yang digunakan reliabel atau dapat dipercaya.

Uji T
Tabel 6: Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.758	2.334		5.893	.000
	Price Discount	.543	.057	.695	9.580	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelangga

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS, 2024

Dari table diatas nilai t tabel yang diperoleh sebesar 1,984 dilihat pada tabel bahwa nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($9,580 \geq 1,984$) dengan nilai signifikansi yang diperoleh $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ($0,001 \leq$

$0,025$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan arti lain variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7: Hasil Uji Koefisien

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.484	.478	1.756

a. Predictors: (Constant), *Price Discount*

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS,2024

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,484 atau 48,4% artinya variabel *price discount* mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Ritel hello shopping pekanbaru sebesar 48,4% dan 51,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang shopping pekanbaru.

tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, *store atmosphere*, dan *sales promotion*. Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa pengaruh dari *price discount* cukup besar terhadap loyalitas pelanggan pada ritel hello

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.758	2.334		5.893	.000
	<i>Job insecurity</i>	.543	.057	.695	9.580	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS,24

Dari output diatas dapat diketahui nilai t hitung 9.580 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh variabel X (*Price Discount*) terhadap (Loyalitas Pelanggan).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisa yang telah dikemukakan, hasil ini sesuai dengan tujuan awal penelitian, dengan rincian

1. *Price Discount* pada hello shopping pekanbaru masuk dalam kategori sangat baik. Dengan demikian dapat diartikan bahwa *price discount* sudah sangat baik sehingga diharapkan dapat membuat konsumen terus menerus melakukan transaksi berulang di hello shopping pekanbaru.
2. Loyalitas Pelanggan pada hello shopping pekanbaru berada pada kategori sangat baik. Yang berarti bahwa konsumen merasa puas dengan produk yang diperjual belikan oleh hello shopping pekanbaru.
3. Variabel *price discount* mempengaruhi loyalitas pelanggan pada ritel hello shopping sebesar 48,4% dan 51,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, *store atmosphere*, dan *sales promotion*.

Saran

Dari kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini, agar dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan untuk mempertahankan dan membuat konsumen merasa lebih tertarik maka penulis memberikan saran kepada pihak, sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan *price discount* sudah diterapkan oleh hello shopping

dengan baik. Namun lebih baik lagi jika pelanggan yang sudah menjadi member mendapatkan potongan harga yang lebih dari pada konsumen yang bukan member, sehingga dapat menarik perhatian pelanggan lebih banyak lagi dan membuat pelanggan merasa yakin untuk melakukan transaksi ulang setiap saat.

2. Dari hasil penelitian diketahui bahwa loyalitas pelanggan berada pada kategori sangat baik, artinya pelanggan sudah menilai baik dengan apa yang mereka dapatkan pada produk yang dijual oleh hello shopping. Jadi pihak hello shopping harus bisa memotivasi agar pelanggan tetap terus melakukan transaksi berulang.
3. Sampel yang digunakan pada penelitian ini hanya terbatas pada member hello shopping pada 1 tahun terakhir. Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat memperluas ruang lingkup responden dengan menambah wawancara kepada pelanggan yang menjadi member pada tahun-tahun berikutnya. Penulis juga menyarankan agar memperluas variabel yang diteliti untuk mengkaji hal-hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahman, F., Agustin, H., Sasraningsih, E., Noor, A. N. B. M., Ismail, I. B., Abdullah, N. A. B. N., & Ibrahim, I. I. B. (2023). Analysis of the Influence of Zakat Distribution on Poverty Rates in Riau Province during the Covid-19 Pandemic. *Res Militaris*, 13(2), 328-339.

