
Pengaruh *Service Quality* dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Ni Wayan Yanik Kariani⁽¹⁾

I Gede Putu Kawiana⁽²⁾

Ida I Dewa Ayu Yayati Wilyadewi⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: yanikkariani71659@gmail.com

ABSTRACT

Customer satisfaction is influenced by many factors such as service quality and product diversity. This study aims to understand the effect of service quality and product diversity on customer satisfaction of Optik Mitra Mandiri. The research method used is quantitative. Research location at Optik Mitra Mandiri. The sample used was 100 respondents. The data analysis techniques used are Validity Test, Reliability, Classical Assumptions, Multiple Linear Regression, Coefficient of Determination, t Test and F Test. Based on the results of the study, it was found that service quality has a significant positive effect on consumer satisfaction, product diversity has a significant positive effect on consumer satisfaction, and simultaneously service quality and product diversity have a positive and significant effect on consumer satisfaction. The magnitude of the influence of the independent variable on consumer satisfaction was 59.9%. The suggestion in this study is that Optik Mitra Mandiri should add facilities that are still lacking, always maintain store cleanliness so that later make consumers comfortable when visiting, increase product variety and increase employee alacrity and speed in providing services.

Keywords: *Service Quality ; Product Diversity ; Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Kepuasan konsumen dipengaruhi banyak faktor seperti *service quality* dan keragaman produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen Optik Mitra Mandiri. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Lokasi penelitian di Optik Mitra Mandiri. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Reabilitas, Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji F. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa *service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, keragaman produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan secara simultan *service quality* dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap kepuasan konsumen adalah 59,9%. Saran dalam penelitian ini adalah Optik Mitra Mandiri hendaknya menambah fasilitas yang masih kurang, selalu menjaga kebersihan toko agar nantinya membuat konsumen nyaman saat berkunjung, menambah variasi produk dan meningkatkan kesigapan dan kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan.

Kata kunci: *Service Quality ; Keragaman Produk ; Kepuasan Konsumen*

Pendahuluan

Setiap produsen harus memperhatikan dan mewujudkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tentu akan dialami oleh setiap konsumen, dan konsumen akan menilai *service quality* dan berbagai produk untuk memenuhi kepuasan mereka sendiri. Jika kepuasan penggunaan produk sesuai dengan harapan mereka atau jauh melebihi harapan mereka, maka pembelinya akan merasa puas. Kehidupan bisnis sangat dipengaruhi oleh pelayanan kepada pelanggan. Pemilik bisnis harus benar-benar memperhatikan bagaimana mereka melayani pelanggan mereka supaya mereka dapat memercayainya dan tidak ragu untuk kembali. Kotler (2014) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan kinerja produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika kinerja produk kurang dari ekspektasi, pelanggan akan kecewa, dan jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan merasa puas.

Produk kompleks, baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus warna, harga, presentasi perusahaan dan pengecer, dan layanan yang diberikan perusahaan dan pengecer kepada pembeli untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan mereka. Keanekaragaman produk adalah jumlah kategori barang (produk) yang ada di toko yang memiliki banyak jenis barang dagangan (produk) yang dapat dikatakan memiliki keluasan yang luas. Banyaknya item pilihan dalam masing-masing kategori produk disebut keragaman produk, dan toko yang memiliki keragaman produk yang luas dapat dikatakan memiliki kedalaman yang baik (Utami 2006.166).

Optik Mitra Mandiri menjual kacamata dan softlens serta melakukan pemeriksaan mata dan resep dokter. Optik Mitra Mandiri Gianyar mengalami peningkatan penjualan yang signifikan selama perkembangannya. Namun, seiring berjalannya waktu, muncul berbagai masalah mengenai *service quality* (service quality). Ini termasuk karyawan yang kurang maksimal, kurang telitinya dalam menginformasikan estimasi pengerjaan kacamata, dan kurangnya fasilitas fisik yang nyaman, yang menyebabkan kesalahan pelanggan dan komplain terhadap karyawan. Ini juga menyebabkan kurangnya variasi atau beragam produk yang ditawarkan. Tingkat kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh *service quality* yang kurang maksimal dan kurangnya keragaman produk seperti ini. Akibatnya, konsumen akan lebih cenderung menggunakan produk optik lainnya yang memberikan pelayanan terbaik.

