

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PUSAKA INDAH SWALAYAN

Lina Yulianti

S1 Manajemen, Universitas Putra Bangsa

E-mail: yuliantilina200@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan di Kabupaten Kebumen. Metode *incidental sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 42,7%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: keragaman produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere*, kepuasan pelanggan

Abstract

This research was conducted to determine the effect of product diversity, service quality and store atmosphere on customer satisfaction at Pusaka Indah Swalayan in Kebumen Regency. Incidental sampling method with 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression, t test, F test, and the coefficient of determination. From the research results it can be seen that product diversity, service quality and store atmosphere simultaneously influence customer satisfaction by 42.7%. The results of this study indicate that the product diversity variable has a significant effect on customer satisfaction. Service quality has a significant effect on customer satisfaction. Store atmosphere has no effect on customer satisfaction.

Keywords : product variety, service quality, store atmosphere, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Perkembangan bidang usaha yang pesat membawa pengaruh bagi kemajuan perekonomian saat ini. Seiring dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak pada bidang eceran (*retailing*) yang berbentuk toko, minimarket, *departement store* (toserba), pasar swalayan (*supermarket*). Banyaknya pelaku usaha ritel mengubah pola berbelanja yang semakin selektif dan adanya perbedaan cara pandang masyarakat tentang bisnis ritel (eceran). Bisnis ritel yang secara tradisional dipandang sebatas penyedia barang dan jasa telah berkembang menjadi tidak sekedar tempat berbelanja tetapi juga tempat rekreasi dan bersosialisasi, sebagai konsekuensinya bisnis ritel yang semula dikelola secara tradisional berubah menjadi bisnis yang semakin inovatif, dinamis, dan kompetitif (Mansur, 2018).

Perubahan gaya hidup masyarakat inilah yang melatarbelakangi hadir dan berkembangnya bisnis ritel.

Banyaknya usaha ritel saat ini dengan berbagai bentuk dan ukuran dalam menjual kebutuhan sehari-hari menimbulkan persaingan bisnis antar pengusaha. Persaingan bisnis ritel yang sangat ketat, ditandai oleh mudahnya menemukan 3 atau 4 toko dalam satu lokasi. Kepuasan pelanggan menjadi hal yang penting di tengah kompetisi yang ada. Perusahaan berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Masitoh *et al.*, 2020). Persaingan ini menimbulkan adanya peluang dan juga tantangan. Tantangan sebuah bisnis harus dihadapi menggunakan strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran merupakan hal penting untuk mewujudkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan pelanggan supaya tidak berpindah ke tempat lain (Firmani, 2019). Perilaku konsumen yang menyukai tempat belanja yang bersih, sejuk, dan tertata rapi membuat ritel modern mengungguli toko dan warung (Rizqiawan dan Prihantono, 2020).

Bisnis ritel adalah mata rantai terakhir dari distribusi produk atau jasa yang berhubungan langsung

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PUSAKA INDAH SWALAYAN

dengan konsumen. Saat ini, konsumen menginginkan kebutuhannya disediakan dengan praktis, cepat, hemat, efisien waktu dan ekonomis dimana sudah disediakan dengan rapi, konsumen hanya tinggal memilih dan membayarnya (Hasan, 2022). Konsumen yang membeli produk atau jasa secara eceran ini bertujuan untuk mengonsumsinya atau menggunakannya secara pribadi dan tidak menjualnya kembali. Dalam bisnis swalayan persaingan timbul karena jenis dan macam barang yang dijual antara swalayan yang satu dengan swalayan yang lain tidak jauh berbeda (Mansur dan Nurhadi, 2018).

Pusaka Indah Swalayan sebagai sebuah bisnis ritel yang terletak di kawasan yang strategis, dihadapkan pada persaingan yang ketat dengan toko-toko yang berada di sekitarnya dengan jenis ritel yang sama yaitu Mitra Sehati Swalayan. Mitra Sehati Swalayan di Karanganyar ada dua cabang yang pertama di depan Pasar Karanganyar dan disebelah barat Hotel Aman. Kelebihan Pusaka Indah Swalayan dibandingkan dengan ritel disekitarnya yaitu memiliki bangunan besar yang terdiri dari dua lantai, memiliki *eskalator* sehingga memudahkan pelanggan dalam berbelanja, produk yang dijual bervariasi tidak hanya kebutuhan pokok namun terdiri dari sandang/pakaian untuk semua jenis kalangan dan area bermain anak-anak yaitu *time zone*. Pusaka Indah Swalayan bukan hanya sebagai tempat untuk berbelanja tapi juga untuk hiburan. Selain itu dengan adanya kantin sebagai tempat santai atau nongkrong untuk semua kalangan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Ahmad Widodo selaku Kepala Sumber Daya Manusia yaitu tentang jumlah pengunjung di Pusaka Indah Swalayan. Berikut data jumlah pengunjung di Pusaka Indah Swalayan :

