



# JIMMBA

Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi

Homepage: <https://jurnal.universitaspurabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>

## Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pusaka Indah Swalayan

Lina Yulianti<sup>1</sup>, Muhammad Baehaqi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Putra Bangsa

yuliantilina200@gmail.com<sup>1</sup>

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Received: January 4<sup>th</sup> 2022

Accepted: February 6<sup>th</sup> 2022

Published: March 3<sup>rd</sup> 2023

#### Keywords:

Keragaman Produk,  
Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, Kepuasan Pelanggan

### ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di pusaka indah swalayan, baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di pusaka indah swalayan. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik *incidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang menggunakan skala likert. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas), uji regresi linear berganda, uji hipotesis (uji parsial/ uji t dan uji simultan (uji f), dan koefisien determinasi). Pengolaha data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS (*Statistic Package For the Social Scences*) versi 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keragaman produk, kualitas pelayanan, *store atmosphere* berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di pusaka indah swalayan

### 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).

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

Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan, penulis melakukan observasi pada 30 konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian di Pusaka Indah Karanganyar. Adapun hasil dari observasinya yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2. Observasi Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Di Pusaka Indah Swalayan Tahun 2022**

No	Kategori	Jumlah Responden
1.	Keragaman Produk	10
2.	Kualitas Pelayanan	8
3.	<i>Store Atmosphere</i>	6
4.	Lokasi	3
5.	Promosi	2
6.	Harga	1
Total		30

Sumber : data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 2 ada 6 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan. Faktor yang pertama adalah keragaman produk dengan jumlah responden sebanyak 10 responden, faktor yang kedua adalah kualitas pelayanan dengan jumlah responden sebanyak 8 responden, faktor yang ketiga adalah *store atmosphere* dengan jumlah responden sebanyak 6 responden, faktor yang keempat adalah lokasi dengan jumlah responden sebanyak 3 responden, faktor yang kelima adalah promosi dengan jumlah responden sebanyak 2 responden, dan faktor yang terakhir adalah harga dengan jumlah responden sebanyak 1 responden.

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). Menurut Saejita (2018: 29) 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.

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). Kualitas pelayanan mempunyai hubungan keterikatan dengan kepuasan pelanggan dan komponen penting yang harus ada dalam sebuah bisnis. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud, cepat hilang, lebih dapat dirasakan. kualitas layanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan (Jain dan Aggarwal, 2018 dalam Kana dan Pasionus, 2021).

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 survei di Pusaka Indah Swalayan peranan *store atmosphere* (suasana toko) menjadi semakin penting karena dewasa ini ada kecenderungan berubahnya motif seseorang untuk berbelanja, dimana kegiatan

berbelanja tidak hanya sebagai kegiatan fungsional untuk membeli barang-barang saja tetapi sebagai kegiatan mengisi waktu, rekreasi, hiburan atau bahkan pelepas stress.

### **Kajian Teori dan Telaah Literatur**

#### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan positif seseorang yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk (Qomariah, 2016). Kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan (Assauri, 2012: 11).

Indikator kepuasan pelanggan menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2015:101) yaitu sebagai berikut:

- a. Kesesuaian harapan
- b. Minat berkunjung kembali.
- c. Kesiediaan merekomendasi

#### **Keragaman Produk**

Keragaman produk adalah sebagai seperangkat keanekaragaman lini produk dan unsur yang ditawarkan oleh penjual tertentu pada para pembeli (Simamora, 2013:441). Keragaman produk adalah keputusan mengenai kedalaman dan kelebaran keragaman produk, variasi dari setiap produk serta kualitas produk tersebut, disamping keragaman produk yang menunjukkan lebih banyak pilihan yang tersedia, keinginan terpenuhi kebutuhan lebih besar, sehingga para konsumen tidak perlu menghamburkan waktu dan tenaga untuk mencari produk yang diinginkan (Nugraha, 2010). Indikator keragaman produk menurut Philip dan Kloter yang dialih bahasakan oleh Cristina Whidya Utami (2015 : 364) adalah sebagai berikut:

- a. Variasi Produk
- b. Variasi kelengkapan produk
- c. Variasi ukuran produk
- d. Variasi kualitas produk

