

# JURNAL RISET MANAJEMEN DAN BISNIS

## Fakultas Ekonomi UNIAT

# JRMB

**TERAKREDITASI**  
Keputusan Direktur Jenderal Penguatan dan Pengembangan  
Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik  
Indonesia No. 21/E/KPT/2018, 9 Juli, 2018

- Pengaruh Efektifitas Promosi Above The Line dan Below The Line Terhadap Daya Tarik Pengunjung Taman Mini Indonesia Indah  
Ni Wayan Puspasari, Febriansyah. hlm. 313 - 320
- Pelayanan Publik Kesehatan Puskesmas Dalam Memberikan Kepuasan Masyarakat di Kabupaten Sumenep  
Aryo Wibisono, R. Amilia Destryana. hlm. 321 - 330
- Analisis Pendayagunaan Sumber Pembiayaan Perbankan Untuk Perumahan  
Towaf Totok Irawan. hlm. 331 - 342
- Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Korporasi  
Jumawan, Martin Tanjung Mora. hlm. 343 - 352
- Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara  
Herwin, Ferryal Abadi. hlm. 353 - 364
- Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store  
Hadita. hlm. 365 - 374
- Dampak Kinerja dan Level Etika Terhadap Keterbacaan Pengungkapan : Eksperimen Laboratorium  
Agus Munandar. hlm. 375 - 386
- Pengaruh Leverage dan Likuiditas Terhadap Peringkat Obligasi  
Wastan Wahyu Hidayat. hlm. 387 - 394
- Analisis Implementasi Pengukuran Kinerja Berbasis Balanced Scorecard  
Basuki Toto Rahmanto, Ester Karen. hlm. 395 - 404
- Stres Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan  
Novita Wahyu Setyawati, Nur Ade Aryani, Endah Prawesti Ningrum. hlm. 405 - 412
- Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Teater Jkt48 dengan Brand Love Sebagai Variabel Intervening  
Margaretha, Donant Alananto Iskandar. hlm. 413 - 422
- Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Subsektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia  
Siti Ruhana Dara, Mariah. hlm. 423 - 430
- Konflik dan Kinerja Karyawan : Peran Moderasi Gaya Kepemimpinan  
Santi Retno Sari. hlm. 431 - 440
- Pengaruh Aliran Kas Bebas Terhadap Keputusan Pendanaan Melalui Set Kesempatan Investasi dan Nilai Pemegang Saham Sebagai Moderasi  
Rachma Zannati, Wulandhari Pratiwi. hlm. 441 - 452

JRMB: Jurnal Riset Manajemen dan bisnis	Vol. III	3	Hlm. 313 - 452	Jakarta Oktober 2018	P-ISSN 2527 - 7502
---	----------	---	----------------	----------------------	--------------------



Diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Attahiriyah

## DAFTAR ISI

- Pengaruh Efektivitas Promosi Above The Line Dan Below The Line Terhadap Daya Tarik Pengunjung Taman Mini Indonesia Indah Ni Wayan Puspasari, Febriansyah. hlm. 313 - 320**
- Pelayanan Publik Kesehatan Puskesmas Dalam Memberikan Kepuasan Masyarakat Di Kabupaten Sumenep Aryo Wibisono, R. Amilia Destryana. hlm. 321 - 330**
- Analisis Pendayagunaan Sumber Pembiayaan Perbankan Untuk Perumahan Towaf Totok Irawan. hlm. 331 - 342**
- Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Korporasi Jumawan, Martin Tanjung Mora. hlm. 343 - 352**
- Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Antara Herwin, Ferryal Abadi. hlm. 353 - 364**
- Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store Hadita. hlm. 365 - 37**
- Dampak Kinerja Dan Level Etika Terhadap Keterbacaan Pengungkapan Agus Munandar. hlm. 375 - 386**
- Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Terhadap Peringkat Obligasi Wastam Wahyu Hidayat. hlm. 387 - 394**
- Analisis Implementasi Pengukuran Kinerja Berbasis Balanced Scorecard Basuki Toto Rahmanto, Ester Karen. hlm. 395 - 404**
- Stres Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Novita Wahyu Setyawati, Nur Ade Aryani, Endah Prawesti Ningrum. hlm. 405 - 412**
- Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Teater Jkt48 Dengan Brand Love Sebagai Variabel Intervening Margaretha Margaretha, Donant Alananto Iskandar. hlm. 413 - 422**
- Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan Subsektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Siti Ruhana Dara, Mariah. hlm. 423 - 430**
- Konflik Dan Kinerja Karyawan: Peran Moderasi Gaya Kepemimpinan Santi Retno Sari. hlm. 431 - 440**
- Pengaruh Aliran Kas Bebas Terhadap Keputusan Pendanaan Melalui Set Kesempatan Investasi Dan Nilai Pemegang Saham Sebagai Moderasi Rachma Zannati, Wulandhari Pratiwi. hlm. 441 - 452**

