ARTIKEL

ANALIS KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO GHANIEE LEE SHOP DI MOJO KEDIRI

Oleh:

RIZAL RIFIKHAMDANI
14.1.02.02.0308

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Subagyo**
2. **Rino Sardanto, M.Pd**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN

2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Rizal Rifikhamdani
NPM	: 14.1.02.02.0308
Telepun/HP	: 085736932334
Alamat Surel (Email)	: hamdanir466@gmail.com
Judul Artikel	: Analis kualitas pelayanan keragaman produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan toko Ghanie Lee Shop di Mojo Kediri
Fakultas – Program Studi	: FE- Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. Kh. Achmad Dahlan no. 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 20 Agustus 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. Subagyo NIDN. 077066601	Rino Sardanto, M.Pd. NIDN. 073027403	Rizal Rifikhamdani NPM. 14.1.02.02.0308

ANALIS KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GHANIEE LEE SHOP di MOJO Kediri

Rizal Rifikhamdani
14.02.02.0308

Fakultas Ekonomi - Manajemen
Hamdanir466@gmail.com
Dr. Subagyo dan Rino Sardanto, M.Pd
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa toko *Ghanie Lee Shop* mempunyai persaing bisnis serupa di kecamatan mojo persaingan tersebut meliputi persaingan dalam meningkatkan pelayanan, dalam ketersediaan bermacam macam produk dan persaingan dalam penetapan harga yang terjangkau dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, pihak perusahaan dituntut untuk lebih berperan dalam menyiapkan strategi terbaik agar tercipta pelanggan yang puas sehingga mampu mencapai sasaran pencapaian tujuan perusahaan yang sesuai dengan yang diharapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop* Kediri (2) pengaruh yang signifikan antara keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop* Kediri (3) pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop* Kediri (4) pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop* Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik penelitian ini adalah *asosiatif kasual* dengan teknik sampling *non probability* sampling dan penentuan jumlah sampel menggunakan teori *Roscoe* dimana anggota sampel 10 kali jumlah variabel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 responden, teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan teknik analis data yang diunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan terlebih dahulu di uji validitas dan reliabilitas menggunakan *software SPSS for windows* versi 23.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop* Kediri (2) Ada pengaruh yang signifikan antara keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop* Kediri (3) Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop* Kediri (4) Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop* Kediri.

KATA KUNCI : Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

I. LATAR BELAKANG

Ruggieri dan Silvetri (2014:23), menyatakann dalam persaingan bisnis yang semakin ketat penting bagi perusahaan untu fokus terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama dalam persaingan bisnis yang sekarang semakin ketat adalah beradaptasi dengan perubahan. Kepuasan pelanggan menjadi syarat penting bagi perusahaan agar bisa bersaing di pasar.Tuntutan kebutuhan pelanggan terhadap mutu, keberagaman produk, keterjangkauan harga dan pelayanan yang baik, menuntut para produsen dan pemasar berlomba memberikan nilai lebih pada produknya. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan kepuasan pelanggan harus menjadi perhatian utama melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga bersaing.

Kepusan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga menjadi faktor pendorong kepuasan pelanggan (Lupiyoadi, 2013:182). Kualitas pelayanan yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan, dampaknya calon pelanggan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Tjiptono, 2012:55). Untuk tetap mempertahankan eksistensinya dalam dunia usaha, para pelaku usaha harus melakukan strategi, misalnya dengan cara melakukan evaluasi sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai dengan pangsa pasar, sejauh mana keragaman produk-produk yang ditawarkan menarik minat beli konsuman, dan apakah pelayanan yang diberikan membuat pelanggan puas.

Salah satu bisnis yang merasakan ketatnya persaingan adalah bisnis toko ritel, khususnya perlengkapan balita. Binis ini merupakan bisnis yang pangsa pasarnya terbatas yaitu, para ibu-ibu yang sedang hamil atau yang memiliki balita pasti membutuhkan barang dan jasa dari bisnis ini. Saat ini dapat dilihat semakin banyak penjual perlengkapan balita baik di pusat perbelanjaan, swalayan, toko grosir, maupun toko kecil mulai bermunculan di berbagai tempat.

