

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perekonomian di zaman globalisasi sekarang ini memiliki kompetisi yang ketat apalagi di dunia bisnis. Berkembangnya sebuah tren modernisasi ritel sejalan dengan semakin pesatnya pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Persaingan yang ketat antara ritel modern membuat para peritel berlomba-lomba mengedepankan gerai mereka untuk dapat dipilih oleh konsumen dengan menerapkan berbagai macam strategi yang dapat menarik konsumen. Perkembangan inilah menunjukkan bahwa teknologi modern semakin maju di era globalisasi saat ini yang mengakibatkan kebiasaan hidup masyarakat berubah menjadi lebih semakin menginginkan kepraktisan dan keefisienan. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang meningkat cepat beriringan dengan kebutuhan masyarakat yang bermacam-macam menjadikan perusahaan berkeinginan untuk bersaing dan berlomba melakukan penginovasian dalam segi tempat, layanan, maupun produk yang dipasarkan agar menarik konsumen dengan penginovasian tersebut (Firzatullah, 2023). Kehidupan masyarakat saat ini sangat terkait dengan berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi, sehingga menjadikan ketergantungan terhadap perusahaan ritel yang menyediakan beraneka ragam produk untuk memenuhi keperluan sehari-hari semakin meningkat.

Dunia bisnis yang terus berkembang bersama peningkatan kebutuhan yang selalu bertumbuh secara cepat menyebabkan penyebaran perusahaan ritel

sangat pesat dan bermunculan di Indonesia. Ritel merupakan kegiatan yang memiliki banyak rangkaian aktivitas bisnis dengan melibatkan konsumen dan penjual barang melakukan transaksi secara langsung. Berbagai usahawan bisnis ritel yang bersaing membuat perkembangan bisnis secara cepat dan kemajuan teknologi berkembang dengan pesat. Perkembangan ekonomi di Indonesia semakin meningkat pesat dengan adanya pertumbuhan industri ritel modern. Industri ritel modern ini memainkan peran penting dalam sektor ekonomi dan menguntungkan berbagai pihak, termasuk tenaga kerja, pengusaha, hingga konsumen akhir. Peritel diharapkan dapat memiliki kemampuan untuk memahami preferensi dan keperluan konsumen. Mempunyai pemahaman mendalam tentang konsumen dapat memiliki kemungkinan bahwa pemasar memengaruhi kepuasan dan keputusan konsumen, sehingga mereka akan dengan cepat membeli barang yang sudah ditawarkan peritel.

Perkembangan ekonomi menyebabkan negara Indonesia sebuah pasar ritel yang berpotensi sangat besar terutama pada ritel modern termasuk ritel luar negeri yang juga ikut melakukan persaingan dengan ritel dalam negeri. Pertumbuhan ekonomi telah membuat Indonesia menjadi pasar ritel dengan potensi besar, terutama di sektor ritel modern. Hal ini menyebabkan persaingan antara ritel dalam negeri dan ritel asing yang ikut berkompetisi di pasar tersebut (Anggraini & Sulistyowati, 2020). Oleh karena itu, Bisnis ritel di Indonesia mengalami perkembangan pesat (Angelita & Rachmi, 2021).

Perkembangan ekonomi yang pesat telah mendorong semakin maraknya bisnis ritel modern di berbagai daerah, termasuk di Kabupaten Kebumen. Kondisi ini memunculkan persaingan yang ketat antarperusahaan ritel untuk merebut perhatian konsumen dengan menghadirkan konsep toko yang menarik dan produk yang beragam. Salah satu pesaing utama bagi Niceso di Kebumen adalah Miniso, brand internasional asal Tiongkok yang sudah lebih dahulu dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Miniso hadir di Trio Mall Kebumen sebagai salah satu tenant yang menonjol dengan menawarkan produk kebutuhan sehari-hari yang modern, praktis, dan memiliki desain menarik, sehingga mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen lokal.