## DAMPAK KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RAMAYANA DEPARTEMEN STORE

**Hadita**

Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta, Jakarta, Indonesia

\*E-mail korespondensi: hadita.universitas@gmail.com

---

### Informasi Artikel

Draft awal: 23 Aug 2018  
Revisi: 21 Sept 2018  
Diterima : 20 Oct 2018  
Available online: 31 Oct 2018

Keywords: product price diversity, product quality diversity, product type diversity, product display diversity, customer satisfaction

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Islam Attahiriyah

---

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the effect of product price diversity, which consists of product quality diversity, product type diversity, product display diversity to customer satisfaction. The sampling technique uses accidental sampling with 90 respondents in the Tebat branch of Ramayana, and data collection techniques using multiple linear regression. The results of the analysis show the variable of product quality diversity and product display variables have a positive and significant influence on customer satisfaction in the Ramayana branch of Tebet. While the variable price of product prices and the diversity of product types have no effect on customer satisfaction in the Ramayana Depart. Store Tebet branch.*

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dampak keragaman harga produk, yang terdiri dari keragaman kualitas produk, keragaman jenis produk, keragaman tampilan produk terhadap kepuasan pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan responden sebanyak 90 pelanggan di Ramayana cabang Tebet dan teknik pengumpulan data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan variabel keragaman kualitas produk dan variabel tampilan produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Ramayana cabang Tebet. Sedangkan variabel keragaman harga produk dan keragaman jenis produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Ramayana Depart. Store cabang Tebet.

---

**Pedoman Sitasi:** Hadita Hadita (2018). Dampak Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(3), 365- 374

---

Journal homepage: <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>

## 1. Pendahuluan

Pada saat ini dunia usaha berkembang dengan pesat baik dibidang produksi maupun dibidang jasa, termasuk usaha ritel. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor pendukung, seperti letak demografi yang dimiliki Indonesia. Dengan meningkatnya masyarakat kelas menengah dan perubahan gaya hidup, serta konsep wirausaha yang saat ini sedang berkembang pesat di masyarakat Indonesia yang mana salah satunya berinvestasi pada pengembangan ritel-ritel lokal. Dengan beragamnya jenis yang harus disediakan (*stock*) baik keragaman harga, kualitas, jenis maupun tampilan. Usaha retail merupakan keseluruhan proses yang melibatkan penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis menurut Kotler (2000). Bisnis retail ditujukan untuk konsumen akhir sehingga pembelian barang bukan untuk dijual kembali konsekuensinya adalah barang yang dibeli tidak dalam jumlah besar. Oleh sebab itu bisnis ritel harus memiliki keragaman produk.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap sasaran. Saat konsumen merekomendasikan sesuatu, ini menunjukkan bahwa mereka menerima lebih dari sekedar nilai ekonomis yang baik dari sebuah produk. Kepuasan merupakan perbandingan antara kinerja suatu produk dengan harapan konsumen sebelumnya. Keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Adapun proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Kepuasan pelanggan toko merupakan hasil dari evaluasi subyektif dimana pemilihan alternatif toko sudah sesuai atau melebihi harapan pelanggan.