Tabel I-1

Data Jumlah Pengunjung Di Pusaka Indah Swalayan 4 Bulan Terakhir

Bulan	Jumlah Pengunjung
Juli	10.552
Agustus	10.382
Septemper	10.198
Oktober	10.005

Sumber : Data Pusaka Indah Swalayan 2022

Berdasarkan Tabel I-1 menunjukkan bahwa pengunjung di Pusaka Indah mengalami penurunan. Jumlah pengunjung dari bulan Juli ke Agustus mengalami penurunan sebanyak 170 pengunjung, bulan Agustus ke September mengalami penurunan sebanyak 184 pengunjung dan di bulan September ke Oktober mengalami penurunan sebanyak 194 pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung tersebut disebabkan karena adanya efek pandemi COVID-19 dan adanya persaingan yang semakin ketat di bisnis ritel yang ditandai adanya beberapa bisnis ritel dalam satu kawasan.

Konsumen akan merasa puas bisa melihat dari keragaman produk yang dijual. Dalam bisnis ritel keragaman jenis harus disediakan baik keragaman harga, kualitas, jenis maupun tampilan. Usaha ritel ditujukan

untuk konsumen akhir yang pembeliannya tidak banyak sehingga usaha ritel harus memiliki keragaman atas produk. Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Kotler, 2012: 15).

Selain memperhatikan keragaman produk perusahaan yang bergerak dibidang retail harus juga berupaya memberikan pelayanan yang baik, sebab pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Pelayanan harus diperhatikan karena dalam memilih suatu produk atau jasa konsumen selalu berupaya untuk memaksimalkan nilai yang dirasakan. Apabila konsumen merasa nilai yang dirasakan lebih tinggi dari pada yang diharapkan maka konsumen akan merasa kurang puas dan cenderung akan loyal (Ngatno dan Utama, 2017).

Selain keragaman produk dan kualitas pelayanan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *store atmosphere*. *Store atmosphere* adalah 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 (M.Ma'Ruf Amin, 2014:204 dalam Tanjung, 2020). Adanya *store atmosphere* dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan yang terwujud dalam keinginan untuk membeli dan merekomendasikan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul " Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pusaka Indah Swalayan".

METODE

Penelitian ini dilakukan pada pembeli Pusaka Indah Swalayan Kebumen. Pengambilan *sample* menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *incidental sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert, dengan masing-masing kuesioner mengenai keragaman produk 4 item pernyataan, kuesioner kualitas pelayanan 5 pernyataan, kuesioner *store atmosphere* 5 pernyataan, dan kuesioner kepuasan pelanggan 3 pernyataan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara: (1) menyebar kuesioner; (2) wawancara; (3) studi pustaka. Instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan tujuan untuk memperoleh jawaban responden. Alat bantu data menggunakan SPSS for windows versi 26. Teknik analisis data yang digunakan meliputi: (1) Uji Validitas dan Reliabilitas; (2) Uji Asumsi Klasik; (3) Uji Analisis Regresi Linier Berganda; (4) Uji Hipotesis.

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PUSAKA INDAH SWALAYAN

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pengujian dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik, penulis ingin menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa yang menjadi subjek dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan presentase 39% responden, berusia > 40 tahun dengan presentase 56%, status pekerjaan ibu rumah tangga dengan presentase 38%, serta memiliki pendapatan per bulan <1.000.000 dengan presentase 45%.