Kehadiran Miniso di Trio Mall Kebumen juga menjadi pesaing yang cukup kuat bagi Niceso. Miniso dikenal sebagai brand internasional dengan citra modern dan produk yang berkualitas baik. Barang-barang yang ditawarkan tidak hanya bervariasi, tetapi juga memiliki desain menarik serta mengikuti tren gaya hidup kekinian. Hal ini membuat Miniso lebih mudah diterima di kalangan konsumen yang mengutamakan kualitas dan estetika dalam berbelanja. Dengan lokasi strategis di pusat perbelanjaan terbesar di Kebumen, Miniso mampu menarik perhatian banyak pengunjung, termasuk mereka yang mencari produk praktis dengan standar kualitas tinggi.

Selain itu, Miniso sudah lebih dulu populer di Indonesia dan memiliki reputasi yang kuat di masyarakat. Produk-produknya sering dianggap lebih bergengsi dan dikenal luas di kalangan menengah ke atas, sehingga mampu menciptakan citra eksklusif dibandingkan toko ritel lokal. Kondisi ini membuat

konsumen menjadikan Miniso sebagai pilihan utama saat mencari produk kebutuhan sehari-hari yang unik dan stylish. Keunggulan tersebut menjadikan Miniso sebagai pesaing serius bagi Niceso, karena bukan hanya menawarkan produk yang sejenis, tetapi juga memiliki daya tarik lebih dari sisi kualitas dan kekuatan merek di mata konsumen.

Niceso menyediakan pengalaman belanja yang cepat, aman, dan menyenangkan dengan berbagai produk, termasuk peralatan rumah tangga, dekorasi minimalis, barang-barang unik, perlengkapan kantor, elektronik, fashion, perawatan tubuh, mainan anak, dan banyak lagi. Niceso selalu berkomitmen untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan dengan menyediakan berbagai metode pembayaran, layanan refund gratis, dan pelayanan konsumen yang prima. Niceso selalu memunculkan beragam produk yang tak terhitung jumlahnya dan selalu melakukan inovasi terbaru setiap harinya

Melalui berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh Niceso tentunya diharapkan konsumen merasakan senang dan sesuai dengan ekspektasi yang diinginkan konsumen setelah menikmati berbelanja di Niceso. Jika sebuah perusahaan memiliki suasana toko yang menarik serta unggul dalam pelayanan pelanggan dan banyaknya pilihan macam produk yang diinginkan konsumen maka konsumen tersebut akan merasa puas. Jika barang dan layanan yang ditawarkan selaras dengan antisipasi konsumen, ini akan menimbulkan kepuasan, yang kemudian mendorong keinginan pada konsumen untuk mengakuisisi kembali barang dan layanan tersebut di masa mendatang

(Aningtyas & Supriyono, 2022). Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan apa yang diharapkan (Fuadi et al., 2022). Kepuasan pelanggan ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, bahkan banyak yang mempromosikan apa yang dirasakan dalam mengonsumsi barang dan jasa yang memuaskan kepada orang lain (Indrasari, 2019). Oleh karena itu, semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama untuk menciptakan pengalaman yang istimewa bagi pelanggan dan mendorong pengalaman belanja yang menyenangkan dan memenuhi kebutuhan.

Niceso berfokus pada penyediaan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau. Mereka menawarkan berbagai kategori produk mulai dari peralatan rumah tangga, dekorasi minimalis, alat tulis kantor, peralatan elektronik, perlengkapan fashion, produk perawatan tubuh, mainan anak, dan masih banyak lagi. Niceso juga dikenal dengan konsep modern store yang menempatkan gerai mereka di lokasi strategis, termasuk di pinggir jalan raya, untuk menjangkau berbagai segmen pasar. Niceso telah hadir sejak 1 Juni 2018 dengan jumlah sekitar 200 gerai aktif di seluruh Indonesia. Salah satu tempat berdirinya Niceso adalah Kota Kebumen yang menduduki 2 tempat yaitu Niceso yang berada di Jl. Yos Sudarso, Srampadan, Wero, Kecamatan Gombong, Kabupaten Kebumen, dan Niceso satunya berada di Jl. Kusuma