Di tahun 1989 Ramayana telah menjadi jaringan ritel, yang terdiri dari 13 gerai dan memperkerjakan sebanyak 2.500 pekerja. Toko yang pertama kali dibangun pada tahun 1978 khusus garmen dan pakaian di Jalan Sabang. Mereka menamai toko mereka " Ramayana Fashion Store". Berbagai produk yang dijual menjadi lebih luas untuk mencakup kebutuhan rumah tangga, mainan, dan alat tulis. Dengan berkembang baiknya toko, produk baru yang ditambahkan untuk memfokuskan bisnis, yaitu garmen dan pakaian. Ramayana hingga saat ini memperluas area cakupannya yang tersebar di seluruh Indonesia.

Ditengah maraknya pesaing bisnis ritel, yaitu: Alfamart, Indomart, Giant, Carrefour, dll yang bermunculan memberikan banyak keragaman produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, Ramayana Department Store mampu menghadapi tantangan dalam mempertahankan keberadaannya di situasi sekarang ini sehingga harapan dari Ramayana Department Store adalah membuat para pelanggannya puas berbelanja. Dari tantangan yang dihadapi Ramayana Departement Store sekarang ini perlu adanya penelitian ulang dalam hal keragaman produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, untuk membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kualitas pelanggan dalam bisnis ritel umumnya, khususnya bagi Ramayana Departement Store. Penelitian ini pun didukung oleh Arsyanti (2016) dan Yan et al (2015) menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu cabang Ramayana Departement store yang sudah berkembang baik yang berada di provinsi DKI Jakarta adalah Ramayana cabang Tebet, sebagai salah satu toko modern retail yang memiliki banyak pesaing terutama di ibukota, Ramayana cabang tebet harus bisa melakukan berbagai inovasi. Salahsatunya adalah melakukan keragaman produk. Keragaman produk menampilkan ketersediaan jenis barang dalam jumlah dan jenis yang bervariasi sehingga menimbulkan banyaknya pilihan barang dalam proses belanja para konsumen. Selain itu keragaman produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi.

Kontribusi penelitian ini bagi perusahaan, dapat memberikan informasi bahwa keberagaman produk yang selalu ada di Ramayana Departement Store dapat memberikan kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Ramayana Departement Store. Selain itu dapat membantu perusahaan dalam mengambil kebijakan yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan untuk Peneliti, dapat mengetahui keadaan yang sebenarnya dalam situasi sekarang dalam dunia bisnis retail di Ramayana Departement Sore. Selain itu dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti.

Persaingan tentang bisnis tidak terlepas dari keberhasilan perusahaan, sehingga perusahaan harus lebih banyak memanfaatkan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan pelanggan untuk informasi berharga tentang bagaimana cara terbaik untuk melayani pelanggan dan menjaga mereka agar tidak berpindah ke merek lainnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dampak keragaman harga produk, yang terdiri dari keragaman kualitas produk, keragaman jenis produk, keragaman tampilan produk terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Konsep kepuasan pelanggan sebenarnya merupakan turunan dari teori *expectancy disconfirmation*. Teori ini menekankan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan ditentukan oleh suatu proses evaluasi pelanggan, dimana persepsi tersebut mengenai hasil suatu jasa dibandingkan dengan standar yang diharapkan oleh konsumen menurut Zethaml et al(2006).

Jadi kepuasan pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh perusahaan sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan. Dengan demikian kunci keberhasilan perusahaan sebenarnya sangat tergantung kepada suksesnya perusahaan dalam memuaskan kebutuhannya.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat harapan konsumen menurut Gasperz (2003) terdiri dari kebutuhan dan keinginan, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari pesaing perusahaan, pengalaman dari kerabat atau informasi dan cerita orang lain, komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi harapan konsumen. Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi tingkat harapan selanjutnya akan mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana konsumen membandingkan tingkat harapan dengan pengalaman pasca mengkonsumsi produk.

