



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan

Salwa Nabilah^{1*}, Endang Sutrisna²

^{1,2}Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email: salwanabilah48@gmail.com

Alamat: Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

*Korespondensi penulis: salwanabilah48@gmail.com

Abstract. Currently, one of the growing business sectors is the retail industry. The retail industry has undergone a significant transformation in recent decades, moving from traditional retail to more complex and diverse modern retail. This study aims to determine the effect of service quality, product diversity on customer satisfaction at Jaya Mart Pelalawan Regency. This research uses quantitative methods. The sampling technique is non-probability sampling using incidental/accidental sampling with a sample size of 99 respondents. The data obtained was processed using SPSS software version 25. The results of this study are: (1) service quality has a significant effect on customer satisfaction, (2) product diversity has a significant effect on customer satisfaction, (3) service quality and product diversity have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality; Product Diversity; Customer Satisfaction.

Abstrak. Saat ini, salah satu sektor bisnis yang tengah mengalami pertumbuhan adalah industri ritel. Industri ritel telah mengalami transformasi yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir, beralih dari ritel tradisional ke ritel modern yang lebih kompleks dan beragam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* menggunakan *incidental/accidental* sampling dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden. Data yang diperoleh diolah menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini adalah: (1) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan; Keragaman Produk; Kepuasan Konsumen

1. LATAR BELAKANG

Perekonomian Indonesia saat ini tengah menghadapi persaingan yang semakin ketat di berbagai sektor industri. Kondisi yang penuh persaingan ini juga memaksa perusahaan untuk fokus dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen. Kepuasan konsumen menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas mereka terhadap perusahaan. Kepuasan konsumen diukur berdasarkan sejauh mana kepuasan seseorang setelah membandingkan pengalaman atau hasil yang mereka terima dengan ekspektasi atau harapan yang dimiliki sebelumnya (Setiawan *et al.*, 2019).

Kualitas pelayanan dan keragaman produk memainkan peranan penting dalam membentuk tingkat kepuasan konsumen di industri ritel. Perusahaan yang mampu menyediakan produk yang beragam dengan kualitas pelayanan yang baik memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan. (Setiadi *et al.*, 2022) mengungkapkan bahwa kualitas layanan dan keragaman produk memiliki hubungan langsung dengan kepuasan konsumen, karena keduanya memberikan pilihan dan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen. Dengan demikian, perusahaan yang mampu mengelola kedua faktor ini secara optimal, akan mampu menarik konsumen dan membangun loyalitas.

Salah satu bidang usaha yang berkembang pesat saat ini adalah industri ritel. Perkembangannya cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan peralihan dari ritel tradisional ke ritel modern yang lebih beragam dan tertata. Di Indonesia sendiri banyak sekali bisnis yang berjalan dibidang industri ritel, dibuktikan dengan banyaknya pelaku bisnis yang mendirikan berbagai ritel modern. Tanda pertumbuhan ini terlihat dari banyaknya ritel

modern salah satunya minimarket yang hampir tersebar di setiap sudut kota di Indonesia, termasuk di Kabupaten Pelalawan. Jaya Mart Pelalawan merupakan salah satu jenis minimarket yang bergerak di bidang bisnis ritel. Dalam menghadapi persaingan bisnis, Jaya Mart melakukan berbagai strategi untuk memenuhi kepuasan konsumen. Adapun upaya yang dilakukan Jaya Mart adalah dengan menyediakan produk yang beragam, menyediakan fasilitas yang lengkap serta memberikan pelayanan yang baik pada konsumen.

Jaya Mart merupakan minimarket yang menyediakan layanan grosir dan eceran. Jaya Mart menawarkan produk yang beragam dimulai dari kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan pokok, perlengkapan mandi, makanan ringan, kosmetik, dan lainnya. Selain itu, Jaya Mart juga bekerjasama dengan UMKM daerah yang menjual makanan yang dikemas seperti aneka kripik, kacang-kacangan, dan lainnya. Jaya Mart menyajikan produk yang di tata dengan rapi dengan penerangan maksimal yang ada disetiap lorong rak sehingga memudahkan konsumen untuk menemukan barang yang mereka inginkan, memberikan pelayanan yang baik dan ramah agar konsumen merasa nyaman untuk berbelanja disana, kebersihan yang selalu dijaga, tempat parkir yang cukup luas, dan pembayaran dapat menggunakan kartu debit atau scan QRIS agar konsumen merasa lebih praktis dalam bertransaksi tunai maupun non tunai.

