PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PB SWALAYAN METRO

Novita Sari[1], Selfi Setiyowati[2]
[12]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
Jl. 2.A. Pagar Alam No. 93, Bandar Lampung - Indonesia 35142
Telp. (0721) 787214 Fax. (0721) 700261
e-mail : novi_a2g@darmajaya.ac.id

ABSTRACT

Consumer satisfaction is one key to the success of a business, this is because by satisfying the consumer, then the organization or company can increase its profits and be able to seize a much wider market share. In a customer-oriented modern organization, the consumer is the most important person in the company. A consumer is not dependent on a company, but a consumer-dependent company, one of the sources of customer satisfaction is the diversity of products and the quality of service that accompanies it. This study aims to determine how big the Effect of Product Diversity and Service Quality Against Consumer Satisfaction in PB Supermarkets Metro. This research type is Quantitative research. Data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The sampling technique used in this research is non probability sampling with purposive sampling method. Based on the technique, the number of samples is 96 respondents with 1 year research period is 2016. The result shows that product diversity has t value (4,195) bigger than t table value (1,661) so it can be concluded that product diversity influence to satisfaction consumer and service quality have t value (2,404) bigger than t table (1,661) so it can be concluded that service quality influence to consumer satisfaction. The diversity of products and service quality influence simultaneously to customer satisfaction is evidenced by the value of F arithmetic of 19.709 with F table of 3.09.

Keywords: Product Diversity, Service Quality and Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan konsumen, maka organisasi atau perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya dan mampu merebut pangsa pasar yang jauh lebih luas. Pada organisasi modern yang berorientasi pada pelanggan, konsumen adalah orang yang paling penting dalam perusahaan. Seorang konsumen tidak tergantung pada perusahaan, tetapi perusahaan yang tergantung pada konsumen, salah satu sumber kepuasan konsumen adalah dengan adanya keragaman produk dan kualitas pelayanan yang menyertainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro. Jenis penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Teknik

pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan metode purposive sampling. Berdasarkan teknik tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden dengan periode penelitian selama 1 tahun yaitu tahun 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk memiliki nilai t hitung (4,195) lebih besar dari nilai t tabel (1,661) sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung (2,404) lebih besar dari t tabel (1,661) sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 19,709 dengan F tabel sebesar 3,09.

Kata kunci : Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen.

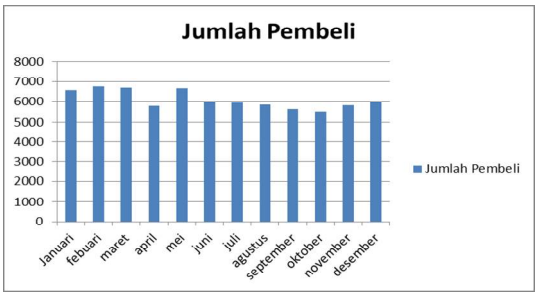
I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri ritel dalam beberapa tahun terakhir berkembang dengan sangat pesat. Hal ini didorong oleh munculnya kebijakan yang pro terhadap liberalisasi ritel, antara lain diwujudkan dalam bentuk KEPRES NO 96/2000 tentang bidang usaha yang tertutup dan bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan tertentu bagi penanaman modal. Kebijakan tersebut telah menyebabkan tidak adanya lagi pembatasan kepemilikan dalam industri ritel. Ritel merupakan kegiatan bisnis yang familiar bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yakni Ritel Tradisional dan Ritel Modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel Tradisional merupakan ritel sederhana dengan tempat yang tidak terlalu luas dan barang yang dijual jenisnya terbatas. Berbeda dengan ritel modern yang memiliki tempat lebih luas, jenis barang yang dijual lebih beraneka ragam, memiliki manajemen yang terorganisir, dan harganya telah menjadi harga tetap (Kotler & Keller, 2009).

Berbicara mengenai bisnis ritel modern, PB Swalayan merupakan salah satu swalayan yang cukup besar dan sukses dalam usahanya dibidang ritel. Menyediakan berbagai macam keperluan konsumen mulai dari keperluan rumah tangga, keperluan sekolah, pakaian, sepatu, elektronik dan berbagai produk kecantikan, menjadikan Putra Baru Swalayan sukses bersaing dengan pengusaha-pengusaha ritel lain.

