

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Istana Belanja Bululawang)**

**Walid Mahmudi***walidmahmudi123@gmail.com*

Politeknik Negeri Malang

Jl. Soekarno Hatta No.9, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141

**Abstract** Customer satisfaction is a key element in maintaining competitiveness in the retail business. This study aims to analyze the influence of service quality and product variety on customer satisfaction at Istana Belanja Bululawang. A quantitative method was used, involving a survey of 103 respondents, with data analyzed using multiple linear regression. The results indicate that both service quality (tangibles, reliability, assurance, responsiveness, and empathy) and product variety (breadth, depth, and consistency) significantly affect customer satisfaction, both partially and simultaneously. The adjusted  $R^2$  value of 0.651 indicates that the two variables explain 65.1% of the variation in customer satisfaction. These findings highlight the importance of consumer-oriented business strategies in enhancing customer loyalty in the local retail market.

**Keywords** : customer satisfaction; product variety; retail; service quality; survey

**Abstrak** Kepuasan pelanggan menjadi elemen kunci dalam mempertahankan daya saing usaha ritel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan pada Istana Belanja Bululawang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 103 responden, dan analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (dimensi tangible, reliability, assurance, responsiveness, dan empathy) dan keragaman produk (indikator lebar, kedalaman, dan konsistensi) secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi (Adjusted  $R^2$ ) sebesar 0,651 mengindikasikan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 65,1% variasi dalam kepuasan pelanggan. Temuan ini menekankan pentingnya strategi bisnis yang berfokus pada pengalaman dan kebutuhan konsumen guna meningkatkan loyalitas di pasar ritel lokal.

Kata kunci: kepuasan pelanggan; keragaman produk; kualitas pelayanan; ritel; survei

### **PENDAHULUAN**

Dalam dunia bisnis ritel yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang menentukan kelangsungan usaha. Kepuasan ini bukan sekadar reaksi terhadap pembelian, melainkan indikator dari kualitas interaksi antara perusahaan dan konsumen. Kualitas pelayanan dan keragaman produk merupakan dua variabel penting yang diyakini berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks minimarket lokal yang bersaing dengan jaringan ritel besar.

Kajian teoritis yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada model kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2012) yang mencakup lima dimensi: tangible, reliability, assurance, responsiveness, dan empathy. Sementara konsep keragaman produk mengacu pada pendapat Kotler & Keller (2012) dengan indikator lebar, kedalaman, dan konsistensi produk. Kepuasan pelanggan sendiri dipahami sebagai persepsi konsumen terhadap hasil evaluasi atas produk dan layanan yang diterima, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler (2000) dan Ratnasari & Aksa (2011).

Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana kedua variabel tersebut berpengaruh—baik secara parsial maupun simultan—terhadap kepuasan pelanggan di Istana Belanja Bululawang. Gap analysis menunjukkan adanya perbedaan antara **das sollen** (harapan atau standar kualitas pelayanan dan keragaman produk yang ideal) dan **das sein** (kondisi aktual yang dirasakan oleh pelanggan). Meskipun perusahaan telah berusaha memberikan pelayanan yang baik dan produk yang beragam, belum terdapat kajian empiris yang mengukur sejauh mana hal tersebut berdampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Kebaruan hasil penelitian (state of the art) terletak pada fokus objek penelitian yaitu Istana Belanja Bululawang, sebuah ritel lokal yang belum banyak dikaji dalam literatur akademik. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang menitikberatkan pada merek besar seperti Alfamart atau Indomaret, studi ini memberikan kontribusi pada pengembangan literatur pemasaran ritel lokal yang masih minim data empiris. Perbandingan dan pemetaan terhadap studi terdahulu (misalnya oleh Nursanah, Setiawan, dan Nainggolan et al.) menunjukkan bahwa variabel dan pendekatan yang digunakan bersifat relevan, namun belum secara spesifik diterapkan pada konteks pasar lokal di Malang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di Istana Belanja Bululawang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi bisnis ritel lokal serta memperkaya khazanah akademik dalam studi pemasaran.

## **KAJIAN TEORITIS**

Penelitian ini bertumpu pada teori-teori manajemen pemasaran, khususnya terkait kualitas pelayanan dan keragaman produk sebagai determinan kepuasan pelanggan dalam konteks bisnis ritel. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, yang dapat diukur melalui lima dimensi utama: bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), jaminan (assurance), daya tanggap (responsiveness), dan empati (empathy). Kelima elemen ini menggambarkan bagaimana interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia jasa dapat membentuk persepsi terhadap nilai pelayanan yang diberikan.

Keragaman produk, menurut Kotler dan Keller (2012), mencerminkan keluasan (breadth), kedalaman (depth), dan konsistensi (consistency) dalam penawaran produk. Variasi yang tersedia memungkinkan konsumen untuk menemukan produk sesuai dengan preferensi dan kebutuhannya, sehingga memengaruhi pengalaman pembelian secara keseluruhan.

Kepuasan pelanggan diposisikan sebagai konsekuensi dari evaluasi terhadap kualitas layanan dan variasi produk. Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika hasil aktual melampaui ekspektasi pelanggan. Konsep ini diperkuat oleh Ratnasari dan Aksa (2011) yang menambahkan bahwa aspek emosional dan harga turut membentuk kepuasan, selain kualitas produk dan pelayanan.