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, Jaya Mart terus berusaha memberikan layanan terbaik kepada konsumen dan menyediakan produk yang beragam. Namun, upaya tersebut belum sepenuhnya mampu meningkatkan kepuasan konsumen secara optimal, yang berdampak pada penurunan minat konsumen untuk berbelanja di Jaya Mart. Akibatnya, Jaya Mart menghadapi penurunan tingkat penjualan dan jumlah konsumen, dimana salah satu penyebabnya dapat disebabkan karena banyaknya pesaing sejenis yang sama-sama menjual produk yang lengkap dan beragam serta menyediakan pelayanan dan fasilitas yang serupa sehingga konsumen dapat berpaling.

Sebagai salah satu minimarket yang dikenal di daerah Pelalawan, perlu bagi pihak Jaya Mart untuk dapat mempertahankan konsumen agar tidak berpaling ke minimarket lainnya. Salah satu cara yang harus dilakukan yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dan menyediakan produk yang lebih lengkap dan beragam. Peningkatan kualitas pelayanan dan keragaman produk menjadi kunci utama dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dengan demikian, Jaya Mart dapat mempertahankan konsumennya sekaligus meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Theory*)

Expectancy Disconfirmation Theory atau teori kepuasan merupakan teori diperkenalkan oleh Richard L. Oliver pada tahun 1980 (Elkhani & Bakri, 2012). Teori ini, sering disingkat sebagai EDT, digunakan untuk memahami proses terbentuknya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. EDT menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja yang sesungguhnya diperoleh oleh konsumen. Teori ini juga dikenal dengan sebutan *Expectancy Disconfirmation Model*, yang merupakan pengembangan dari teori sebelumnya, yaitu *Cognitive Dissonance Theory* (CDT) yang diperkenalkan oleh Leon Festinger pada tahun 1957.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2011), kualitas pelayanan adalah keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen. Sementara itu, (Payne, 2011) mendefinisikan layanan sebagai pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan selama menerima pelayanan, yang dapat menimbulkan rasa puas atau tidak puas. Menurut (Gronroos, 2000)

kualitas pelayanan sangat bergantung pada persepsi pelanggan mengenai sejauh mana layanan tersebut memenuhi ekspektasi dan harapan mereka. Kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi menurut (Zeithaml *et al.*, 2010) yaitu:

- a. Berwujud (*Tangible*)
- b. Empati (*Empathy*)
- c. Keandalan (*Reliability*)
- d. Ketanggapan (*Responsiveness*)
- e. Jaminan (*Assurance*)

Keragaman Produk

Kotler & Armstrong, (2018) mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk diperhatikan, diakuisisi, digunakan, atau dikonsumsi, guna memenuhi keinginan atau kebutuhan. Menurut (Kotler & Keller, 2016) keragaman produk mencakup semua produk dan item yang ditawarkan perusahaan untuk dijual oleh penjual tertentu. Menurut (Peter & Olson, 2000) keragaman produk mencakup kelengkapan yang meliputi berbagai aspek produk, seperti variasi, kedalaman, kualitas, serta ketersediaan yang konsisten di perusahaan. Menurut (Kotler & Keller, 2016), terdapat 4 dimensi dari keragaman produk, yaitu:

- a. Variasi Merek Produk
- b. Variasi Kelengkapan Produk
- c. Variasi Ukuran Produk
- d. Variasi Kualitas Produk

Kepuasan Konsumen

Menurut (Tjiptono, 2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan persepsi mereka terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Perusahaan yang bergerak dalam bidang produk maupun jasa harus memastikan kualitas yang baik untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya untuk menciptakan kepuasan (Putri *et al.*, 2020). Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator utama keberhasilan perusahaan, yang berpengaruh langsung terhadap tingkat penjualan dan keberlanjutan bisnis (Bali, 2022). Menurut (Lupiyoadi, 2016) kepuasan konsumen terdiri dari tiga dimensi, antara lain:

- a. Harapan (*Expectation*)
- b. Kinerja (*Performance*)
- c. Perbandingan (*Comparison*)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini tergolong kedalam penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif klausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Jaya Mart Kabupaten Pelalawan. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *incidental/accidental sampling*. Dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh sampel pada penelitian ini sebanyak 99 responden dengan margin error 10%. Penelitian ini menggunakan alat analisis IBM SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 25 sebagai alat bantu untuk memudahkan penelitian ini.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi sederhana merupakan analisis regresi yang hanya melibatkan dua variabel, yaitu satu variabel independen dan satu variabel dependen (Priyatno, 2016).