Di kota Metro Jl. Ahmad Yani Metro Timur 15 A, terdapat beberapa bisnis ritel diantaranya adalah Chamart, Giant dan PB Swalayan Metro. Keduanya memiliki kesamaan dengan PB Swalayan Metro yakni jenis usaha ritel yang menjual berbagai macam keperluan konsumen mulai dari keperluan rumah tangga, keperluan sekolah, pakaian, sepatu, elektronik dan berbagai produk kecantikan. Kedua bisnis ritel tersebut telah memiliki citra yang baik

di Indonesia tepatnya. Kedua perusahaan tersebut memiliki setiap anak cabangnya di hampir setiap provinsi di Indonesia. PB swalayan metro dengan melihat fakta ini tentu perlu melakukan hal-hal yang mendorong perusahaannya untuk memenangkan persaingan dengan menerapkan keragaman produk dan kualitas pelayanan untuk membuat konsumen merasa puas. Salah satu pemain rantai ritel modern di kota metro 15 A, adalah PB Swalayan yang berlokasi di daerah Metro Jl. Ahmad Yani Metro Timur 15 A, kini telah sukses membuka cabang baru dengan kualitas dan kelengkapan produk yang lebih baik dibanding perusahaan aslinya. PB Swalayan kini telah membuka dua cabang di daerah Metro 21 A. dan satu cabang di daerah Metro Punggur. Berikut grafik data pembeli PB Swalayan Metro 15. A Metro Timur, pada tahun 2016:



Gambar 1.1 Grafik Data Pembelian "PB Swalayan Metro" Tahun 2016.

Berdasarkan grafik 1.1 menunjukkan jumlah konsumen PB Swalayan Metro pada tahun 2016 mengalami tren penurunan fluktuasi. Untuk jumlah pembeli yang berfluktuasi yaitu pada bulan april, hingga oktober. Selain jumlah pembeli yang fluktuasi karena terbatasnya lokasi parkir PB Swalayan pada saat pelanggan berdatangan untuk berbelanja menyebabkan kemacetan di jalan sekitar PB Swalayan Metro. Sehingga ada beberapa konsumen telah mengeluh. Dikutip dari http://www.jejamo.com/tag/pb-swalayan-metro. Juga masih banyak konsumen yang mengeluh dan tidak merasa puas dari segi kelengkapan produk yang ada maupun penataan keragaman produk di PB swalayan metro. Berikut tabel 1.1 hasil *prasurvey* PB Swalayan Metro.

Keragaman Produk :

1. Produk PB Swalayan Metro kurang lengkap.
2. Penyusunan produk atau layout kurang sesuai sehingga konsumen sulit untuk mencari produk yang mereka butuhkan.
3. Ekspetasi keragaman produk PB Swalayan tidak sesuai dengan kenyataanya.
4. PB Swalayan kurang berinovasi dalam menyediakan keragaman produk.
5. Merek baju dan sepatu tidak lengkap.
6. Keragaman alat elektronik kurang lengkap.
7. Merek pakaian dan sepatu tidak lengkap.

8. Produk kecantikan sering kosong.
Kualitas Pelayanan : 1. Pegawai kurang cekatan dalam membantu konsumen untuk membantu mencari produk yang dibutuhkan. 2. Pegawai kurang memperdulikan kehadiran konsumen. 3. PB Swalayan memberikan pelayanan 14 jam namun pada kenyataan tidak sampai 14 jam. 4. Pelayanan dikasir yang terlalu lama sehingga menyebabkan antrian terlalu panjang. 5. Kurangnya petugas sehingga pada saat pelanggan membutuhkan informasi harus mencari petugas terlebih dahulu. 6. Banyak konsumen yang kurang mendapatkan informasi tentang fasilitas yang diberikan. 7. Pegawai PB Swalayan kurang ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. 8. Pegawai kurang cekat dan tanggap.

Sumber: data *prasurvey* konsumen 2017

Dari hasil *prasurvey* diatas terdapat permasalahan pada kepuasan konsumen untuk aspek keragaman produk dan kualitas pelayanan yang disediakan PB Swalayan Metro. Kotler (2009,p.14) menyatakan bahwa kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapanya (atau hasil) dalam kaitanya dengan ekspetasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspetasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspetasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspetasi pelanggan tersebut senang. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap perusahaan faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan oleh konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas barang atau jasa yang dibeli. (Tjiptono, 2008,pp.26).

Perumusan Masalah

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PB Swalayan Metro.
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen PB Swalayan Metro.
3. Apakah keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PB Swalayan Metro

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen Di PB Swalayan Metro.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Di PB Swalayan Metro.