Tinjauan terhadap beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk konsisten berkontribusi signifikan terhadap

kepuasan dan loyalitas pelanggan (Nursanah, 2018; Setiawan, 2017; Sunarsih, 2018; Nainggolan et al., 2016). Namun, objek studi pada umumnya berpusat pada ritel besar atau perusahaan nasional. Penelitian ini menempatkan ritel lokal, yakni Istana Belanja Bululawang, sebagai objek kajian untuk mengisi celah literatur tersebut. Perusahaan ini bersaing langsung dengan minimarket waralaba namun menerapkan pendekatan pelayanan dan strategi produk yang lebih personal.

Dengan mengintegrasikan teori dan hasil studi terdahulu, penelitian ini membangun kerangka konseptual untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks ritel lokal. Secara implisit, diasumsikan bahwa kedua variabel tersebut berkontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel melalui pengumpulan data lapangan. Objek penelitian difokuskan pada pelanggan Istana Belanja Bululawang, dengan jumlah sampel sebanyak 103 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria frekuensi belanja. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator-indikator kualitas pelayanan dan keragaman produk, serta dilengkapi dengan teknik dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dan inferensial menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antar variabel, didukung dengan uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, serta uji t dan uji F untuk pengujian hipotesis. Seluruh proses analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 16 for Windows.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan di Istana Belanja Bululawang. Berdasarkan hasil survei terhadap 103 responden, dilakukan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap variabel dependen.

Kualitas pelayanan, yang diukur melalui lima dimensi yaitu tangible, reliability, assurance, responsiveness, dan empathy, menunjukkan kontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Pegawai yang memiliki penampilan menarik, mampu memberikan layanan yang cepat dan akurat, tanggap dalam mengatasi masalah, serta memiliki sikap sopan dan ramah dalam interaksi, menjadi indikator penting yang tercermin dalam nilai rata-rata yang tinggi dari jawaban responden. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, yang dapat meningkatkan loyalitas terhadap ritel lokal.

Keragaman produk juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Produk kebutuhan sehari-hari yang lengkap, variasi makanan dan minuman yang beragam, serta konsistensi dalam ketersediaan barang merupakan faktor penting yang memengaruhi persepsi konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator lebar, kedalaman, dan konsistensi memiliki nilai rata-rata yang tinggi, menandakan bahwa pelanggan merasa kebutuhan mereka terpenuhi dengan baik.

Secara simultan, regresi linier berganda menghasilkan nilai adjusted  $R^2$  sebesar 0,651, menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas pelayanan dan keragaman produk dapat menjelaskan 65,1% variasi dalam kepuasan pelanggan. Temuan ini mendukung rumusan masalah bahwa kedua faktor tersebut memiliki pengaruh nyata terhadap pengalaman konsumen di lingkungan ritel lokal. Selain itu, uji F dan uji t menunjukkan nilai signifikan di bawah 0,05, memperkuat bukti empiris bahwa pengaruhnya tidak terjadi secara kebetulan.

Dengan kata lain, keberhasilan Istana Belanja Bululawang dalam membangun kepuasan pelanggan bukan semata hasil dari harga kompetitif atau lokasi strategis, tetapi merupakan integrasi dari pelayanan yang humanis dan pemenuhan kebutuhan yang responsif. Penelitian ini menjadi bukti bahwa ritel lokal mampu bersaing dengan jaringan waralaba besar jika mampu memahami ekspektasi konsumen dan menerjemahkannya ke dalam strategi operasional.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan keragaman produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Istana Belanja Bululawang, baik secara parsial maupun simultan. Pelayanan yang mencakup aspek tangibles, keandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati berperan penting dalam membentuk pengalaman positif pelanggan. Begitu pula, keberagaman produk yang ditawarkan—dalam hal lebar, kedalaman, dan konsistensi—meningkatkan persepsi bahwa kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara optimal. Kombinasi keduanya mampu menjelaskan 65,1% variasi kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa strategi ritel yang berorientasi pada kualitas interaksi dan pemenuhan kebutuhan merupakan pendekatan efektif dalam menghadapi kompetisi pasar, terutama di tingkat lokal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abubakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Az-Zukhruf. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Bike. *Skripsi Prodi Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang*.
- Berman & Evans. 2001. *Retail Management eight edition*. Jakarta: Intermedia
- Darmawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi kedua. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Djaslim, Saladin. 2003. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Fandy & Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi ke 8. Cetakan ke VIII. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip .2000. *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhalindo.

- Levy & Weitz. 2012. *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Lupiyoadi & Ikhsan. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nainggolan, Pradhanawati & Hidayat. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang). *Jurnal Politik dan Sosial*. (<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/13601>. Dikases pada 10 Februari 2021)
- Nasution. 2011. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nursanah. 2018. Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Hero Supermarket. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*. (<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/1360/1/NURHASANAH-FEB.pdf>. Diakses 10 Februari 2021)
- Ratnasari & Aksa. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ke 1. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Saleh, Muwafik. 2010. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Setiawan. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Semoga Jaya Kediri. *Skripsi Prodi Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang*.
- Simamora, Henry. 2013. *Paduan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sujana, Asep ST. 2012. *Manajemen Minimarket*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Sunarsih. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Sepatu Invisible Malang. *Skripsi Prodi Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang*.
- Tjiptono, Fandy. 2008 . *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CV Andi Ofsset.
- Utami, Chistina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Widodo, Okky Wenkyca. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada 123 Design and Photography di Semarang). *Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.