Data resmi penjualan Optik Mitra Mandiri pada tahun 2021 menunjukkan peningkatan dan penurunan penjualan, *service quality* yang buruk, dan variasi produk yang kurang dibandingkan dengan Optik Mitra Mandiri. Ini menunjukkan penurunan penjualan yang berdampak pada kepuasan pelanggan dengan produk Optik Mitra Mandiri, yang diduga disebabkan oleh pelayanan yang buruk. Antara Januari dan Maret terjadi penurunan penjualan, dengan kenaikan sebesar Rp.

750.000 pada bulan April dan penurunan kembali sebesar Rp. 2.660.000 pada bulan Agustus. *Service quality* yang buruk, keragaman produk yang rendah, dan penurunan jumlah penjualan menunjukkan penurunan penjualan, yang berdampak pada kepuasan pelanggan dengan produk Optik Mitra.

Menurut Yoeti (2001:1), pelayanan adalah produk yang tidak nyata (intangible) yang dihasilkan dari interaksi antara pemberi jasa (produsen) dan penerima jasa (pelanggan) melalui berbagai tindakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun, menurut Tjiptono (2015), *service quality* didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta penyampaian yang tepat untuk mengimbangi harapan pelanggan. Untuk bertahan di tengah banyaknya persaingan rumah makan di Kota Manado, Anda harus membuat strategi pemasaran yang berfokus pada pelanggan. Studi yang dilakukan oleh Bagus Handoko (2017) dan Jonathan J.J Mentang (2021) menemukan bahwa kualitas layanan memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan.

H¹ : *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Produk, menurut Kotler dan Armstrong (1997:9), adalah sesuatu yang dapat dijual di pasar sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan orang. Menurut Utami (2006:166), keragaman produk adalah banyaknya item pilihan dalam masing-masing kategori produk; toko dengan banyak jenis produk dapat dikatakan mempunyai kedalaman yang baik. "Keragaman produk" adalah "kumpulan keseluruhan produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli", menurut Kotler (2007:75). Akan mampu menarik pelanggan yang lebih luas dengan adanya keragaman produk yang disediakan. Keragaman Produk berdampak positif dan signifikan pada kepuasan konsumen, menurut penelitian yang dilakukan Sri Wilujeng (2015), Hendro Yuwono (2017), dan Rida Andriyani (2017).

H² : Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas layanan ditunjukkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian yang mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Kualitas layanan juga ditunjukkan melalui perbandingan antara tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. "Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan", kata Kotler dalam buku Saladin (2012). Laut Kotler dan Keller (2014), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan dengan kinerja yang diharapkan. Keragaman produk dan kualitas layanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan

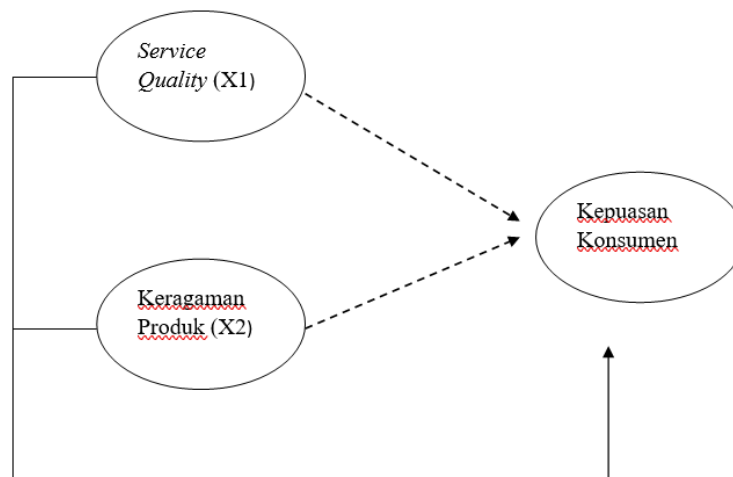
pelanggan, menurut penelitian yang dilakukan Rizki Margiyatni (2020) dan Hendro Yuwono (2017).