3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen Di PB Swalayan Metro.

II. LANDASAN TEORI

Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran

Pemasaran

Menurut Kotler & Keller (2009,pp.9) pemasaran adalah "Suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain."

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler & Keller (2009,pp.5) manajemen pemasaran adalah "Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul."

Bisnis Ritel

Menurut Levy & Weitz (2009, pp.6), *"Retailing is the set of business activities that adds value to the products and service sold to consumers for their personal or family use"*. Yang berarti *retailing* adalah serangkaian kegiatan usaha yang memberikan nilai tambah terhadap produk dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk penggunaan pribadi atau keluarga. Menurut Berman & Evans (2010, p.4).

Manajemen Ritel

Menurut Utami (2010, pp.5). Kegiatan yang dilakukan dalam bisnis ritel adalah menjual berbagai produk atau jasa, atau kedunya, kepada para konsumen untuk keperluan pribdi, tetapi bukan untuk keperluan bisnis dengan memberikan upaya terhadap penambahan nilai terhadap barang dan jasa tersebut.

Keragaman Produk (*Assortment*)

Pengertian Produk

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai pada konsumen (Lupiyoadi, 2006, pp.70) Produk merupakan salah satu aspek penting dalam variabel marketing mix. Produk juga merupakan salah satu variabel yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

Keragaman Produk

Assortment (keberagaman) Merupakan sejumlah SKU dalam kategori toko dengan

keberagaman yang luas dapat diktakan mempunyai kedalaman (*depth)* yang juga dapat digunakan untuk saling menggantikan Christina Widhiya Utami (2010, pp.204). Keragaman produk (*features*) dapat berbentuk tambahan dari suatu produk inti yang menambah nilai suatu produk. Indikator keragaman produk dalam penelitian ini adalah:

a. Ukuran produk yang beragam
b. Jenis produk yang beragam
c. Bahan produk yang beragam
d. Desain produk yang beragam
e. Kualitas produk yang beragam

Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Menurut Paul J. Peter dan Jerry C. Oleson (2013) mendefinisikan pelayanan adalah prilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya.

Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Menurut Winata & Nuansyah (2017:3) kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Dalam menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan untuk menyempurnakan kualitas, perusahaan bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip utama menurut Tjiptono (2006, pp.75) (dalam Cahyani, 2016) yaitu sebagai berikut: (1) Kepemimpinan. (2) Pendidikan. (3) Perencanaan. (4) *Review.* (5) Komunikasi. (6) Penghargaan dan pengakuan (*Total Human Reward*). Indikator kualitas pelayanan Tjiptono, (2008, pp.26).

1. Bukti Langsung *(tangibles),* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan *(reliability),* yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya Tanggap *(responsiveness),* yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk

membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan *(assurance)*, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Kotler (2009,p.15) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat antara lain hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *(word of- mouth)* yang menguntungkan bagi perusahaan.

Konsep Kepuasan Pelanggan.

Tjiptono (2008,pp.30) Ada 2 model kepuasan konsumen :

1. Model Kognitif

Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang aktual.

2. Model Afektif

Model Afektif mengatakan bahwa penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar *(learning behavior)*, emosi perasaan spesifik (kepuasan, keengganan), suasana hati *(mood)* dan lain-lain.

5.2 Faktor Penentu Kepuasan Konsumen

1. Sistem Keluhan dan Saran

   Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.

2. *Ghost Shopping*

   Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *(Ghost Shopper)* untuk berperan

atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*

   Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

   Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei kepada pelanggan oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik *(feedback).*

Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari sebagai berikut:

(1) *Re-purchase.*

(2) Menciptakan *Word of Mouth.*

(3) Menciptakan Citra Merek.

(4)Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama.

Hipotesis

H1 Ada pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayan Metro.

H2 Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayan Metro.

H3 Ada pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayan Metro.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Desain dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen berbelanja di PB Swalayan Metro.