No.69, Dukuh, Bumirejo, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Dari 2 cabang tersebut peneliti akan meneliti Niceso cabang yang di daerah kota Kebumen. Produk Niceso mempunyai daya tarik yang tinggi bagi para konsumen dengan penawaran suasana toko dan penawaran produk yang beragam serta memberikan kenyamanan pada setiap konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di gerai Niceso. Gerai Niceso dirancang dengan tata ruang besar yang bertujuan untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan. Pelayanan yang baik oleh karyawan kepada konsumen akan menjadikan kesenangan utama konsumen sehingga keputusan pembelian akan produk muncul dalam diri konsumen. Selain itu, Kualitas produk yang diberikan Niceso sangat berkualitas sehingga konsumen merasa puas dengan produk tersebut.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan kepala toko yaitu tentang jumlah pengunjung di Niceso Kebumen. Berikut data jumlah pengunjung dari bulan Agustus 2024 sampai Oktober 2024 di Niceso Kebumen:

Tabel I.1
Data Jumlah Pengunjung Niceso Kebumen Pada Trimester 2024

Bulan	Jumlah Pengunjung
Agustus	182.775
September	150.198
Oktober	163.410

Sumber : data Niceso Kebumen 2024

Dalam tabel I-1 menunjukan bahwa pengunjung pada Niceso Kebumen mengalami penurunan dan kenaikan. Jumlah pengunjung dari bulan Agustus ke September mengalami penurunan sebanyak 32.577 pengunjung, sedangkan

pada bulan September ke Oktober mengalami kenaikan sebanyak 13.212 pengunjung. Penurunan dan kenaikan tersebut disebabkan karena adanya persaingan yang semakin ketat di bisnis ritel.

Banyak faktor yang mempengaruhi sebuah kepuasan pada pelanggan, maka dari itu tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui hal diatas, maka peneliti melakukan mini riset terhadap 30 responden dengan cara menyebarkan kuisioner secara tertutup kepada pelanggan. Berikut data observasi awal yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Niceso Kebumen.

Tabel I.2 Data Observasi Pada Konsumen Niceso Kebumen

No	Kategori	Jumlah Responden
1.	Keberagaman Produk	10
2.	<i>Store Atmosphere</i>	9
3.	Kualitas Pelayanan	7
4.	Harga	3
5.	Lokasi	1
6.	Promosi	0
Total		30

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan Tabel I.2 ada 6 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Niceso Sukses Indonesia di Kebumen. Faktor yang pertama adalah keberagaman produk dengan jumlah responden sebanyak 10 responden, faktor yang kedua adalah *store atmosphere* dengan jumlah responden sebanyak 9 responden, faktor yang ketiga adalah kualitas pelayanan dengan jumlah responden sebanyak 7 responden, faktor yang keempat adalah harga dengan jumlah responden sebanyak 3 responden, faktor yang kelima adalah lokasi

dengan jumlah responden sebanyak 1 responden, faktor yang terakhir adalah promosi dengan jumlah responden sebanyak 0 responden.

Observasi awal melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada tiga puluh responden memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan di Niceso Kebumen terutama dipengaruhi oleh tiga dimensi kunci, yaitu suasana toko, kualitas pelayanan, dan keragaman produk. Temuan tersebut menyiratkan bahwa konsumen mengutamakan pengalaman belanja secara menyeluruh: toko yang nyaman dan tertata baik memudahkan navigasi dan meningkatkan kenyamanan, layanan yang ramah dan tanggap menumbuhkan rasa dihargai, dan ragam produk yang lengkap memberi keleluasaan memilih sesuai kebutuhan dan preferensi. Ketiga dimensi ini saling berkait dan bersama-sama membentuk penilaian akhir konsumen terhadap pengalaman belanja yang, pada gilirannya, menentukan tingkat kepuasan.

Kepuasan pelanggan merupakan elemen fundamental dalam strategi manajemen ritel modern, karena berhubungan langsung dengan loyalitas dan retensi pelanggan (Neneng & Zega, 2024). Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari pemasaran. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai kenikmatan yang dirasakan oleh pelanggan ketika mengevaluasi produk atau layanan tertentu yang telah mereka gunakan (Hadian dan Rahmat, 2019). Dalam pengertian secara umum kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja produk atau layanan yang mereka terima dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan berkaitan dengan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan menggunakan