Toko *Ghanie Lee Shop* adalah salah satu toko retail khusus menjual perlengkapan balita yang merasakan persaingan bisnis saat ini. Toko *Ghanie Lee Shop* didirikan oleh bapak Moh. Nu'man pada tahun 2016, berawal dari toko kecil yang sebelumnya hanya menyediakan diapers berbagai ukuran dan merek dan susu formula saja. Kini toko Ghanie Lee Shop mulai berkembang dengan menambahkan berbagai varian produk perlengkapan balita seperti: sabun mandi, shampoo, minyak telon, parfum

untuk anak anak, handuk, pakaian untuk balita dan anak-anak dan tupperware. Toko ghanie Lee Shop juga mengembangkan kinerja pelayanan pelanggannya dengan melayani pembelian melalui *online* dan pelayanan *delivery order* tanpa membebankan ongkos kirim untuk wilayah mojo dan sekitarnya. Untuk mempertahankan para pelangganya Toko Ghanie Lee Shop tidak hanya mengembangkan berbagai varian produk dan kinerja pelayananya saja tetapi juga pada harga, hal ini dibuktikan oleh pemilik toko dengan memberikan harga terjangkau setiap produknya dan memberikan diskon harga kepada pembeli dalam jumlah pebembelian tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko Ghanie Lee Shop, baik secara persial maupun simultan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **"Analis Kualita Pelayanan, Keragaman Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan toko Ghanie Lee Shop di Mojo Kediri."**

II. METODE

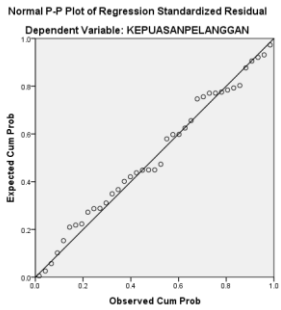
Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik dalam penelitian ini adalah asosiatif kasual. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan toko *Ghaniee Lee Shop* yang tidak diketahui jumlahnya. Sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah Non Probability Sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 40 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dengan skala likert untuk mengukur jawaban responden mulai dari setuju sampai sangat setuju, dari pertanyaan yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analis data menggunakan regresi linier berganda uji-t dan uji-f.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X_1), keragaman produk (X_2) dan harga (X_3), sedangkan variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan 40 responden di dominasi perempuan (62,5%) sedangangkan usia paling banyak pada usia > 30 tahun (42,5%).

a. Uji Normalitas



Gambar 1
Grafik Probability Plot
Sumber: Data diolah 2018

Dari hasil uji *grafik normal probability plot* berdasarkan gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa data berdistribusi normal . hal ini ditunjukankan pada gambar tersebut bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal hal ini menunjukan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikoleritas

Tabel 1
Hasil Uji Multikoleritas

Coefficients[a]

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. Constant		
Kualitas Pelayanan	.579	1.727
Keragaman Produk	.385	2.595
Harga	.329	3.042

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah 2018

Berdasarkan tabel 1 di atas terlihat setiap variabel bebas mempunyai nilai tolerance> 0,1 dan nilai VIF < 10. Hal ini di tunjukan dengan nilai *tollerance* untuk kualitas pelayanan sebesar 0.579 dan VIF sebesar 1,727, variabel keragaman produk dengan nilai *tollerance* sebesar 0,385 dan VIF sebsar 2,595 dan variabel harga dengan nilai *tollerance* sebesar 0,329 dan VIF sebesar 3,042 Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 2
Hasil Uji Autokorelasi

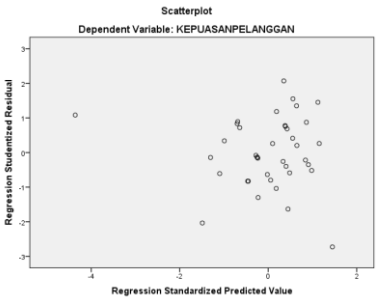
Model Summari[b]

Model	Durbin-watson
1	1.606

Berdasarkan tabel 2 diatas maka pengujian menghasilkan nilai *Durbin-Watson* Sebesar 1, 606, dalam tabel DW jika sampel 40 dan variabel independen k=3, dU = 1.6589. maka dirumuskan dU < DW < 4 – dU (4-

1,6589=2,3411) Jadi, dalam tabel 4.7 diatas dapat diketahui 1.606 < 1.934 < 2.3411 , dengan demikian dalam model regresi tersebut menunjukan bahwa terbebas dari masalah *autokorelasi*.

d. Uji Heterokedastisitas



Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data diolah 2018

Pada grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini

2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh yang ditimbulkan oleh indikator variabel bebas terhadap variabel terikat dengan formulasi sebagai berikut:

$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$

Keterangan :

Y= Variabel terikat

X= Variabel bebas

α = Konstanta

β = Koefisien variable

e= Standar eror

Berdasarkan analisis dengan program *SPSS 23 for Windows* diperoleh hasil regresi berganda seperti terangkum pada tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficient[a]