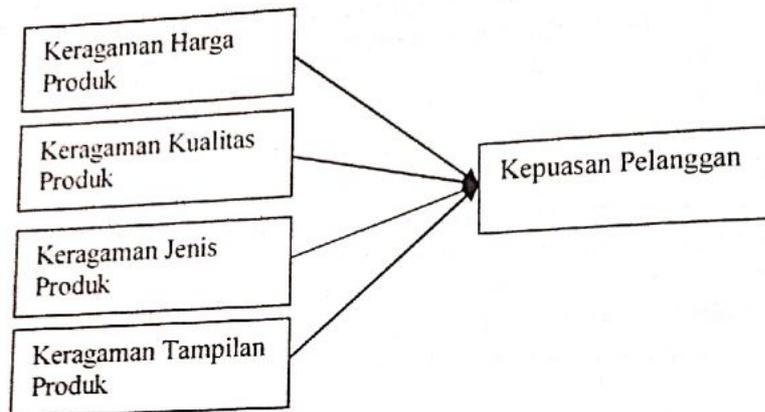
### 2.2 Pengertian Keragaman Produk

Keragaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel. Adanya keragaman produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan adalah bagaimana membuat berbagai keputusan tentang bauran produk yang dihasilkan pada saat ini maupun untuk masa mendatang. Menurut Kotler & Keller (2007), keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

Beberapa peneliti sebelumnya menjelaskan hubungan *product assortment* berhubungan dengan kebebasan untuk memilih barang, menurut Berkowitz et al (1980). Sedangkan Brown (1969) menjelaskan bahwa *product assortment* memberikan kesempatan seseorang untuk berekspressi. Adapun bagi pengecer keragaman jenis produk dapat dimanfaatkan sebagai strategi diferensiasi toko dibandingkan dengan pesaing, disamping meningkatkan biaya terutama biaya persediaan.

Menurut Zielke(2010), keragaman produk merupakan persepsi konsumen yang dibagi menjadi beberapa dimensi penting, meliputi keragaman harga produk, yaitu penilaian konsumen terhadap berbagai harga produk yang ditawarkan pada berbagai tingkat kategori; keragaman kualitas produk, yaitu penilaian konsumen terhadap berbagai kualitas produk yang ditawarkan pada berbagai kategori; keragaman jenis produk, yaitu penilaian konsumen terhadap berbagai jenis produk yang ditawarkan pada berbagai kategori; dan keragaman tampilan produk, yaitu penilaian konsumen terhadap tampilan produk yang ditawarkan pada berbagai kategori.

**2.3 Kerangka Berpikir**  
Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyusun kerangka berpikir sebagai berikut:



**Gambar 1: Kerangka Berpikir**

### **Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Keragaman Produk ialah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Dan menurut Zielke (2010) bahwa keragaman produk merupakan persepsi konsumen yang dibagi menjadi beberapa dimensi penting, meliputi keragaman harga produk, keragaman kualitas produk, keragaman jenis produk, yaitu penilaian konsumen terhadap berbagai jenis produk yang ditawarkan pada berbagai kategori, dan keragaman tampilan produk.

Didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Arsyanti (2016) yang menemukan bahwa dengan adanya keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan khususnya di Ramayana Department Store cabang tebet, artinya dengan banyaknya keragaman produk dalam suatu toko ritel membuat kebutuhan para masyarakat dapat langsung terpenuhi sehingga pelanggan pun merasa puas ketika berbelanja.

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis penelitian adalah:

- H<sub>1</sub> : Diduga ada pengaruh keragaman harga produk terhadap kepuasan pelanggan.
- H<sub>2</sub> : Diduga ada pengaruh keragaman kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
- H<sub>3</sub> : Diduga ada pengaruh keragaman jenis produk terhadap kepuasan pelanggan.
- H<sub>4</sub> : Diduga ada pengaruh keragaman tampilan produk terhadap kepuasan pelanggan.