Populasi dan sampel

populasi dalam penelitian ini adalah penduduk kota Metro yang telah berbelanja dan menggunakan produk PB Swalayan Metro > 1 X (lebih dari 1 kali). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling*, dengan Metode *purposive sampling* menggunakan rumus Z Score sebanyak 96 responden Adapun kriteria pemilihan sampel tersebut adalah :

1. Usia konsumen mulai dari 17-50 tahun.

2. Konsumen yang membeli produk minimal 2 atau 3 kali di PB Swalayan Metro.

Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini data diperoleh dari :

a. Observasi, Metode Observasi pengamatan langsung menggunakan alat indera atau alat bantu untuk penginderaan suatu subjek atau objek.
b. Wawancara, dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung dengan responden secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.
c. *Survey*, Metode survey digunakan untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik populasi, seperti kondisi masyarakat berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, agama, suku bangsa, dan etnis.
d. Kuesioner, Menurut Rambat Lupiyoadi Ridho Bramulya Ikhsan (2015,p.24) Kuesioner (alat pengumpul data atau instrumen penelitian) merupakan jantung dari sebuah penenlitian.

Pengujian Instrumen

Setelah instrumen digunakan untuk mengumpulkan data yangdiperlukan maka dilakukan terlebih dahulu pengujian instrumen untuk mendapatkan butir2 pernyataan yang *valid* dan *reliable* secara empiris. Dengan menggunakan SPSS 20.

Uji Asumsi Klasik

Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan uji normalitas,linieritas,homogenitas dan multikolonieritas.

Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat hubungan variabel keragaman produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan reliabilitas

Sebelum melangkah kepenelitian maka perlu diadakan uji instrumen terlebih dahulu dari kuesioner. Uji instrumen ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar merupakan instrumen yang valid dan reliabel.

Berdasarkan hasil pengolahan menunjukan bahwa setiap indikator telah memenuhi syarat validitas, karena semua indikator berada dibawah nilai *alpha* 0,05. Selain

valid berdasarkan hasil pengujian reliabilitas keragaman produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menunjukan reliabel karena *cronbach's alpha* diatas 0,59 dan 0,70.

Merupakan persyaratan yang harus terpenuhi dalam uji regresi linierberganda. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, linieritas, homogenitas dan multikolonierias.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan persyaratan penting yang harus terpenuhi dalam penelitian.

Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Sig.	Kondisi	Simpulan
Unstandardized Residual	0,277	Sig > 0,05	Normal

Sumber: Hasil olah data tahun 2017

Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan

Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig.	Kondisi	Simpulan
Keragaman Produk (X1)	0,448	Sig > 0,05	Linear
Kualitas Pelayanan (X2)	0,177	Sig > 0,05	Linear

Sumber: Hasil olah data tahun 2017

Uji Homogenitas

Uji homogentias digunakan untuk mengetahui apakah suatu data atau sampel yang diambil berasal dari varian yang homogen atau tidak.

Tabel 4.15 Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig.	alpha	Kondisi	Simpulan
Keragaman Produk (X1)	0,080	0,05	Sig > Alpha	Homogen
Kualitas Pelayanan (X2)	0,288	0,05	Sig > Alpha	Homogen

Sumber: Hasil olah data tahun 2017

Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas dapat dilihat dari *variance inflation factor* (VIF). Jadi Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai VIF > 10.

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Nilai tolerance	keterangan
Keragaman Produk (X1)	1,229	0,770	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan (X2)	1,229	0,770	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil olah data tahun 2017

Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut adalah hasil analisis data dalam penelitian ini:

Tabel 4.17 Hasil persamaan linier berganda

Model	*Coefficients*
	B
(*Constant*)	3,322
Keragaman Produk	0,676
Kualitas Pelayanan	0,196

Sumber: Hasil olah data tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.17 hasil metode analisis data diketahui bahwa analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 3{,}322 + 0{,}676\ X_1 + 0{,}196\ X_2 + e$$

Pengujian Hipotesis

Uji t keragaman produk memiliki nilai t hitung (4,195) lebih besar dari nilai t tabel (1,661) sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman produkberpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan "Ada pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayanan Metro" diterima.

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

- Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$(Df = n - k)/ sig≤alpha maka Ho ditolak Ha diterima.
- Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ (Df = n - k) / sig ≥alpha maka Ho diterima Ha ditolak.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

- Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$(Df = n - k)/ sig≤alpha maka Ho ditolak Ha diterima.

- Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ (Df = n - k) / sig ≥alpha maka Ho diterima Ha ditolak.

kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung (2,404) lebih besar dari t tabel (1,661) sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan "Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayanan Metro" diterima.

Uji F

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Nilai Ftabel dalam penelitian ini diperoleh dari df = n-1-k.

Pengaruh Keragaman Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ (Df = n - k - 1) / sig≤alpha maka Ho ditolak Ha diterima.

Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ (Df = n – k -1) / sig ≥alpha maka Ho diterima Ha ditolak.

keragaman produk dan kualitas pelayanan mempunyai nilai F hitung (19,709) lebih besar dari F tabel (3,09) sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan "Ada pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayanan Metro" diterima.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin banyak keragaman produk yang dijual maka semakin tinggi kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi kepuasan konsumen.
3. Keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin banyak keragaman produk yang dijual dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Keragaman produk yang dijual untuk mendukung kualitas pelayanan tidak dapat terlepasa dari daya beli sebagai turunan indikator ekonomi baik makro maupun mikro ekonomi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Sobetra en Sanusi (2015) mengatakan bahwa sektor ekonomi yang merupakan sektor unggulan merupakan kriteria penting dalam berbagai sektor untuk tumbuh dengan pesat dan berkompetitif terutama dalam pelayanan sektor perdagangan, hotel dan restoran.

Saran

1. PB Swalayan Metro
   a. Untuk memperluas keragaman produk yang dijual sehingga semua kebutuhan masyarakat sekitar PB Swalayan Metro khususnya dapat terpenuhi hanya dengan berbelanja di PB Swalayan Metro.
   b. Menambah kedalaman keragaman produk yang disediakan di PB Swalayan Metro.
   c. Meningkatkan pelayanan pegawai agar konsumen semakin merasa puas berbelanja di PB Swalayan Metro.
   d. Menambah kualitas pelayanan pegawai yang cepat dan tanggap dalam membantu konsumen terhadap produk yang dibutuhkan.
   e. Meningkatkan pelayanan yang tepat dan terpercaya dalam membatu konsumen.
2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas objek penelitian tidak hanya sebatas PB Swalayan Metro dan menambah variabel bebas selain keragaman produk dan kualitas pelayanan seperti promosi dan bauran marketing lainnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada konsumen PB Swalayan Metro yang ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner tentang kepuasan konsumen pada perusahaan PB Swalayan Metro dan Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, serta semua pihak yang membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berman, B., Evans, J.R. (2010). *Retail Management: AStrategic Approach* (11th Ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Cahyani, F. G. 2016. Jurnal Pemasaran, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.*

Subagio, H., Wahono, E. 2013. Jurnal Manajemen Pemasaran, *Analisis Pengaruh Retail Mix terhadap kepuasan pelanggan di Calais Grand City Surabaya.*

Hayati. N. 2011. Jurnal sains manajemen & akuntasi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Kasus pada Kereta Api Kelas Eksekutif Turangga).*

Kotler, P., Keller, K.L. 2009, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 Edisi 13. (Alih Bahasa Bob Sabran, M.M). Erlangga, Jakarta.

Kotler, P. 2007, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. PT Intan Sejati Kelaten, Jakarta.

Levy, M., Weitz, B.A. (2009). *Retailing Management* (7Ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.

Lupiyoadi, R., Ridho, B.I. 2015, *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.

Mantauv, S.C. 2014. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE), *Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.*

Mimi, S.A. 2015. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market.*

Rizan. M.E. 2009. Jurnal Manajemen Pemasaran. *Pengaruh Citra Toko, Private Brand, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Supermarket.*

Saputra, E. 2011. *Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CHANDRA SUPER STORE LAMPUNG*. Skripsi. Ibi Darmajaya.

Sujarweni, Wiratna.V. 2015, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Edisi 1. Penerbit PUSTAKABARUPRESS, Yogyakarta.

Sobetra, Irnando, en Anuar Sanusi. 2015. "Analisis Struktur Ekonomi Dan Penentuan Sektor Unggulan Kabupaten Mesuji Provinsi Lampung". *Prosiding Sembistek 2014* 1 (1): 292–312. https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/sembistek/article/view/218.

Sugiyono. 2014. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. ALFABETA, Bandung.

Tjiptono, F. 2008. Strategik Pemasaran. Edisi 3. Penerbit Andi.

Sugiyono. 2014. Metodelogi Penelitian Bisnis. ALFABETA, Bandung

Winata, Andri, & Nuansyah, B. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Sistem Informasi Keuangan Dan Akademik (SISKA) IIB Darmajaya. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, *3*(01), 1-16.

Junaidi (http://junaidichaniago.wordpress.com) dari sumber: http://www.standford.edu

http://www.jejamo.com/tag/pb-swalayan-metro.

www.anneahira.com