#### **Kualitas Pelayanan**

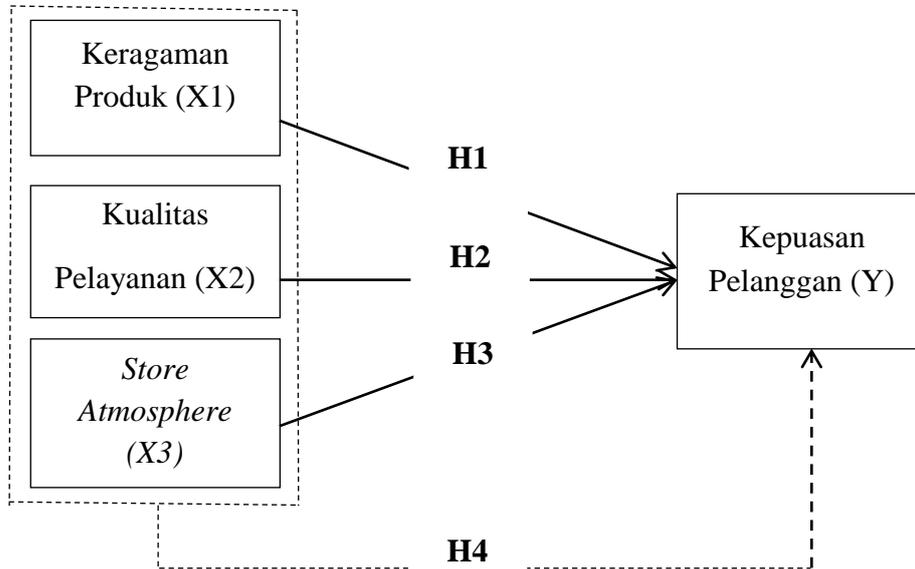
Kualitas pelayanan ialah tingkatan keunggulan untuk memenuhi eskpetasi konsumen (Nugraha, *et al*, 2021). Kualitas Pelayanan adalah apabila hasil dari jasa yang digunakan sesuai dengan keinginan konsumen atau pelanggan (Bimaria, *et al*, 2020). Menurut Parasuraman dalam (Dasriwahyuni dan Firdaus, 2020), indikator kualitas pelayanan dapat ditunjukkan sebagai berikut :

- a. *Tangibles*
- b. *Reliability*
- c. *Responsiveness*
- d. *Assurance*
- e. *Empathy*

#### **Store Atmosphere**

*Store atmosphere* adalah kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperature, musik, aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen (Utami, 2012: 225). *Store atmosphere* adalah karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan *image* toko dan menarik pelanggan bagi sebuah toko sangat penting untuk menonjolkan tampilan fisik, *store atmosphere* berguna untuk membangun citra dan menarik minat pelanggan (Berman Evan, 2014). Menurut Levy dan Weitz dalam (Andhini, 2017) indikator *store atmosphere* adalah sebagai berikut:

- a. Pencahayaan
- b. Tata letak barang
- c. Suhu didalam ruangan
- d. Fasilitas kamar ganti
- e. Desain dan warna toko



**Gambar 1. Model Penelitian**

Hipotesis adalah pernyataan tentang sesuatu yang sementara waktu dianggap benar. Selain itu, hipotesis dapat diartikan sebagai pernyataan yang diteliti sebagai jawaban sementara dari suatu masalah. Hipotesis menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih dalam rumusan proporsi yang dapat diuji secara empiris. Hipotesis dalam penelitian ini dikembangkan dari telaah teoritis sehingga jawaban sementara dari masalah atau pernyataan memerlukan pengujian empiris. Berdasarkan latar belakang masalah, landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>:** Keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan
- H<sub>2</sub>:** Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan
- H<sub>3</sub>:** *Store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan
- H<sub>4</sub>:** Keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pusaka Indah Swalayan

### Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Pusaka Indah Swalayan. Sampel dalam penelitian ini adalah dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kebumen yang pernah melakukan pembelian di Pusaka Indah Swalayan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik pengambilan sampel *Non probability sampling* dengan *incidental sampling* yaitu adalah teknik pemilihan anggota sampel dengan cara mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu minimal berusia 18 tahun. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert* 4 point yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Setuju (S) dengan skor 3, dan Sangat Setuju dengan Skor 4.

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas

Menurut Sugiyono dan Setiyawami (2022:627) validitas adalah derajat ketetapan antara data sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Tabel 3. Uji Validitas

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
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
Store Atmosphere	5	0,673	0,196	0,000	Valid
	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
Kepuasan Pelanggan	5	0,695	0,196	0,000	Valid
	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 SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 3 diatas, dapat dilihat bahwa nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga seluruh item butir pernyataan seluruh variabel pada kuesioner adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Suatu indikator dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas diukur menggunakan rumus koefisien *alpha cronbach* (Sugiyono 2010) yaitu jika *alpha cronbach* > 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliabel dan jika *alpha cronbach* < 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

No	Variabel	$r_{kritis}$	Cronbach's	
			Alpha	Ket.
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: olah data SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4 diatas, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel (handal atau layak) karena nilai *Cronbach Alpha* yang dimiliki oleh masing-masing variabel lebih dari 0,60.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