Uji Validitas

Data penelitian responden yang telah terkumpul dilakukan pengujian untuk mengetahui sejauh mana kevalidan atau ketepatannya dengan bantuan program SPSS for Windows versi 25. Untuk pedoman pengujian adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir tersebut dinyatakan valid. Responden untuk uji validitas berjumlah 100 responden dengan derajat kebebasan $(n-2)$ atau $(100-2) = 98$, $\alpha = 0,05$ dengan model dua jalur diperoleh angka sebesar 0,196. Adapun uji validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	1	0,848	0,196	0,000	Valid
	2	0,876	0,196	0,000	Valid
	3	0,854	0,196	0,000	Valid

Sumber: olah data, 2023

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Keterangan
Keragaman Produk	1	0,795	0,196	0,000	Valid
	2	0,858	0,196	0,000	Valid
	3	0,806	0,196	0,000	Valid
	4	0,750	0,196	0,000	Valid

Sumber: olahh data, 2023

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0,720	0,196	0,000	Valid
	2	0,830	0,196	0,000	Valid
	3	0,739	0,196	0,000	Valid
	4	0,700	0,196	0,000	Valid
	5	0,673	0,196	0,000	Valid

Sumber: olahh data, 2023

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Store Atmosphere

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig	Keterangan
Store Atmosphere	1	0,772	0,196	0,000	Valid
	2	0,751	0,196	0,000	Valid
	3	0,709	0,196	0,000	Valid

4	0,747	0,196	0,000	Valid
5	0,695	0,196	0,000	Valid

Sumber: olah data, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan semua instrumen kepuasan wisatawan, daya tarik, amenitas, dan aksesibilitas dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan signifikansi < 0,05, sehingga semua item yang dipakai dinyatakan sah atau valid.

Uji Reliabilitas

Suatu indikator dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* (Sugiyono, 2010) yaitu jika *Cronbach Alpha* > 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliabel dan jika *Cronbach's Alpha* < 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas setiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	r_{kritis}	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Keragaman Produk	0,60	0,812	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,60	0,782	Reliabel
3	Store Atmosphere	0,60	0,785	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	0,60	0,822	Reliabel

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > r_{kritis} (0,60) maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Nilai yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ dan Variance Inflation Factor (VIF) ≥ 10 dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai Tolerance $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai Variance Inflation Factor (VIF) ≤ 10 maka tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas. Hasil uji multikolinieritas model regresi penelitian ini adalah sebagai berikut:

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PUSAKA INDAH SWALAYAN

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

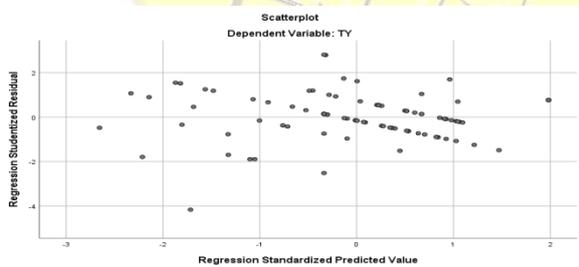
No	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Keragaman Produk	0,635	1,574
	Kualitas Pelayanan	0,363	2,756
	<i>Store Atmosfera</i>	0,430	2,327

Sumber: olah data SPSS, 2023

Hasil uji multikolinearitas tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas menunjukkan angka VIF dibawah 10 dan collinearity tolerance diatas 0,1 artinya model regresi yang digunakan dapat dipakai karena tidak terjadi multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dasar analisis yang digunakan yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini yaitu:



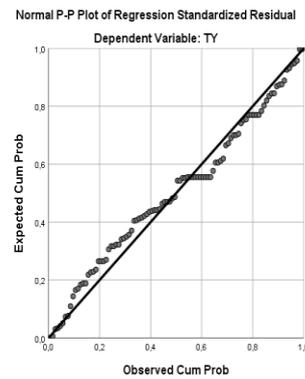
Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: output SPSS, 2023

Berdasarkan Gambar 1. di atas, dapat dijelaskan bahwa titik-titik di dalam scatterplot menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda dalam penelitian ini tidak mengandung heterokedastisitas.