## **3. Metode Penelitian**

### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dalam menganalisis datanya. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan wawancara. Kuisisioner digunakan untuk mengukur tentang persepsi keragaman harga, persepsi

keragaman jenis, persepsi keagaman kualitas, persepsi keragaman tampilan produk dan kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian ini dilengkapi dengan wawancara, dimana responden diminta untuk memberikan penjelasan atas pilihan jawaban dari pertanyaan yang diajukan.

### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah pelanggan Ramayana Departement Store cabang tebet. Sampel penelitian ini sebanyak 90 responden. Metode pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dimana jumlah anggota poplasi tidak dapat diketahui dengan pasti. Adapun teknik pengambilan sampling menggunakan teknik *accidental sampling*.

### 3.3 Operasional Variabel

#### Keragaman Harga Produk

Merupakan penilaian konsumen terhadap berbagai harga produk yang ditawarkan pada berbagai tingkat kategori, dengan indikator sebagai berikut:

- Ragam harga produk yang ditawarkan di toko banyak yang murah
- Harga produk di toko bermacam-macam
- Toko ini mempunyai produk yang dengan merek sendiri dan lebih murah dari merek lainnya

#### Keragaman Kualitas Produk

Merupakan penilaian konsumen terhadap berbagai kualitas produk yang ditawarkan pada berbagai kategori, dengan indikator sebagai berikut:

- Toko ini menjual produk yang berkualitas
- Produk yang dijual di toko ini tidak ada yang sudah expired date
- Merek produk yang dijual di toko ini merupakan merek yang terkenal

#### Keragaman Jenis Produk

Merupakan penilaian konsumen terhadap berbagai jenis produk yang ditawarkan pada berbagai kategori, dengan indikator sebagai berikut:

- Merek yang dijual di toko ini bermacam-macam
- Setiap merek produk yang dijual di toko ini didukung dengan berbagai macam jenis yang berbeda
- Jenis barang yang dijual di toko ini didukung dengan berbagai ukuran (Kg, gr, ml, l, dll)
- Barang yang dijual di toko ini pada berbagai tingkat kualitas baik, kualitas sedang, dan kualitas kurang

#### Keragaman Tampilan Produk

Merupakan penilaian konsumen terhadap tampilan produk yang ditawarkan pada berbagai kategori, dengan indikator sebagai berikut:

- Pengelompokan jenis produk di display
- Tata letak produk di toko

#### Kepuasan Pelanggan

Merupakan perilaku konsumen pasca pembelian dengan sikap puas atau tidak puas dalam mengkonsumsi barang dan jasa, dengan indikator sebagai berikut:

- Puas ketika berbelanja di toko ini
- Keputusan untuk berbelanja di toko ini merupakan hal yang bijaksana
- Melakukan hal yang baik ketika berbelanja di toko ini
- Kenyaman ketika berbelanja di toko ini

### 3.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji normalitas, uji reliabilitas, uji validitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut Budi&Ashari (2005),

analisis regresi linear berganda adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui. Model persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a = Konstanta
- b1-4 = Koefisien Regresi
- X1 = Keragaman Harga Produk
- X2 = Keragaman Kualitas Produk
- X3 = Keragaman Jenis Produk
- X4 = Keragaman Tampilan Produk
- e = Standar Error

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

##### 4.1 Hasil Analisis Penelitian

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas, tahapan selanjutnya untuk menguji antar variabel penelitian yaitu dengan Uji Asumsi Klasik agar diperoleh estimator tidak bias dari regresi dengan kuadrat terkecil biasa yaitu Uji Multikolinieritas. Dimana model regresi yang baik jika tidak terjadi hubungan antar variabel terikatnya. Hasil yang diperoleh dari uji multikolinieritas maka ke empat (4) variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas. Dan uji normalitas, dengan asumsi semua variabel berdistribusi normal, yang artinya data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi syarat normalitas, sehingga dalam model penelitian ini data yang digunakan telah memenuhi syarat normalitas.