Model	Unstandardized Coeficients		Standardized Coeficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan)	2.011	1.916		1.050	.301
Kualitas pelayanan	.197	.057	.322	3.458	.001
Keragaman produk	.211	.070	.344	3.021	.005
Harga	.282	.095	.364	2.952	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah 2018

Berdasarkan table 2 diatas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 2{,}011 + 0{,}197\ X_1 + 0{,}211\ X_2 + 0{,}282\ X_3}$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

a. Konstanta = 2,011
   jika variabel kualitas pelayanan (X_1), keragaman produk (X_2), dan harga (X_3) dianggap tidak memiliki pengaruh sama sekali = 0, maka variabel kepuasan pelanggan sebesar 2,011.
b. Koefisien kualitas pelayanan ($\beta_{1,}X_1$) = 0,197
   jika variabel kualitas pelayanan (X_1) mengalami kenaikan 1 (satu) satuan, sementara keragaman produk (X_2) dan harga (X_3) diasumsikan tetap, maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,197 satuan.
c. Koefisien keragaman produk (β_2,X_2) = 0,211
   jika variabel keragaman produk (X_2) mengalami kenaikan 1 (satu) satuan, kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_3) diasumsikan tetap, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,211 satuan.
d. Koefisien harga ($\beta_{3,}X_3$) = 0,282
   jika variabel harga (X_3) mengalami kenaikan 1 (satu) satuan, sementara kualitas pelayanan (X_1) dan keragaman produk (X_2) diasumsikan tetap, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,282 satuan.

Berdasarkan keterangan diatas nilai tertinggi diperoleh dari veriabel kualitas pelayanan yaitu 0,325, kemudian variabel keragaman produk yaitu 0,301, kemudian harga yaitu 0,196

3. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui keeratan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dapat lebih meyakinkan peneliti bahwa prediksi yang akan dilakukan peneliti semakin baik. Koefisien determinasi ditunjukan dengan nilai tabel *Adjusted R Square*. Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel model summary berikut ini:

Tabel 3
Hasil Koefisien determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Squere	Adjusted R Squere	Std. Error of the Estimate
1	.908[a]	.825	.810	.910

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: Data diolah 2018

Pada table 3 diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,810 ini berarti kualitas pelayanan, keragaman produk, dan harga secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 81,0 % dan sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

4. Uji Parsial (Uji t)

Uji Statistik t dasarnya menunjukan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi veriabel dependen (Ghozali, 2016:84). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat (Y), peneliti menggunakan program SPSS *for windows* versi 23 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil Uji t

Coefficient[a]

Model	Unstandardized Coeficients		Standardized Coeficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan)	2.011	1.916		1.050	.301
Kualitas pelayanan	.197	.057	.322	3.458	.001
Keragaman produk	.211	.070	.344	3.021	.005
Harga	.282	.095	.364	2.952	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
Sumber: Data diolah 2018

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4 di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai signifikan untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.001. Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji t variabel kualitas pelayanan (X1) < 0,05. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menolak Ho dan menerima Ha sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
b. Nilai signifikan untuk variabel keragaman produk sebesar 0.005. Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji t variabel keragaman produk (X2) < 0,05. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menolak Ho dan

menerima Ha sehingga dapat dikatakan keragaman produk secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Nilai signifikan untuk variabel harga sebesar 0.006. Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji t variabel harga (X1) < 0,05. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menolak Ho dan menerima Ha sehingga dapat dikatakan harga secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Uji Simultan f

Uji statistik f pada dasarnya menunjukan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap varabel dependen (Ghozali, 2013: 98). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antar variabel bebas terhadap variabel terikat, peneleiti juga menggunakan uji F dapat dilihat pada tabel anova di bawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji f

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	f	Sig.
1 Regresion	136.437	3	45.479	54.891	.000[b]
Residual	28.999	35	.829		
Total	165.436	38			

a. Dependent Variabel: Kepuasan pelanggan
b. Predictor: (Constan), harga, kualitas pelayanan, keragaman produk
Sumber: Data diolah 2018

Berdasarkan perhitungan pada tabel 5 diatas di peroleh nilai signifikan sebesar 0.000. Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji f variabel kualitas pelayanan (X1), keragaman produk (X2) dan harga (X3) < 0,005. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengujian tersebut menolak Ho dan menerima Ha sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian statistik dapat terlihat dapat terlihat jelas bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga secara persial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Dari masing-

masing variabel dapat di jelaskan sebagai berikut :