3. Uji Normalitas

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada suatu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar analisisnya yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji normalitas pada model regresi dalam penelitian ini yaitu:



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Output SPSS, 2023

Berdasarkan gambar uji normalitas di atas, terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel yang lain konstan. Berdasarkan hasil uji penelitian ini, dapat dibuat persamaan regresinya:

$$Y = 1,885 + 0,325X_1 + 0,187X_2 + 0,017X_3 + e$$

Konstanta (a) adalah nilai konstanta atau nilai tetap kepuasan pelanggan yang tidak dipengaruhi keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere*, maka kepuasan pelanggan bernilai 1,885. Nilai keragaman produk bernilai 0,325, sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai 0.187, *store atmosphere* bernilai 0.017. artinya setiap kenaikan/bertambahnya satu satuan variabel dipengaruhi keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* akan menyebabkan bertambahnya kepuasan pelanggan senilai poin masing-masing variabel, dengan syarat nilai variabel lain tetap.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antar variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$. Hasil uji parsial atau uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PUSAKA INDAH SWALAYAN

Tabel 8. Hasil Uji Parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1,885	0,928		2,032	0,045
Keragaman Produk	0,325	0,070	0,440	4,617	0,000
Kualitas Pelayanan	0,187	0,084	0,282	2,237	0,028
<i>Store Atmosphere</i>	0,017	0,082	0,024	0,210	0,834

Sumber: olah data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji t diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada pengujian hipotesis satu didapatkan hasil estimasi variabel keragaman produk dengan nilai $t_{hitung} 4,617 > t_{tabel} 1,98498$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan sehingga hipotesis ke satu (H_1) dalam penelitian ini **diterima**.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada pengujian hipotesis dua didapatkan hasil estimasi variabel kualitas pelayanan dengan nilai $t_{hitung} 2,237 > t_{tabel} 1,98498$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,028 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan sehingga hipotesis ke dua (H_2) dalam penelitian ini **diterima**.

c. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada pengujian hipotesis tiga didapatkan hasil estimasi variabel *Store Atmosphere* dengan nilai $t_{hitung} 0,210 < t_{tabel} 1,98498$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,834 > 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan sehingga hipotesis ke tiga (H_3) dalam penelitian ini **ditolak**.

2. Uji Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) dengan signifikansi 5% ($\alpha=0,05$). Hasil uji simultan atau uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	99,069	3	33,023	25,630	,000 ^b
Residual	123,691	96	1,288		
Total	222,760	99			

Sumber: olah data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa F_{hitung} Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa F_{hitung} adalah $25,630 > F_{tabel}$ sebesar 2,70 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel keragaman produk, kualitas pelayanan dan store atmosphere secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan sehingga hipotesis keempat (H_4) pada penelitian ini **diterima**.

Uji Koefisien Determinasi (uji R²)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,667 ^a	,445	,427	1,13510

Sumber: olah data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji determinasi ini menunjukkan bahwa nilai angka R Square sebesar 0,427. Hal ini berarti 0,427 atau 42,7% variasi dari kepuasan pelanggan bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* sedangkan sisanya ($100\% - 42,7\% = 57,3\%$) dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan. Hasil dari penelitian ini sebagai berikut:

a. Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis variabel keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil nilai $t_{hitung} 4,617 > t_{tabel} 1,98472$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yesus Armiro Korbaffo (2019) dan Putri (2016) yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga dalam penelitian ini dinyatakan bahwa H_1 **diterima**.

b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil analisis variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil nilai $t_{hitung} 2,237 > t_{tabel} 1,98472$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,028 < 0,05$. Hal ini dapat membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferliana, *et al.* (2021) dan

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PUSAKA INDAH SWALAYAN

penelitian Handayani dan Yulianthini (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga dalam penelitian ini dinyatakan bahwa H_2 diterima.

c. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis variabel *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil dengan nilai $t_{hitung} 0,210 < t_{tabel} 1,98472$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,834 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Samsiyah (2021) dan penelitian Maolani dan Hartelilina (2022) yang menyatakan bahwa *store atmosphere* yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga dalam penelitian ini dinyatakan bahwa H_3 ditolak.

d. Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan uji F diperoleh hasil F_{hitung} adalah $25,630 > F_{tabel}$ sebesar 2,70 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan.

PENUTUP

Simpulan

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh signifikan antara keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan.
4. Hasil uji simultan atau uji F menunjukkan bahwa variabel keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan.

