

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Farikh Masruri¹, Abdul Halik², Donny Arif³.

Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen Universitas Maarif hasyim Latif
Jl. Ngelom Megare, Taman Sidoarjo 61257

e-mail: Amynurhuda56@gmail.com, sigitsardjono54@gmail.com,
wulanpurnamasari@dosen.umaha.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan iklan pada kepuasan konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* yaitu yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan memberikan daftar pernyataan kepada responden. Penelitian ini menggunakan alat regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh bahwa iklan dan keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Kata kunci : *kualitas pelayanan, keragaman produk, iklan, kepuasan konsumen*

Abstract

The purpose of this research was to know and analyze the influence of the quality of services, the diversity of the products and advertising on consumer satisfaction. The technique of sampling method using accidental sampling that is made using anyone who is found by chance as a sample. Engineering data collection using the questionnaire by providing a list of the statement to the respondent. This study uses multiple linear regression tool. Based on the results of the analysis of the data obtained that ads and diversity in prouk partial effect positive and significant against the satisfaction of consumers, while the quality of service has no effect on customer satisfaction.

Keywords: *service quality, product diversity, advertising, consumer satisfaction*

PENDAHULUAN

Persaingan ketat pada bisnis retail terlihat dengan semakin banyaknya perusahaan retail yang ada. Setiap perusahaan retail dituntut untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu. Meningkatnya persaingan menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan, keragaman produk sesuai dengan kebutuhan konsumen dan promosi yang lebih menarik daripada yang dilakukan

oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuisoner yaitu dilakukan dengan metode mengambil sampel dan populasi dengan menggunakan kuisoner dan wawancara. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dimana menitikberatkan pada pengujian hipotesis dengan menggunakan data terukur sehingga diharapkan akan dapat ditarik suatu kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Variabel kualitas pelayanan (X_1) dengan nilai thitung sebesar $-0,2008 < 1,98525$ atau thitung lebih kecil dari ttabel maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

2. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan konsumen variabel keragaman produk (X_2) dengan nilai thitung sebesar $2,126 < 1,98525$ atau thitung lebih besar dari t-tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh positif dan tidak terlalu signifikan karena selisihnya tidak terlalu banyak

3. Pengaruh Iklan terhadap Kepuasan konsumen Variabel Iklan (X_3) dengan nilai thitung sebesar $2,912 < 1,985$ atau thitung lebih besar dari ttabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel iklan berpengaruh positif dan signifikan.

PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen. kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen di Alfamart Gajah Mada kab. Sidoarjo tidak terlalu mementingkan kualitas pelayanan yang ada. Meski kualitas pelayanan adalah sesuatu yang penting dalam membangun citra baik sebuah minimarket namun untuk penelitian ini ini tidak berpengaruh mengingat letak Alfamart Gajah Mada Kab.Sidoarjo adalah berada di perkampungan dan baru dibuka kembali setelah sekian lama tutup dikarenakan pernah terjadi kebakaran karena itu point terpenting saat ini dalam membangun citra baik alfamart Gajah Mada Kab.Sidoarjo dan meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan pengenalan toko terlebih dahulu mengingat masih banyak yang tidak tahu bahwa Alfamart Gajah Mada Kab.Sidoarjo telah buka kembali dan tidak mengerti banyak promosi dan manfaat lain yang bisa

di temukan di Alfamart Gajah Mada Kab.Sidoarjo seperti pembayaran listrik, angsuran – angsuran, pembayaran online dan masih banyak lagi.

Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Keragaman produk memiliki signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa konsumen lebih tertarik dengan keragaman produk yang dijual dan variasi produk yang lengkap dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen, maka dapat dikatakan bahwa keberagaman produk tersebut sangat berhubungan dengan perilaku konsumen itu sendiri yang merupakan sebuah proses dalam melakukan keputusan pembelian. Bahkan tidak sedikit konsumen yang mengurungkan niat belinya karena produk yang dicari tidak tersedia sebaliknya ketika produk yang dicarinya tersedia bahkan terdapat variasi produk yang lebih lengkap maka tingkat kepuasan konsumen akan bertambah dan dapat diyakini konsumen akan melakukan pembelian ulang dilain waktu dan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di minimarket tersebut. Tidak hanya secara fisik tapi keragaman produk secara non fisik juga.

Sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen seperti pembayaran listrik, BPJS dan pembayaran angsuran, konsumen yang berniat Cuma melakukan pembayaran non fisik secara tidak langsung akan tertarik dengan produk lain yang tersedia seperti produk yang saat ini sedang promosi. Fungsi alfamart sebagai pemenuhan kebutuhan akan membuat persepsi segala kebutuhan tersedia dan alfamart Gajah Mada kab. Sidoarjo mampu menyediakannya sebaik mungkin. Iklan Terhadap Kepuasan konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan mempunyai pengaruh signifikan. Mengiklankan sebuah produk adalah sangat penting dikarenakan hal ini

merupakan proses memperkenalkan produknya kepada konsumen agar mengetahui dan akan membelinya.

SIMPULAN

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, nilai t_{hitung} sebesar $-0,227 < 1,985$ atau t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. variabel kualitas pelayanan (X_1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil uji parsial keragaman produk dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,126 > 1,985$ atau t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel keragaman produk (X_2) berpengaruh positif dan tidak terlalu signifikan, karena selisih antara t_{hitung} dan t_{tabel} tidak terlalu banyak.
3. Berdasarkan hasil uji parsial iklan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,915 > 1,985$ atau t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel iklan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Pengaruh Kualitas pelayanan, Keragaman produk dan Iklan berpengaruh secara simultan/bersama-sama terhadap Kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{hitung}$ sebesar $6,251 > 2,70$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan, keragaman produk dan iklan secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Baihakki Zaini, Ahmad. 2013. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian". Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas

Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Dharmmesta dan Irawan, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua,.Yogyakarta.

Dwiyani Anindita, Bernadetta. 2012. "Analisis kepuasan pelanggan pada Alfamart Tembalang dari dimensi pelayanan". Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.

Fatmawati, Putri Mawar. 2014. "Analisis pengaruh harga,pelayanan,lokasi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Minimarket Andina". Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah, Surakarta.

Griffin, Jill., 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Hidayat, Ahmad. 2013. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan". Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Hurriyati, Ratih, 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Penerbit CV. Alfabeta. Bandung.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

-----, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

-----, 2004. *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Lamb, Charles W. , Hair, Joseph F., Carl McDaniel, 2001. *Pemasaran*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.