H^3 : *Service Quality* dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Metode Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Optik Mitra Mandiri, jalan Dewi Chandra No. 8 Batubulan, Gianyar. Jumlah pelanggan yang pernah membeli produk di Optik Mitra Mandiri Gianyar dalam penelitian ini tidak dapat dihitung karena banyaknya pelanggan yang pernah membeli produk di sana. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel aksidental dengan 100 sampel. Untuk mengumpulkan data, observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan kepustakaan digunakan. Uji instrumen penelitian, analisis regresi linear berganda, uji t-test, dan uji f-test adalah metode analisis data yang digunakan.

Untuk menyelesaikan masalah yang diajukan dan membahas teorinya, di Optik Mitra Mandiri Gianyar, kualitas layanan (X1) dapat berdampak secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), keragaman produk (X2) dapat berdampak secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), dan kedua kualitas layanan (X1) dan keragaman produk (X2) dapat berdampak secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen (Y).



Sumber : Peni Ariani (2021), Gerhana Adi Purnama (2021)

Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dikemukakan dalam model uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas berdasarkan tabel berikut ini :

Tabel 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Uji Normalitas	Uji Multikolinieritas		Uji Heteroskedastisitas
	Asymp. Sig. (2-tailed)	Tolerance	VIF	Sig.
<i>Service quality</i>	0,098	.561	1.783	.123
Keragaman produk		.561	1.783	.477

Sumber : Data diolah, (2023)

Sebagai hasilnya, dapat disimpulkan bahwa model memenuhi asumsi normalitas, seperti yang ditunjukkan oleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,098, yang menunjukkan bahwa distribusi data adalah normal. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai toleransi lebih dari 0,10, dan hasil perhitungan nilai VIF seluruh variabel menunjukkan bahwa nilai VIF tidak lebih dari 10. Ini menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas pada model regresi yang dibuat. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam semua model dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Pengujian Hipotesis

Tabel 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.391	1.355		3.978	.000
	<i>Service quality</i>	.234	.046	.440	5.117	.000
	Keragaman produk	.207	.044	.409	4.760	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 2 tersebut, dapat diketahui persamaan regresinya menjadi $Y = 5,391 + 0,234X_1 + 0,207X_2 + e$. Hasil dari koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,599. Ini menunjukkan bahwa variasi dari ketiga variabel independen kualitas layanan (X1) dan keragaman produk (X2) dapat menjelaskan 59,9% variasi variabel kepuasan konsumen (Y). Sementara sisa dari $100\% - 59,9\% = 40,1\%$ disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Variabel kualitas layanan (X1) dan keragaman produk (X2) memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen (Y), menurut hasil uji korelasi berganda, dengan nilai R sebesar 0,774.

Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh *service quality* (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Optik Mitra Mandiri

Adanya pengaruh positif dan signifikan *service quality* terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} = 5,117 > \text{nilai } t_{tabel} = 1,984$ dan nilai signifikansi = 0,000 dengan nilai $\alpha = 0,05$

Karena H_0 ditolak dan H_1 diterima, variabel kualitas layanan (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang lebih baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Optik Mitra Mandiri. Penelitian sebelumnya oleh Bagus Handoko (2017) dan Jonathan J.J Mentang (2021) menemukan bahwa kualitas layanan memengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan dan positif. Penemuan penelitian ini mendukung temuan ini.