Keterbatasan

1. Ruang lingkup yang ada pada penelitian ini hanyadi Pusaka Indah Swalayan sehingga hasil yang diperoleh terbatas dan kurang maksimal, agar dapat memperoleh kesimpulan secara general maka penelitian yang lebih luas perlu dilakukan dengan objek penelitian yang diperluas disemua cabang.
2. Penelitian ini terbatas pada variabel kepuasan pelanggan, keragaman produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere*. Sedangkan masih banyak

variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Sampel yang digunakan pada penelitian ini hanya ada 100 responden. Sehingga untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih komprehensif dan lebih akurat, diperlukan penelitian yang lebih luas dengan penambahan pada jumlah responden.

Implikasi praktis

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itu penulis menyarankan kepada Pusaka Indah Swalayan supaya tetap bisa mempertahankan dan juga meningkatkan keragaman produk. Seperti manajemen di Pusaka Indah Swalayan sebaiknya selalu rutin dalam memastikan produk-produk yang ada di *display*, sehingga jika ada produk yang habis untuk segera diisi kembali.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itu penulis menyarankan kepada Pusaka Indah Swalayan supaya tetap bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah ada supaya menjadi lebih baik lagi. Salah satunya bisa mempertahankan karyawan yang selalu ramah kepada pembeli, dan selalu memberikan informasi terkait promo-promo yang ada di Pusaka Indah Swalayan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itu penulis menyarankan kepada Pusaka Indah Swalayan supaya untuk membenahi kekurangan dari *store atmosphere* supaya lebih baik lagi dan memberikan rasa puas kepada para konsumen yang berbelanja. Hal ini dikarenakan dengan adanya penyebaran kuesioner bahwa menurut pelanggan yang berbelanja di Pusaka Indah Swalayan untuk *store atmosphere* dalam hal ini tidak membuat pelanggan merasa puas, dikarenakan pada pernyataan fasilitas kamar ganti di Pusaka Indah Swalayan mudah ditemui dan nyaman banyak responden yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut karena menurut pendapat responden banyak diantara mereka yang tidak mengetahui letak kamar ganti di Pusaka Indah Swalayan.

Implikasi teoritis

1. Keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas dengan banyak ragam produk yang dimiliki, hal ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Bhatnagar dan Syam (2014). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yesus Armiro Korbafo (2019) yaitu keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam memberikan sebuah pelayanan

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PUSAKA INDAH SWALAYAN

kepada konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan nilai lebih terhadap konsumen. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Siswanto, *et all.* 2020. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani Dan Yulianthini (2022) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Suasana toko berguna untuk membangun citra dan menarik minat pelanggan. Citra dan minat pelanggan yang sudah terbentuk akan menciptakan kepuasan. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Berman dan Evan (2014). Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Syamsiyah (2021) yaitu *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggaraeni, *et all.* (2016).

Mahasiswa Ekonomi Manajemen, 4(2), 184-198.

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jaber, L., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko Dan Keragaman Produk Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Sardo Swalayan Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(09).

Sugiyono dan Setiyawami. 2022. *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia (Kuantitatif, Kualitatif dan Studi Kasus*. Bandung : Alfabeta

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offse

Utama, M. B., & Ngatno, N. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Gelael Mall Ciputra Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 144-155.

Yahya, F. (2017). Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pengguna Lazada. Co. Id Di Sidoarjo. *E-Journal "Manajemen" Branchmarck*", 3(3).

DAFTAR PUSTAKA

Alfandry, R., & Sitinjak, T. J. R. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Di Wilayah Bekasi. *Jember: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(6), 961-972.

Bimaria, N. P. P. R., Kulu, M. P., & Peridawaty, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sindy's Swalayan Palangka Raya. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 1(3), 181-191.

Dewi, L., & Sindarko, W. (2018). Pengaruh Keragaman Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie.

Efnita, T. (2017). Effect Of Variation Of Products, The Service Quality, Price And Location On Customer Satisfaction Wedding Organizer. *Jurnal Adbispreneur*, 2(2), 107-115.

Fuadi, S., Ambarwati, K., Suharto, S., & Suwanto, S. (2022, July). Pengaruh Kelengkapan Produk, Pelayanan Prima, Kepercayaan, Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen. In *Ummagelang Conference Series* (Pp. 311-322).

Gayo, S., & Sulaiman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Di Swalayan Sena Rebung Blangkejeren. *Jurnal Ilmiah*