##### Analisis Regresi Linier Berganda

Dengan menggunakan uji regresi linier berganda dapat mengetahui pengaruh keragaman harga produk (X1), keragaman kualitas produk (X2), keragaman jenis produk (X3), keragaman tampilan produk (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Ramayana Departement Store cabang Tebet.

**Tabel 1: Output Regresi Linier Berganda**

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients		t- hitung	Sig.
	B	error		
Constant	0.455	1.508	.302	.763
Keragaman Harga	0.217	0.167	1.299	0.197
Keragaman Kualitas	0.444	0.160	2.767	0.007
Keragaman Jenis	0.039	0.093	0.420	0.675
Keragaman Tampilan	0.766	0.179	4.272	0.000
R	0.723			
R square	0.523			
Adjusted. R Square	0.502			
F-Hitung	25.991			
Sign-F	0.000			

Sumber: Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil output analisis regresi linier berganda diatas, maka persamaan regresi pada penelitian ini adalah :

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 0.455 + 0.217\text{Keragaman Harga} + 0.444\text{Keragaman Kualitas} + 0.039 \text{ Keragaman Jenis} + 0.766 \text{ Keragaman Tampilan} + e$$

Pada persamaan regresi tersebut, nilai dari konstanta sebesar 0.455 menunjukkan besarnya variabel kepuasan pelanggan jika keragaman harga produk (X1), keragaman kualitas produk (X2), keragaman jenis produk (X3), keragaman tampilan produk (X4) bernilai konstan atau sama dengan nol (0). Variabel keragaman harga produk (X1) memiliki nilai sebesar 0.217. Hal ini menyatakan bahwa nilai keragaman harga produk meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.217. Variabel keragaman kualitas produk (X2) memiliki nilai sebesar 0.444. Hal ini menyatakan bahwa nilai keragaman kualitas produk meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.444. Variabel keragaman jenis produk (X3) memiliki nilai sebesar 0.039. Hal ini menyatakan bahwa nilai keragaman jenis produk meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.039. Variabel keragaman tampilan produk (X4) memiliki nilai sebesar 0.766. Hal ini menyatakan bahwa nilai keragaman tampilan produk meningkat sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.766.

#### Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Berdasarkan output SPSS nilai  $F_{hitung} = 25.991$  dengan probabilitas 0.000. Kriteria pengujian menyatakan jika probabilitas hitung  $< \text{level of significance } (\alpha)$  maka  $H_0$  ditolak atau ada pengaruh signifikan secara simultan variabel keragaman harga produk (X1), keragaman kualitas produk (X2), keragaman jenis produk (X3), keragaman tampilan produk (X4), terhadap kepuasan pelanggan (Y) Ramayana Department Store cabang Tebet.

Hasil pengujian menunjukkan  $0.000 < 0.05$  atau probabilitas hitung  $< \text{level of significance } (\alpha)$  atau  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti variabel keragaman harga produk (X1), keragaman kualitas produk (X2), keragaman jenis produk (X3), keragaman tampilan produk (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Ramayana Department Store cabang Tebet. Dengan demikian analisis  $F_{test}$  hipotesis penelitian adalah terdapat pengaruh signifikan secara simultan variabel keragaman harga produk (X1), keragaman kualitas produk (X2), keragaman jenis produk (X3), keragaman tampilan produk (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Ramayana Department Store cabang Tebet.

#### Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

##### Variabel Keragaman Harga Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil analisis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  keragaman harga produk (X1) sebesar 1.299 pada tingkat probabilitas 0.197. Kriteria pengujian jika probabilitas hitung  $< \text{level of significance } (\alpha)$  maka  $H_0$  ditolak atau ada pengaruh signifikan keragaman harga produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa  $0.197 > 0.05$  atau probabilitas hitung  $> \text{level of significance } (\alpha)$  sehingga  $H_0$  diterima. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara keragaman harga produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Ramayana Department Store cabang Tebet.