- Adnan, I. M., & Hamim, S. (2019). A feasibility study of the expansion of the districts of Pelalawan Regency, South Riau, Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(4), 41-57.
- Afrizal, A., Munaf, Y., Yogia, M. A., Suri, D. M., Prayuda, R., & Amri, P. (2023). Government-Owned Digital Services to Overcome the Spread of COVID-19, Case in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 15(5), 1553-1563.
- Agustin, H., Almuttaqin, M. A., Yusnita, R. R., & Safitri, N. (2023). Analyzing Business Feasibility: A Comprehensive Study Using Hamdi's Method. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 521-534.
- Agustin, H., Indrastuti, S., Sundari, E., & Yusrawati, Y. (2023). Feasibility Analysis of Boutique Business Development "Myfashionproject" In Pekanbaru. *Journal of System and Management Science*, 13(1), 85-102.
- Agustin, H., Indrastuti, S., Tanjung, A. R., & Said, M. (2018). Ownership structure and bank performance. *Banks and Bank Systems*, 13(1), 80-87.
- Agustin, H., Rosyadi, M. I., & Firdaus Abd Rahman, A. (2021). Islamic Financial Theory in Overcoming Economic Crisis Due to COVID-19 Pandemic. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(5).
- Agustin, H., Yusrawati, E. S., Hidayah, T. H. N., & Arizza, N. V. The Impact of Income Smoothing on Bank Performance: An Islamic Perspective on Listed Banks in Indonesia (2014-2018).
- Anisa Jayanti, N., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon Dan Garansi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang). In *JIAGABI* (Vol. 9, Issue 2).
- Athoillah, A. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. Pustaka Setia.
- Azni, A., Yuanda, L., Hatta, Z. M., & Mariyanti, T. (2016). Analisis Laporan Keuangan Sebagai Alat Dalam Memprediksi Kecenderungan Terjadinya Kebangkrutan Pada Bank Umum Syariah; Bni Syariah, Bri Syariah, Mandiri Syariah, Mega Syariah, Bukopin Syariah (Suatu Studi Penggunaan Model Altman's Z-Score). *Jurnal Dakwah Risalah*, 27(1), 1-9.
- Azwirman, A., Zulhelmy, Z., & Suryadi, A. (2019). Analysis of islamicity performance index on sharia banks in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(3), 221-232.
- Eka Nuraini Rachmawati, A. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Agency Cost, dan Dividend Payout Ratio terhadap Kinerja Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2012. *Jurnal Al-Iqtishad*, 10(1), 55-67.
- Farisi, S. dan R. S. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.

- Ginting, W. R., & Hamim, S. (2016). Pelaksanaan Pengawasan Oleh Dinas Kesehatan Terhadap Produksi Air Bersih Isi Ulang Di Kota Pekanbaru. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(2), 128-143.
- Griffin, J. (2022). *Customer Loyalty* (Y. Sumiharti, Ed.). Erlangga.
- Hamim, S., & Indrastuti, S. (2019). The Open System of Strategic Planning for the Development of Rural Autonomy in Riau, Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(4), 27-40.
- Hamim, S., & Vianda, L. (2019). Strategi Pembangunan Kontekstual Terpadu Sektor Perkebunan, Pertanian, Peternakan, Perikanan Dan Industrialisasi Pengolahan Menjadi Pakan Ternak dan Ikan. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 5(2), 206-216.
- Hamim, S., Karya, D., Indrastuti, S., Zubaidah, E., & Yuna, S. E. (2022). Teamwork Strategy of the Development Planning Consultative Team of the Food Security Program. *Social Science Journal*, 12(4), 2278-2289.
- Hamim, S., Vianda, L., & Pitaloka, S. (2020). Penerapan Prinsip Prinsip Pelayanan Publik Di Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk Dan Catatan Sipil Kantor Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Pekanbaru. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(1), 1-10.
- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Medpress.
- Herlena, S. Z., Yogia, M. A., Rahman, K., Prayuda, R., & Munaf, Y. (2021). Analysis of the performance of state civil servants in the functional provision of salary in the department of education and culture Pelalawan District. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(3), 303-321.
- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Edisi Keempat). CV. Alfabeta .
- Indrastuti, S., Rachmawati, E. N., Agustin, H., & Yusnita, R. R. (2022). The Influence of the Quality of Human Resources and Organizational Commitment on Employee Performance at the Secretariat of the Regional People's Representative Council of Riau Province. *Central European Management Journal*, 30, 735-741.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis* (P. Rapana, Ed.). CV Sah Media .
- Karya, D., Hasan, H., & Kadir, E. A. (2017). Impact of forest fire to economic and environment in Riau Province Indonesia. *International Business Management*.
- Kausarian, H., Sumantyo, J. S., Kuze, H., Karya, D., & Panggabean, G. F. (2016). Silica Sand Identification using ALOS PALSAR Full Polarimetry on The Northern Coastline of Rupaat Island, Indonesia. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 6(5), 568-573.

- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Terjemahan Bob Sabran, Ed.; Edisi 12 Jilid 1). Erlangga.
- Kristiawan, M. S. & L. (2017). *Manajemen Pendidikan*. Deepublish.
- Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129–140.
- Levy, M., & Weitz, B. (2012). *Retailing Management* (4th ed.). Richard D. Irwin inc.
- Mardatiilah, A., & Rosmayani, R. (2023). The effect of innovation on sustainable competitive advantage through local wisdom in Padang restaurants in Pekanbaru. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 506-516.
- Mardatila, A. (2012). Peranan Wanita dalam pengembangan usaha kecil rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan keluarga. *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(2), 207-214.
- Mardatillah, A. (2020). The enterprise culture heritage of Minangkabau cuisine, West Sumatra of Indonesia as a source of sustainable competitive advantage. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 34.
- Mardatillah, A., Raharja, S. U. J., Hermanto, B., & Herawaty, T. (2019). Riau Malay food culture in Pekanbaru, Riau Indonesia: commodification, authenticity, and sustainability in a global business era. *Journal of Ethnic Foods*, 6, 1-10.
- Mardatillah, A., Rosmayani, R., & Ramadani, S. (2020). Sustainable competitive advantage of Riau Malay weaving industry based on local wisdom. *International Research Journal of Business Studies*, 13(3).
- Mardatillah¹, A., Raharja, S. J., Hermanto, B., & Herawaty, T. (2020). Human Capital and Partnership to Achieve of Sustainable Competitive Advantage in Micro and Small Business. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(5), 1415.
- Mardhatillah, A. (2020). Model of intention to behave in online product purchase for Muslim fashion in Pekanbaru, Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1419-1441.
- Muniarty, P., Verawaty, Hasan, Patimah, & Ch. (2022). *Manajemen Pemasaran* (M. Sari, Ed.). PT. Global Eeksekutif Teknologi.
- Nugroho, D. A. (2017). *Pengantar Manajemen*. UB Press.
- Nurman, N., Kumalasari, E., Erlina, E., & Yuli, A. R. (2024). Dynamics The Zonation Policy System For Upper Secondary Student Admissions In Kampar District Riau Province. *CosmoGov: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 10(1), 20-30.
- Nurman, N., Sujianto, S., Saputra, T., & Prayuda, R. (2020). Participatory Village Development Planning Model. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(5), 324-336.
- Agustin, H., Rosyadi, M. I., & Firdaus Abd Rahman, A. (2021). Islamic Financial Theory in Overcoming Economic Crisis Due to COVID-19

- Pandemic. *Journal of Hunan University Natural Sciences*, 48(5).
- Nurman, N., Sujianto, S., Saputra, T., & Prayuda, R. (2020). Participatory Village Development Planning Model. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(5), 324-336.
- Nurman, Yusriadi, Y., & Hamim, S. (2022). Development of pluralism education in Indonesia. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 9(3), 106-120.
- Pakpahan, O. P., Moreira, L., Camelo, A., Karya, D., Martins, A. C., Gaspar, P. D., & Santo, C. E. (2023). Evaluation of comparative scenarios from different sites of chestnut production using life cycle assessment (LCA): Case study in the Beira Interior region of Portugal. *Heliyon*, 9(1).
- Prayuda, R., Syafrinaldi, S., Akbar, D., Nurman, N., & Sary, D. V. (2022). Development of Penyengat Island Area as an International Tourism Area Based on Heritage Tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(4), 1367-1371.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Prihatin, P. S., & Rinaldi, K. (2013). The Policy Implementation in Development Water Front City in District Senapelan Pekanbaru. *Jurnal Studi Pemerintahan*.
- Putr, S. H., & Zulhelmy, P. D. (2021). A Glance of Sea Tribes People in Batam, RiauArchipelago, Indonesia Multidisciplinary Perspective. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(14), 4225-4230.
- Rachmat, Z., Santoso, A., Nilam Sari, M., & Putri Nugraha, J. (2022). *Administrasi Bisnis (S. ST. , M. B. Oktavianis, Ed.)*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Rachmawati, E. N. (2017). Akad jual beli dalam perspektif fikih dan praktiknya di pasar modal Indonesia. *Al-'Adalah*, 12(2), 785-806.
- Rachmawati, E. N. (2017). Akad Penerbitan Sukuk di Pasar Modal Indonesia dalam Perspektif Fikih. *Al-'Adalah*, 14(1), 225-262.
- Rachmawati, E. N., & Ab Muminbin Ab Ghani, A. J. (2015). Beli dalam Perspektif Fikih dan Praktiknya di Pasar Modal Indonesia. *Al-'Adalah*, 12(4).
- Rachmawati, E. N., & Purwanti, S. V. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, debt to equity ratio (DER), rating bond dan maturitas terhadap yield obligasi pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 186-199.
- Rachmawati, E. N., & Saputra, R. (2019). The Influence of Institutional Ownership and Profitability to The Value of Property Company and Real Estate in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 24-36.
- Rachmawati, E. N., Azmansyah, A., & Utami, T. T. (2019). Analisis Zakat Produktif Dan Dampaknya

- Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Mustahik Di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 1-14.
- Rahman, F. A., & Khairunnisa, H. A. Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: The Influence of Non-Financial Factors in Indonesian Energy and Pulp & Paper Industries.
- Rauf, R., Nurman, N., Sharifah Zarina, S. Z., & Muhammad Rizal Razman, M. R. R. (2017). Strategic issues on primary students' knowledge towards sustainability of human habitat and environment.
- Riauan, M. A. I. (2020). Analisis Framing" Aksi Bela Islam" Sebagai Dakwah Islam di Riau Pos"(A Framing Analysis Of "Islam Defense Action" As Islamic Dakwah On Riau Pos Newspaper). *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1).
- Rinaldi, K. (2019). The emergence of crime areas in Pekanbaru city in the view of anomie theory. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(3).
- Rinaldi, K. (2023). The Legal Consequences for Victims in Illegal Online Agreements. *Jurnal Akta*, 10(2), 163-172.
- Rinaldi, K. (2024). Prison efforts to protect escaped prisoners (study at prison class II B Kuantan Singingi, Riau Province). *JUPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(2), 600-607.
- Rinaldi, K., & Ardianto, J. (2022). The Effect Of Thief Labeling On Youths. *International Journal Of Social Science*, 1(6), 869-872.
- Rosmayani, R. (2019). Employee Performance Factors in Service Quality at Regent's/City's Investment and One Stop Integrated Services (DPMPTSP) in Riau Province. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*.
- Rosmayani, R. (2020). Perspektif Bisnis: Kajian Lingkungan Eksternal Dan Lingkungan Internal Pemanfaatan Limbah Lidi Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 43-50.
- Rusby, Z., Hamzah, Z., Karya, D., & Abdul Kadir, E. (2016). Aplication of Mudharabah Financing toward Small and Medium Enterpreneur in Bank Muamalat Pekanbaru Branch Indonesia. *International Business Management*, 10(6), 778-783.
- Sarinah & Mardalena. (2017). Pengantar Manajemen . Deepublish.
- Setiawan, R., Sultan, N., Kasim, S., Jurusan, R., Syariah, E., Hamdalah, A., & Devra, D. D. (2023). Pengaruh Price Discount Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah. *Journal of Sharia and Law*, 2(3), 704-723. <https://jom.uin->
- Siswanto Sutojo. (2008). Peranan Penting Manajemen Pemasaran . Damar Mulia Pustaka.
- Sonata, I. (2019). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Pembelian Impulse Buying Pada Produk Miniso. *Jurnal Riset Manajemen* , 4.
- Sopiah, & Syihabudin. (2008). Manajemen Bauran Ritel . Penerbit Andi.

- Sugiarsih, R. dan S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang Rini Sugiarsih Duki Saputri. *Journal Of Strategic Communication*, 10, 46–53.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami, Ed.; 4th ed.). Alfabeta.
- Sujana, A. S. (2012). *Manajemen Minimarket* (Andriansyah, Ed.). Raih Asa Sukses.
- Sundalangi, M. ,Mendey, dan J. J. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal EMBA*, 2(1), 313–324.
- Sundari, A., & Yuni Syaikhudin, A. (2021). *Manajemen Ritel* (M. Arif Syihabuddin, Ed.). Academia Publication.
- Susilawati, E., Prastiwi, E. H., & Kartika, Y. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (M. F. Rakhmat, Ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Syofia, N., Yogya, M. A., Prayuda, R., Prihatin, P. S., Rosmayani, R., & Ismardi, I. (2022). Analysis of transformational leadership style of junior high school principals of 30 Pekanbaru cities. *International Journal of Health Sciences*, (IV), 589-598.
- Terry, G. R. & R. L. W. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen* (B. S. Fatmawati, Ed.). Bumi Aksara .
- Tisnawati, E. & S. (2019). *Pengantar Manajemen* . Prenadamedia Group.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Penerbit Andi.
- Utami, C. W. (2018). *Manajemen Ritel* (E. S. dan F. Suhari, Ed.). Salemba Empat.
- Wahyudi, S. (2017). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Valuta*, 3(2), 276–289
- Wahyudi, S., Sukresna, I. M., & Simatupang, R. A. (2022). Unlocking Potential Social Value Creation to Improve Digital Startup Performance: The Role of Government Institutional Support and Social Entrepreneurship. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, 30(1).
- Wahyudi, S., Yogya, M. A., & Amrillah, M. F. (2023). Unlocking user-driven innovation and sustainable competitive advantage through partnership: An open innovation perspective. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D. Faculty of Economics and Administration*, 31(1).
- Yogya, M. A., & Suri, D. M. (2020). Implementasi Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Usaha Ekonomi Kelurahan. *Sosio Konsepsia*, 9(03), 247-256.

Yogia, M. A., Wedayanti, M. D., & Nurmandi, A. (2019). Regional Development Management through CSR in Pelalawan District, Riau Province. INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATION, CREATIVITY AND CHANGE (IJICC), 10(3), 239-255.

Yunisman, Y., Salioso, H., Febrianto, S., Prayuda, R., & Mardatillah, A. (2022). Analysis of quality of animal health services by veterinary medical and veterinary paramedic services in food security and agricultural agency of Rokan Hilir Regency. International Journal of Health Sciences, 14(3), 1030-1046.