suatu produk atau jasa. Pada dasarnya kepuasan pelanggan itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi ataupun jasa yang diterima.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keragaman produk. Ma'Ruf Amin (dalam Tanjung, 2020) menjelaskan bahwa *Store atmosphere* merupakan suasana dalam toko yang menciptakan perasaan tertentu dalam diri pelanggan yang ditimbulkan dari penggunaan unsur-unsur desain interior seperti pengaturan cahaya, tata suara, sistem pengaturan udara, dan pelayanan. *store atmosphere* sebagai akibat dari efek yang diciptakan oleh pengusaha agar suatu toko menarik untuk dikunjungi konsumen, yang tercipta dari perpaduan elemen desain eksterior (*interior toko, visual, entrance, lighting*), *atmosphere*, dan tata letak. Adanya *store atmosphere* dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang terwujud dalam keinginan untuk membeli dan merekomendasikan. Desain toko yang berkualitas akan membangkitkan perasaan senang atau kepuasan konsumen. Suasana toko mencakup pengaturan tata letak, penyusunan produk yang baik adanya *store atmosphere* dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Suasana toko yang nyaman dapat menarik perhatian pelanggan dan mempengaruhi persepsi dan perasaan mereka terhadap toko. Penyusunan barang di Niceso Sukses Indonesia, Kebumen sangat rapih sehingga memudahkan pelanggan dalam melihat dan memilih barang yang mereka inginkan. Salah satu permasalahan yang menjadi indikasi kekurangan Niceso Kebumen yaitu dianggap kramat luas pada akses jalan di parkir toko sehingga

ketika pengunjung datang sedang ramai akan membuat pelanggan tidak nyaman menempatkan kendaraan mereka.

Tidak hanya *store atmosphere* saja, kualitas pelayanan di toko yang berkualitas juga perlu diciptakan oleh semua karyawan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Jannah (2022), Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu upaya untuk membuat pelanggan puas dengan cara memberikan pelayanan yang diperlukan oleh pelanggan dengan baik, dengan begitu maka pelanggan akan mendapatkan barang dan jasa untuk mencukupi kebutuhannya. Apabila suatu toko secara terus-menerus menyediakan pelayanan yang konsisten, tanggap, dan memiliki standar kualitas yang tinggi biasanya membuat pelanggan merasa puas. Pelanggan berkeyakinan bahwa penyedia layanan tersebut telah memenuhi dengan baik kebutuhan dan ekspektasi mereka yang pada akhirnya dapat menciptakan pelanggan yang setia dan puas. Dalam kebanyakan kasus atau kejadian kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah bisnis juga cenderung mempengaruhi seseorang untuk membeli produk yang ada didalamnya dan mempengaruhi tingkat kepuasan suatu pelanggan di dalam toko. Untuk menjaga kualitas pelayanan ini, Niceso mempekerjakan beberapa karyawan dalam satu shift, yang diharapkan dapat membantu pelanggan saat mereka bingung dengan produk mereka. Akan tetapi terdapat permasalahan bahwa dalam aspek pelayanan di Niceso Kebumen terletak pada komposisi staf yang seluruhnya berjenis kelamin laki-laki. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidaknyamanan bagi pelanggan

perempuan, khususnya ketika hendak mengajukan pertanyaan atau melakukan konsultasi terkait produk yang ditawarkan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu keragaman produk. Produk merupakan salah satu aspek penting dalam variabel marketing yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Variasi produk menjadi salah satu faktor yang diperhatikan konsumen ketika berbelanja disuatu tempat. Jika produk yang dijual beragam maka konsumen akan memilih lebih banyak pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, serta merasa lebih puas. Menurut Novry (2021), keragaman produk adalah bagian terpenting dalam rencana kegiatan bisnis, karena ini berperan dalam menciptakan suatu pembelian produk dengan cara menarik dan membuat minat konsumen dalam melakukan pembelian pada kegiatan bisnis, dan ini harus sangat diperhatikan oleh pengusaha bisnis. Permasalahan lain yang ditemukan di Niceso Kebumen adalah keterbatasan dalam keragaman produk, khususnya dalam hal variasi warna dan ketersediaan stok. Meskipun toko ini menawarkan berbagai jenis barang kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau, namun tidak semua produk tersedia dalam pilihan warna yang lengkap. Hal ini kerap menjadi keluhan pelanggan, terutama bagi konsumen yang memiliki preferensi warna tertentu untuk produk-produk seperti perlengkapan rumah tangga, alat tulis, atau barang dekoratif. Kondisi ini diperburuk dengan seringnya stok warna tertentu tidak

tersedia atau tidak segera diperbarui, sehingga mengurangi kepuasan pelanggan dan berpotensi menurunkan minat beli.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen**".