##### Variabel Keragaman Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil analisis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  keragaman kualitas produk (X2) sebesar 2.767 pada tingkat probabilitas 0.007. Kriteria pengujian jika probabilitas hitung  $< \text{level of significance } (\alpha)$  maka  $H_0$  ditolak atau ada pengaruh signifikan keragaman kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa  $0.007 < 0.05$  atau probabilitas hitung  $< \text{level of significance } (\alpha)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara keragaman kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Ramayana Department Store cabang Tebet.

**Variabel Keragaman Jenis Produk (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**  
Hasil analisis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  keragaman jenis produk (X3) sebesar 0.420 pada tingkat probabilitas 0.675. Kriteria pengujian jika probabilitas hitung  $< level\ of\ significance\ (\alpha)$  maka  $H_0$  ditolak atau ada pengaruh signifikan keragaman jenis produk (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa  $0.675 > 0.05$  atau probabilitas hitung  $> level\ of\ significance\ (\alpha)$  sehingga  $H_0$  diterima. Hal ini berarti bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara keragaman jenis produk (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Ramayana Department Store cabang tebet.

**Variabel Keragaman Tampilan Produk (X4) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**  
Hasil analisis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  keragaman tampilan produk (X4) sebesar 4.272 pada tingkat probabilitas 0.000. Kriteria pengujian jika probabilitas hitung  $< level\ of\ significance\ (\alpha)$  maka  $H_0$  ditolak atau ada pengaruh signifikan keragaman kualitas tampilan (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa  $0.000 < 0.05$  atau probabilitas hitung  $< level\ of\ significance\ (\alpha)$  sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara keragaman tampilan produk (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Ramayana Department Store cabang tebet.

#### 4.2 Pembahasan

##### **Pengaruh Keragaman Harga Produk (X1) terhadap kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel keragaman harga produk merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penilaian pelanggan terhadap berbagai harga produk yang ditawarkan pada berbagai tingkat kategori terdiri dari ragam harga produk yang ditawarkan di toko, banyak yang murah, harga produk di toko bermacam-macam (murah, sedang, dan mahal) dan toko mempunyai produk yang dengan merek sendiri lebih murah daripada produk merek lainnya, menunjukkan bahwa persepsi keragaman harga produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian penilaian pelanggan Ramayana Department Store cabang Tebet menganggap bahwa keragaman harga tidak selamanya harus bersaing atau murah, adakalanya harga yang sedikit mahal namun jika diimbangi dengan manfaat lain yang dapat diperoleh oleh pelanggan, maka pelanggan akan puas. Adapun penelitian ini didukung oleh Japarianto dan Djati (2011) yang menyimpulkan bahwa keragaman harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan jika dibandingkan dengan variabel lainnya.

##### **Pengaruh Keragaman Kualitas Produk (X2) terhadap kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel keragaman kualitas produk merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keragaman kualitas produk merupakan penilaian pelanggan terhadap kualitas produk yang ditawarkan pada berbagai kategori, dengan indikator penelitian toko menjual produk-produk berkualitas, produk yang dijual tidak ada yang sudah expired date serta merek produk yang dijual di toko merupakan merek yang terkenal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman kualitas produk dilihat dari setiap kategori atau jenis barang mempunyai kualitas yang sesuai yang diharapkan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian penelitian ini didukung oleh Mahdi (2016) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

##### **Pengaruh Keragaman Jenis Produk (X3) terhadap kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel keragaman jenis produk merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keragaman jenis produk merupakan penilaian pelanggan terhadap berbagai

jenis produk yang ditawarkan pada berbagai kategori, dengan indikator penelitian merek yang dijual di toko bermacam-macam, setiap merek produk yang dijual di toko didukung dengan ukuran (kg, gr ml, l, dll) dan barang yang dijual di toko pada berbagai tingkat kualitas (baik, sedang, kurang).

