

**THE INFLUENCE OF PRODUCT VARIATION, SERVICE QUALITY,  
WORD OF MOUTH AND LOCATION ON INCREASING SALES VOLUME  
IN MEDIATION OF CUSTOMER LOYALTY  
AT OLEH-OLEH KHAS LAMONGAN HJ. FATIMAH STORE  
(Partial Least Square (PLS) Method Analysis –  
Structural Equation Modeling (SEM))**

**Aulia Firdaus Surya Putri**  
**NIM : 041910169**

**ABSTRACT**

*The development of the foreign food business that has entered Indonesia has caused special foods originating from Indonesia to begin to lose their appeal, especially regional specialties, including the Lamongan Hj Fatimah Souvenir Shop business which sells Lamongan Regency specialties. Therefore, regional specialty food businesses must provide innovation so that consumers continue to choose and like regional specialties. The research objective was to evaluate product variety, service quality, word of mouth and location on increasing sales volume mediated by customer loyalty.*

*Additionally, sampling in this study was carried out using simple random sampling method with a total sample of 300 respondents. The analytical method used partial Least Square (PLS)-Structural Equation Modeling (SEM). The independent variables in this study are product variety (X1), service quality (X2), word of mouth (X3) and location (X4) while for the dependent variable is the increase in sales volume (Y) mediated by customer loyalty (Z).*

*Furthermore, based on the results of the validity test, it shows that the loading factor value of more than 0.7 and the AVE value of more than 0.5 is declared valid, in the reliability test the composite reliability and cronbach's alpha values above 0.7 are said to be reliable.*

*The results obtained by H1 which states that product variation has a negative and not significant effect on increasing sales volume, H2 which states that service quality has a positive significant effect on increasing sales volume, H3 which states that word of mouth has an effect negative and not significant to the increase in sales volume, H4 which states location has a positive significant effect on the increase in sales volume, H5 which states product variety has a positive significant effect on customer loyalty, H6 which states that service quality has a positive significant effect on customer loyalty, H7 which states word of mouth has a positive significant effect on customer loyalty, H8 which states location it has a positive significant effect on customer loyalty, H9 which states that customer loyalty has a positive significant effect on increasing sales volume and H10 which states that service quality has a positive significant effect on increasing sales volume mediated by customer loyalty .*

**Keywords :** *Customer Loyalty, Increase in Sales Volume, Location, Product Variety, PLS-SEM, Service Quality, Word Of Mouth*

**PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, *WORD OF MOUTH* DAN LOKASI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN DIMEDIASI LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO OLEH-OLEH KHAS LAMONGAN HJ. FATIMAH**  
(Analisis Metode *Partial Least Square (PLS)* –  
*Structural Equation Modeling (SEM)*)

**Aulia Firdaus Surya Putri**  
NIM : 041910169

**RINGKASAN**

Perkembangan bisnis makanan luar negeri yang masuk ke Indonesia hingga menyebabkan makanan khas yang berasal dari Indonesia mulai kehilangan daya tariknya, terutama pada makanan-makanan khas daerah, termasuk pada usaha Toko Oleh-oleh Khas Lamongan Hj Fatimah yang menjual makanan khas Kabupaten Lamongan. Sehingga usaha makanan khas daerah harus memberikan inovasi agar konsumen tetap memilih serta menyukai produk khas daerah. Tujuan penelitian untuk mengevaluasi Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth* dan Lokasi terhadap Peningkatan Volume Penjualan dimediasi Loyalitas Pelanggan.

Pengambilan sample dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 300 responden. Metode analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square (PLS)-Structural Equation Modeling (SEM)*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Variasi Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), *Word Of Mouth* (X3) dan Lokasi (X4) sedangkan untuk variabel terikat adalah Peningkatan Volume Penjualan (Y) dimediasi Loyalitas Pelanggan (Z).

Berdasarkan hasil uji Validitas menunjukkan bahwa nilai Loading Faktor lebih dari 0,7 dan nilai AVE lebih dari 0,5 dinyatakan valid, pada uji Reliabilitas nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha diatas 0,7 dikatakan Reliable.

Hasil penelitian diperoleh yakni H1 yang menyatakan bahwa Variasi Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Peningkatan Volume Penjualan, H2 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Peningkatan Volume Penjualan, H3 yang menyatakan bahwa *Word Of Mouth* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Peningkatan Volume Penjualan, H4 yang menyatakan Lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap Peningkatan Volume Penjualan, H5 yang menyatakan Variasi Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, H6 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, H7 yang menyatakan *Word Of Mouth* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, H8 yang menyatakan Lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, H9 yang menyatakan Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Peningkatan Volume Penjualan dan H10 yang menyatakan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Peningkatan Volume Penjualan dimediasi Loyalitas Pelanggan.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Lokasi, Loyalitas Pelanggan, Peningkatan Volume Penjualan, PLS-SEM, Variasi Produk, *Word Of Mouth*