1.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada Niceso Kebumen, sehingga masalah yang diteliti sebagai berikut:

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian diterapkan agar dalam penelitian berfokus pada pokok permasalahan dan pembatasan yang ada, dan diharapkan

tujuan penelitian tidak menyimpang dari sasaran yang hendak dijadikan penelitian, maka penulis memandang perlu untuk menetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian difokuskan pada pada pelanggan Niceso Sukses Indonesia cabang Kebumen yang melakukan pembelian secara langsung (offline).
2. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kebumen yang sudah pernah melakukan pembelian pada Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen dan berusia minimal 17 tahun dengan asumsi sudah dewasa supaya dapat memberikan jawaban yang objektif.
3. Variabel dalam penelitian ini dibatasi pada variabel *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Kepuasan Pelanggan.
4. Waktu penelitian dilakukan pada periode tertentu di tahun 2025, sehingga hasil penelitian hanya menggambarkan kondisi saat penelitian berlangsung.
5. Guna menghindari meluasnya pembahasan pada penelitian ini, maka penulis membatasi sebagai berikut:
 - a. Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2016), Kepuasann Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika kinerja memenuhi harapan, maka itu artinya pelanggan puas. Tetapi jika kinerja tidak memenuhi harapan, maka pelanggan tidak puas. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini

dibatasi dengan indikator menurut Tjiptono (2016), yaitu sebagai berikut:

1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

2. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.

3. Kesediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

- b. *Store Atmosphere*

Menurut Berman & Evans (2018), *store atmosphere* adalah karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan image (kesan) dan menarik pelanggan. Sedangkan pengertian *store atmosphere* menurut Levy & Weitz (2014), *store atmosphere* adalah kombinasi dari karakteristik toko (seperti arsitektur, tata letak, tanda-tanda dan *displays*, warna, pencahayaan, suhu, suara, dan bau), yang bersama-sama membuat gambar dalam pikiran pelanggan.

Berman dan Evans (2018), terdapat 4 indikator *store atmosphere* yaitu:

1. *General Exterior*

2. *General Interior*

3. *Store Layout*

4. *Interior Display*

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2014). Menurut Tjiptono dalam Sari & Setiyowati (2017), kualitas pelayanan ada 5 indikator kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* (bukti fisik berwujud)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, yaitu penampilan peralatan fisik, peralatan personil dan media komunikasi.

2. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, seperti tepat waktu, konsisten dan kecepatan dalam pelayanan.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Kemampuan atas pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5. *Empathy* (empati)

Kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

d. Keragaman Produk

Menurut Oktavia et al., 2024) keragaman produk adalah banyaknya ragam atau macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari banyaknya jenis, merk, warna, bahan, ukuran, kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Sedangkan menurut Fure dalam Humairoh (2019) keragaman produk adalah keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk dengan jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat. Jika pada suatu tempat telah banyak menjual beragam produk, maka konsumen akan merasa puas dan tidak akan beralih ke tempat lainnya. Menurut Philip dan Kloter (2016) indikator keragaman produk adalah sebagai berikut:

1. Variasi merek produk
2. Variasi kelengkapan produk
3. Variasi ukuran produk
4. Variasi kualitas produk

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas adapun tujuan dalam penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keragaman produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Niceso Sukses Indonesia di Kabupaten Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Riset ini diharapkan memberikan manfaat. Adapun penjabaran dari manfaat riset ini adalah:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Sukses Indonesia di Kebumen. Melengkapi hasil penelitian-penelitian terdahulu mengenai kepuasan pelanggan sehingga dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

a Bagi Peneliti

Sebagai alat untuk mempraktekan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan menambah pengetahuan pemasaran tentang pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Sukses Indonesia di Kebumen.

b Bagi Perguruan Tinggi

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di Niceso Sukses Indonesia di Kebumen.