Berdasarkan hasil penelitian penilaian pelanggan terhadap keragaman jenis produk di Ramayana cabang tebet tidak mempunyai perbedaan dengan toko lainnya, sehingga bukan merupakan hal yang penting bagi pelanggan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun penelitian ini didukung oleh Pulungan dan Akhyarni (2018) mengenai pengaruh keragaman produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

#### **Pengaruh Keragaman Tampilan Produk (X4) terhadap kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel keragaman tampilan produk merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keragaman tampilan produk merupakan penilaian pelanggan terhadap tampilan produk yang ditawarkan pada berbagai kategori, dengan indikator penelitian pengelompokan tampilan jenis produk di *display* dan tata letak produk di toko.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa kepuasan pelanggan Ramayana Dept.Store cabang Tebet ditentukan oleh keragaman tampilan produk. Setiap ritel modern mempunyai jenis tampilan produk yang berbeda. Pelanggan Ramayana Dept.Store cabang Tebet mempunyai penilaian bahwa tampilan per kategori jenis barang dan layout barang lebih baik dibandingkan dengan pesaing sehingga memudahkan bagi pelanggan untuk memilih dan menentukan barang yang akan dibeli. Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman tampilan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Didukung oleh penelitian Anggraini (2011) yang menyatakan keragaman tampilan produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang**

Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya pada variabel keragaman kualitas produk, keragaman jenis produk, harga produk, dan keragaman tampilan produk terhadap kepuasan pelanggan di Ramayana Department Store cabang Tebet. Riset mendatang disarankan untuk mengambil responden yang lebih banyak di beberapa cabang Ramayana Department Store yang berada di Jakarta agar hasilnya bisa lebih akurat dan lebih signifikan.

### **6. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai dampak keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan, maka kesimpulannya adalah variabel keragaman harga produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ramayana Department Store cabang Tebet. Variabel keragaman kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ramayana Department Store cabang Tebet. Variabel keragaman jenis produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ramayana Department Store cabang Tebet. Dan variabel keragaman tampilan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Ramayana Department Store cabang Tebet.

### **Daftar Pustaka**

- Anggraini, K. D. (2011). *Pengaruh Retailing Mix Terhadap Loyalitas Toko pada Ritel Hypermart Solo Square di kota Solo*. Kertas Kerja Program S1, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Satya Wacana (tidak dipublikasikan)

- Arsyanti, N. M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang. *Journal of Management*, Vol. 5 No. 2 halaman 1-11
- Berkowitz, E.N. and Walton, J.R. (1980). Contextual Influences on Consumer Price Responses: An Experimental Analysis. *Journal of Marketing Research*
- Brown, F. E. (1969). Price Image versus Price Reality. *Journal of Marketing Research*.
- Budi, P., Ashari, S. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel&SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Gaspersz, V. (2003). *Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas* Terjemahan ed., Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hatta, I. H.(2017). Feature, Nilai, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(1), 45- 52.
- Japrianto, Edwin dan Djati (2011). Pengaruh *Service Retail Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Belanja *Tourism Shopper* di Plaza Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.2 No. 1 April 2011: 96-114.
- Kotler, and Keller. (2007). *Marketing Management Millenium*, Upper Saddle River, New Jersey: A Pearson Education Company.
- Pulungan, Akhyarni Isma. (2018). Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap kepuasan Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening di Giant Express Letda Sujono. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Yan, H., Chang, E. C, Chou, T. J. (2015). The Over-categorizatin effect: How the number of categorizations influences shoppers perceptions of variety and satisfaction. *Journal of Business Research* 68 631-638.
- Zethaml, V. & Gremler, D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer focus across the firm*.Zielke, S. (2010), How Price Image Dimensions Influence Shopping Intentions for Different Store Formats. *European Journal of Marketin*.
- Zielke, S. (2010). How Price Image Dimensions Influence Shopping Intentions for Diffrent Store Formats. *European Journal of Marketing*, 44(6), pp.748-770.