**Tabel 5. Uji Multikolinearitas**

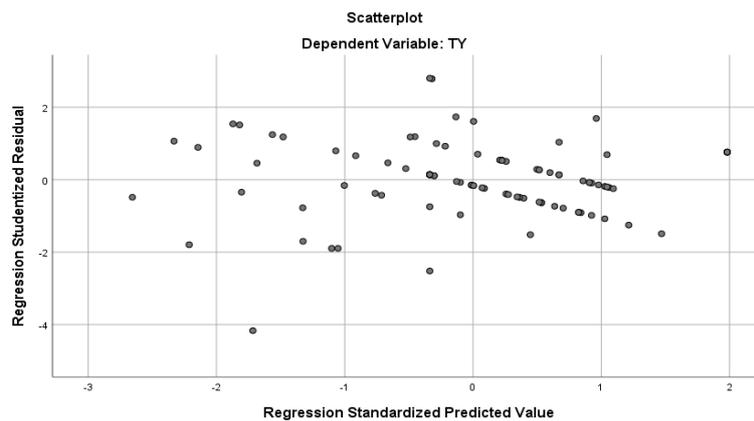
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Keragaman Produk	.635	1.574
Kualitas Pelayanan	.363	2.756
Store Atmosphere	.430	2.327

Sumber: olah data SPSS, 2023

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

**Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2018:137), tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.



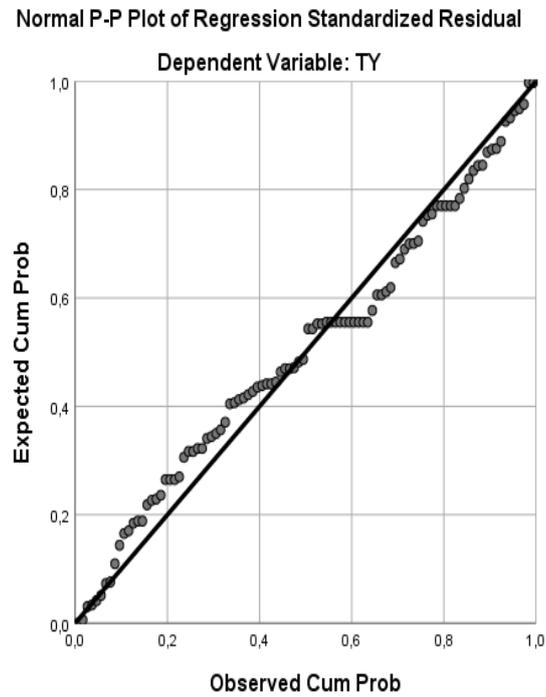
Sumber: olah data SPSS, 2023

**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas, maka dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

Menurut Gozhali (2018:161), menyatakan bahwa uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual suatu data yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.



Sumber: olah data SPSS, 2023

**Gambar 3. Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

### Analisis Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan asumsi variabel yang lain konstan.

**Tabel 6. Hasil Analisis Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.885	.928		2.032	.045
Keragaman Produk	.325	.070	.440	4.617	.000
Kualitas Pelayanan	.187	.084	.282	2.237	.028
Store Atmosphere	.017	.082	.024	.210	.834

Sumber: olah data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pada tabel 6 didapat koefisien regresi sehingga persamaan regresinya dapat disusun sebagai berikut:  $Y = 1,885 + 0,325X_1 + 0,187X_2 + 0,017X_3 + e$

**Uji Hipotesis**

**Uji t**

Menurut Ghozali (2018: 171) menyatakan bahwa uji t atau t-test digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 7. Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	1.885	.928		
Keragaman Produk	.325	.070	.440	4.617	.000
Kualitas Pelayanan	.187	.084	.282	2.237	.028
<i>Store Atmosphere</i>	.017	.082	.024	.210	.834

Sumber: olah data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 7 tersebut yang merupakan hasil olah data menggunakan aplikasi SPSS versi 26.0, hasil uji parsial (uji t) dapat dianalisis sebagai berikut:

- a. 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. 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. 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**.

**Uji F**

Menurut Ghozali (2018) uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependent. Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan nilai  $< 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 8. Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	99.069	3	33.023	25.630	.000 <sup>b</sup>
Residual	123.691	96	1.288		
Total	222.760	99			

Sumber: olah data SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 8 diatas, 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.

### Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 <sup>a</sup>	.445	.427	1.13510

Sumber: olah data SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 9 diatas, hasil uji determinasi ini menunjukkan bahwa nilai angka Adjusted 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 yaitu keragaman produk, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* sedangkan sisanya (100% - 42,7% = 57,3%) dijelaskan oleh faktor lain yang berada diluar penelitian ini.

### Pembahasan

#### 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<sub>1</sub> **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 penelitian Handayani dan Yulianthini (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Sehingga dalam penelitian ini dinyatakan bahwa H<sub>2</sub> **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<sub>3</sub> 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 dan Saran

### 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

Penelitian ini diusahakan semaksimal mungkin agar bisa memperoleh hasil yang terbaik, namun pada kenyataannya penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, diantaranya:

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.

### Referensi

- Alfandry, R., & Sitinjak, T. J. R. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Di Wilayah Bekasi. *Jemba: 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 Sendy'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 Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 184-198.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivaririate 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 (Study 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.