Kualitas Pelayanan

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.739	1.539		1.780	.078
	Kualitas Pelayanan	.433	.037	.765	11.714	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$Y = a + bx$

$Y = 2.739 + 0,433x$

Dari model tersebut, persamaan-persamaan ini dapat diartikan sebagai berikut:

- Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan bernilai positif, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin naik nilai kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
- Nilai konstanta sebesar 2.739 diartikan bahwa jika kualitas pelayanan diasumsikan nol (0) maka kepuasan konsumen 2.739.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan akan mengalami kenaikan sebesar 0.433, diartikan tiap satu peningkatan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0.433.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 2
Hasil Uji t Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, dapat diamati hasil uji $t_{hitung} = 11.714 > t_{tabel} = 1.661$ dan sig

Variabel	Sig.	t hitung	t tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.000	11.714	1.661	Berpengaruh

$0.000 < 0.05$, dengan lebih besarnya t_{hitung} dari t_{tabel} maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang berbunyi “diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan” dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.586	.582	2.135

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai R Square sebesar 0.586 hal ini berarti presentasi dari kontribusi pengaruh variabel kualitas pelayanan pada variabel kepuasan konsumen sebesar 58,6% sementara itu sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi variabel lainnya yang bukan termasuk dalam model regresi ini.

Keragaman Produk

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a					
---------------------------	--	--	--	--	--

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.979	1.275		3.121	.002
	Keragaman Produk	.504	.038	.801	13.197	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = a + bx$$

$$Y = 3.979 + 0,504x$$

Dari model tersebut, persamaan-persamaan ini dapat diartikan sebagai berikut:

- Koefisien regresi untuk keragaman produk bernilai positif, artinya keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin naik nilai keragaman produk maka akan meningkatkan nilai kepuasan konsumen.
- Nilai konstanta sebesar 3.979 diartikan bahwa jika keragaman produk diasumsikan nol (0) maka kepuasan konsumen 3.979.
- Koefisien regresi variabel keragaman produk akan mengalami kenaikan sebesar 0.504, diartikan tiap satu peningkatan pada keragaman produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0.504.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5
Hasil Uji t Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel	Sig.	t hitung	t tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.000	13.197	1.661	Berpengaruh

Berdasarkan tabel diatas, dapat diamati hasil uji $t_{hitung} = 13.197 > t_{tabel} = 1.661$ dan $sig\ 0.000 < 0.05$, dengan lebih besarnya t_{hitung} dari t_{tabel} maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang berbunyi “diduga keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan” dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 2
Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.639	1.984

a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai R Square sebesar 0.642 hal ini berarti presentasi dari kontribusi pengaruh variabel keragaman produk pada variabel kepuasan konsumen sebesar 64,2% sementara itu sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi variabel lainnya yang bukan termasuk dalam model regresi ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan atau memprediksi nilai variabel dependen apabila variabel independen minimal dua atau lebih. Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Priyatno, 2016).

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Linear Berganda Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.904	1.329		.680	.498
	Kualitas Pelayanan	.217	.046	.382	4.692	.000
	Keragaman Produk	.326	.051	.519	6.374	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0,904 + 0,217 + 0,326$$

Dari model tersebut, persamaan-persamaan ini dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 0,904 ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan dan keragaman produk diasumsikan nol (0), maka kepuasan konsumen sebesar 0,904.
- Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.217, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0.217.
- Nilai koefisien regresi keragaman produk (X2) sebesar 0.326 menunjukkan bahwa variabel keragaman produk mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel keragaman produk maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0.326.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) ditambah keragaman produk (X2) adalah $0,217 + 0,326 = 0,543$, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan keragaman produk (X2) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan peningkatan sebesar 0.543.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8

Hasil Uji F Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	757.096	2	378.548	116.947	.000 ^b
	Residual	310.743	96	3.237		
	Total	1067.838	98			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk						

Berdasarkan pada diatas, dapat terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis Fhitung menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} = 116.947 > F_{tabel} = 3.091$ dengan signifikansi 0.000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.842 ^a	.709	.703	1.799
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk				