Pengaruh keragaman produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Optik Mitra Mandiri

Adanya pengaruh positif dan signifikan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} = 4,760 > \text{nilai } t_{tabel} = 1,984$ dan nilai signifikansi = 0,000 dengan nilai $\alpha = 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. Karena itu, variabel keragaman produk (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Ini menunjukkan bahwa keragaman produk yang lebih besar pada Optik Mitra Mandiri akan meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian sebelumnya oleh Sri Wilujeng (2015), Hendro Yuwono (2017), dan Rida Andriyani (2017) menemukan bahwa keragaman produk berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penemuan penelitian ini mendukung temuan ini.

Pengujian *service quality* (X_1) dan keragaman produk (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Optik Mitra Mandiri

Hasil penelitian diketahui adanya pengaruh secara simultan variabel *service quality* dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F_{hitung} = 72,304$ dibandingkan dengan nilai $F_{tabel} = 3,09$ dan nilai signifikansi = 0.000 dengan nilai $\alpha = 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian, kualitas layanan (X_1) dan keanekaragaman produk (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan dan keanekaragaman produk pada Optik Mitra Mandiri, kepuasan konsumen akan meningkat. Penelitian sebelumnya oleh Rizki Margiyatni (2020) dan Hendro Yuwono (2017) menemukan bahwa kualitas layanan dan keanekaragaman produk berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Simpulan

Hasil kesimpulan dalam penelitian ini yaitu 1) *Service quality* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Optik Mitra Mandiri. 2) Keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Optik Mitra Mandiri 3) *Service quality* dan keragaman produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Optik Mitra Mandiri. Saran bagi Optik Mitra Mandiri hendaknya menambah fasilitas yang masih kurang dan selalu menjaga kebersihan toko agar

nantinya membuat konsumen nyaman saat berkunjung, menambah variasi produk, baik itu dengan menambah merek dan model kacamata yang ditawarkan, meningkatkan kesigapan dan kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan.

Daftar Pustaka

- Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan. 2019. Pengaruh *Service quality* Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia Universitas Muhammadiyah Jember* Vol. 9 No. 2 Desember Hal. 114-126 2019
- Dr. H. Samari., M.M. , Basthoumi Muslih., S.Pd. M.M. 2017. Pengaruh Keragaman Produk, *Atmosfer* Toko Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Trimitra Mart Kediri. *Artikel*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Handoko, Bagus. 2017. Pengaruh Promosi, Harga Dan *Service quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat Jne Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* Vol. 18 No. 1, 2017, 61-72
- Hendro Yuwono, Syamswana Yuwana. 2017. Pengaruh *Service quality* Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. *Jem17 Jurnal Ekonomi Manajemen*, Hal 351 - 366 Volume 2, Nomor 2, Nopember 2017
- Hendro Yuwono, "Pengaruh *Service quality* Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Malang", *Jurnal* Vol 2, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, 2017
- Hermawan, E., dan Amirullah. 2016. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Media Nusa Creative : Malang
- Jonathan J.J. Mentang, Imelda W. J. Ogi , Reitty L. Samadi. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan *Service quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Emba* Vol. 9 No. 4 Oktober 2021, Hal. 680-690
- Jenni Anggraeni, Patricia Dhiana Paramita, M Mukery Warso. 2016. Pengaruh Keanekaragaman Produk, *Service quality* Dan Store Atmosphere Terhadap Dap Impulse Buying Di Butik Cassanova Semarang. *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 Maret 2016
- Kotler & Kevin Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1, Jakarta, PT.Macanan Cemerlang
- Kotler & Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Krismantara, K. H., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Paon Kembar Desa Peguyangan Kangin Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 790-798.
- Purwanti. 2021. *Pengaruh Kelengkapan Produk, Service quality Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya*. Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Email:, 395-409
- Rizki Margiyatni, Siwi Nur Indriyan. 2022. Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Paperclip. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, Volume 21, No.3,
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Cetakan Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2016. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Rajawali Pers, Jakarta.