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah biktikan menunjukkan bahwa secara persial kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai signifikan sebesar 0.001, nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikan yaitu 0.05 dengan demikian membuktikan bahwa secara statistik kualitas pelayanan berperan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan di toko *Ghanie Lee Shop*, hal ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan sudah maksimal atau sudah dirasakan dampaknya oleh pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Pradita Dan Ariani (2013). Dari hasil penelitian itu di dapatkan hasil bahwa secara persial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah buktikan menunjukkan bahwa secara persial keragaman produk (X2) berperngaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai signifikan sebesar 0.005, nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikan yaitu 0.05 dengan demikian membuktikan bahwa secara statistik keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko Ghanie Lee Shop. Berarti bahwa semakin banyak keragaman produk yang di sediakan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan di toko *Ghanie Lee Shop*, hal ini menunjukan bahwa keragaman produk yang disediakan sudah maksimal atau sudah dirasakan dampaknya oleh pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mudzakir (2015). Dari hasil penelitian itu di dapatkan hasil bahwa secara persial keragaman

produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dibuktikan menunjukkan bahwa secara persial harga (X3) berpengaruhn secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai signifikan sebesar 0.006, nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikan yaitu 0.05 dengan demikian membuktikan bahwa secara persial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko Ghanie Lee Shop. Berarti bahwa semakin terjangkau harga yang diberikan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan di toko *Ghanie Lee Shop*, hal ini menunjukan bahwa harga yang diberikan sudah maksimal atau sudah dirasakan dampaknya oleh pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Rostya (2012). Dari hasil penelitian itu di dapatkan hasil bahwa secara persial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Perngaruh harga kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah membuktikan menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan (X1), keragaman produk (X2) dan harga (X3) berperan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel *Anova* pada uji statistik f diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikan yaitu 0.05. Dari hasil uji determinasi (Adjusted R^2) membuktikan bahwa kepuasan pelanggan toko Ghanie Lee Shop dipengaruhi oleh keempat variabel tersebut sebesar 81,0 % dan sisanya 19 % kepuasan pelanggan dipengaruh oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Simpulan

Penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

a. Berdasarkan hasil pengujian secara persial, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop*. Artinya bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan juga akan ikut meningkat.

b. Berdasarkan hasil pengujian secara persial, keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop* . Semakin baik Ghanie Lee Sop memberikan persediaan macam-macam produk mulai variasi merk, kelengkapan produk, kualitas produk yang baik maka semakin besar tingkat kepuasan pelanggan.

c. Berdasarkan hasil pengujian secara persial, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop*. Semakin baik toko *Ghanie Lee Sop* dalam penetapan harga jual produk maka semakin besar tingkat kepuasan pelanggan.

d. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan, kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga berperan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko *Ghanie Lee Shop*.

IV. PENUTUP

1. Saran

Dari kesimpulan hasil penelitian di atas , maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi toko *Ghanie Lee Shop*

   Dari hasil uji hipotesis kualitas pelayanan, keragaman produk, dan harga secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 81.0% maka dari itu pihak pemilik toko harus mempertahankan dan terus meningkatkan ketiga faktor tersebut dan dari ketika faktor tersebut hasil yang paling signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan oleh karena itu toko pihak toko *Ghanie Lee Shop* harus meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dengan memberikan arahan kepada para karyawan agar meningkatkan keandalan dalam melayani pelanggan, ketanggapan terhadap permintaan pelanggan dan menjaga kesopanan serta meningkatkan pengetahuan tentang produk yang tersedia di

toko untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengingat masih ada pengaruh dari variabel lain di luar variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu sebesar 19 %, maka hasil penelitian ini dapat menjadi bahan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan memasukkan variabel lain selain yang sudah dimasukkan dalam penelitian ini. Dan diharapkan untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian serupa lebih mengembangkan hasil dari yang telah peneliti saat ini capai.

V. DAFTAR PUSTAKA

Ruggieri, A. Dan C. Silvetri. 2014 . Quality and Customer Statification: RelationShip and Customer Behaviour. A Case Study. *International Jurnal of Managerial Studies and Reshearch* (IJMSR) 2 (10): 23.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajement Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Tjiptono Fandi dan Gregorius Candra. 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, Andi.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Pradita dan Ariani. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan* SOGO Department Store Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.

Noor Fuad. 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen* Toko Ritel Amin Jaya Jepara. Semarang: Universitas Diponegoro.

Mudzakir. 2015. *Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen* Indomaret Kecamatan Sukun Kabupaten Malang. Malang: Universitas Kanjuruhan.

Rostya. 2012. *Analis Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan* pada Waroeng Special Sambal Semarang. Semarang: Universitas Diponegoro