Berdasarkan tabel 5.32 terlihat bahwa nilai R Square sebesar 0.709 hal ini berarti presentasi dari kontribusi pengaruh variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk pada variabel kepuasan konsumen sebesar 70,9% sementara itu sisanya sebesar 29,1% dipengaruhi variabel lainnya yang bukan termasuk dalam model regresi ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 11.714 melebihi nilai t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan. Kemudian melalui uji koefisien determinasi didapat hasil nilai R Square sebesar 0.586 atau sama dengan 58,6%. Artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 58,6% terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ornelia *et al.*, 2023) yang berjudul Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Store Atmosphere pada Anak Panah Kopi Plus di Solo Baru menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian mengenai pengaruh variabel keragaman produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 13.197 melebihi nilai t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa variabel keragaman produk (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu diduga terdapat pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan. Kemudian melalui uji koefisien determinasi didapat hasil nilai R Square sebesar 0.642 atau sama dengan 64,2%. Artinya variabel keragaman produk memiliki pengaruh sebesar 64,2% terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Murniati *et al.*, 2024) *The Influence of Product Diversity and Service Quality on Consumer Satisfaction at the Citra Cosmetic Store in Gowa Regency* menunjukkan variabel keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk yang *didapatkan* dari hasil uji simutan (uji F), menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk mempunyai nilai F_{hitung} sebesar 116.947 > F_{tabel} sebesar 3.091 dan sig 0.000 < 0.05. Hal ini menandakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan keragaman produk dengan kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan. Kemudian melalui uji koefisien determinasi didapat hasil nilai R Square sebesar 0.709 atau sama dengan 70,9%. Artinya variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk memiliki pengaruh sebesar 70,9% secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ornelia *et al.*, 2023) dan (Murniati *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa kombinasi kualitas pelayanan yang baik dan produk yang beragam mampu meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa dilayani dengan ramah, cepat, dan responsif sambil mendapatkan berbagai

pilihan produk yang mereka butuhkan, mereka akan memiliki pengalaman berbelanja yang lebih baik dan lebih puas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan yang ada maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
- b. Hasil penelitian menunjukkan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan semakin lengkap beragam produk yang ditawarkan maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.
- c. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan dan keragaman produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan yang ada dan semakin lengkap dan beragam produk yang ditawarkan, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lain yang belum diteliti dan mungkin berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya faktor-faktor baru, pengetahuan mampu memberikan pengetahuan yang lebih komprehensif dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Jaya Mart Kabupaten Pelalawan.

DAFTAR REFERENSI

- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Elkhani, N., & Bakri, A. B. (2012). Review on “Expectancy Disconfirmation Theory” (EDT) Model in B2C E-Commerce. *Journal of Research and Innovation in Information Systems*, 2(12), 95–102. <http://seminar.utmspace.edu.my/myaisprint/>
- Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing - A Customer Relationship Management Approach (2th ed)* (John Wiley): Chichester.
- Kotler, P., & Armstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (13th ed). Yogyakarta: CV. Andi.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Murniati, Pasigai, M. A., & Indrayani, S. (2024). The Influence of Product Diversity and Service Quality on Consumer Satisfaction at the Citra Cosmetic Store in Gowa Regency. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 2(3), 725–734. <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v2i3.120>
- Ornelia, E. S. B., Maryam, S., & Marwati, F. S. (2023). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Kualitas Pelayanan, Keberagaman Produk, dan Store Atmosphere pada Anak Panah Kopi Plus di Solo Baru. *Edunomika*, 07(02), 1–8. <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v7i2.10054>
- Payne, A. (2011). *Marketing Plans for Service Business* (3rd ed). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: Gave Media.
- Putri, A. E. R., Harianto, W., & Aziz, A. (2020). Penilaian Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan X Dengan Metode Servqual Dan Analytical Hierarchy Process (Ahp). *RAINSTEK: Jurnal Terapan Sains & Teknologi*, 2(3), 202–208. <https://doi.org/10.21067/jtst.v2i3.4762>

- Setiadi, R., Setyowati, R., Iskandar, K., Syaifulloh, M., Abadiyah, A., Yulianto, A., & Ikhwan, S. (2022). The Effect of Perceived Price and Service Quality on Consumer Satisfaction of Healthy Baby Food Counters. *Food Science and Technology*, 10(2), 17–22. <https://doi.org/10.13189/fst.2022.100201>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jsmbi.v9i2.2819>
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (4th ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). Services Marketing Strategy. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*, 1(3), 208-218. <https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem01055>