

**DAMPAK KUALITAS LAYANAN DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA TOKO LOMAN DUKUN GRESIK**

Hanisa Rizki

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya
Hanisa.Rizki58@gmail.com

Dr. Parjono, M.Si

Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui dan menganalisis dampak kualitas layanan dan varian produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Loman Dukun Gresik. Pada analisis data hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas layanan (X_1) berdampak secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan Varian produk (X_2) berdampak secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Loman Dukun Gresik.

Kata kunci :Kualitas Layanan, Varian Produk, dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kualitas layanan merupakan faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan dimana kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Kualitas layanan memiliki indikator antara lain bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Kualitas layanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah mereka puas dengan produk atau jasa yang diterimanya konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang berakibat menurunnya jumlah pembeli.

Selain dari kualitas layanan, yang dipertimbangkan konsumen untuk mendatangi sebuah toko adalah Varian produk. Semakin bervariasi produk akan menimbulkan ketertarikan konsumen untuk membeli. Varian produk merupakan suatu strategi dalam pemasaran yang dilakukan perusahaan sebagai upaya meningkatkan penjualan dan pendapatan yang menandakan konsumen telah puas

dengan varian produk yang ditawarkan oleh sebuah toko. Varian produk memiliki indikator antara lain kelengkapan produk, variasi merk dan ukuran variatif.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut atau yang sering disebut *word of mouth*.

Toko Loman merupakan salah satu toko yang ada di kecamatan Dukun. Sebuah toko yang berlokasi di Jl. Kalirejo Timur No. 1-3 Dukun Gresik yang mana waktu layanan toko Loman disesuaikan dengan jam operasional yaitu jam 07.00-11.30 dan buka lagi pada jam 16.00-20.30 WIB. Toko Loman menjual berbagai macam kosmetik, makanan, minuman, susu, dan perlengkapan lainnya. Toko Loman berdiri pada tahun 1996. Pasar sasaran toko ini meliputi konsumen remaja hingga dewasa, Sebagai sebuah toko yang terletak di kawasan pertokoan yang strategis, toko Loman dihadapkan pada persaingan yang ketat dengan toko-toko yang berada di sekitarnya yaitu terdapat 5 (lima) toko pesaing yang menjual produk yang sejenis dengan target pasar yang sama.

Berdasar latar belakang diatas penulis ingin melakukan penelitian tentang dampak kualitas layanan dan varian produk terhadap kepuasan konsumen, penulis memilih toko Loman sebagai tempat penelitian karena toko Loman ini kecil namun banyak konsumen yang membeli. Oleh karena itu penulis mengambil judul penelitian "Dampak Kualitas

Dampak Kualitas Layanan Dan Varian Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Loman Dukun Gresik

Layanan, Dan Varian Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Loman Dukun Gresik ”

kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi kualitas layanan dan varian produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Loman Dukun, Gresik?
2. Bagaimanakah Dampak kualitas layanan dan varian produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Loman Dukun, Gresik baik secara parsial maupun simultan ?

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kotler (2009:207) mendefinisikan “kepuasan konsumen terletak dalam hubungan antara harapan konsumen dan prestasi pelayanan yang dirasakan atas produk atau jasa”. Lewis and Booms (1983) dalam Tjiptono (2007:121) mendefinisikan “kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Dimensi Kualitas Layanan

Kotler dan Keller (2009:52) mengidentifikasi adanya lima indikator kualitas Layanan jasa, yang dapat disarikan sebagai berikut:

- a. Keandalan yakni kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
- b. Responsivitas yakni kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
- c. Jaminan yakni pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
- d. Empati yakni kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
- e. Wujud yakni penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Varian Produk

Guiltingan (2000: 191) mendefinisikan “varian produk adalah suatu kebijakan menambah produk-produk baru guna melayani pasar yang lebih besar”. Engel *et,al* (1995:258) mendefinisikan “varian produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko”. Mahardika (2014:34) mendefinisikan “varian produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat pada satu toko”. Kotler (2007:15) mendefinisikan “varian produk adalah

Kepuasan Konsumen

Kotler (2008:138) mendefinisikan “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Tjiptono (2012:38) mendefinisikan “kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived* dan harapan”.

Indikator Kepuasan Konsumen

Hasan (2008:68) mendefinisikan dimensi kepuasan pelanggan yang disarikan antara lain:

- a. Konfirmasi harapan, disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan kinerja aktual perusahaan.
- b. Minat pembelian ulang, dapat ditanyakan apakah pelanggan akan menggunakan jasa perusahaan lagi.
- c. Kesediaan untuk merekomendasi. Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditunda lanjut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Variabel yang digunakan yaitu Kualitas Layanan (X_1), Varian produk (X_2), dan Kepuasan Konsumen (Y). Pengumpulan data menggunakan angket dan wawancara. Penelitian ini mengambil populasi seluruh konsumen Toko Loman yang di angket sebanyak 113 pembeli, yang kemudian diperoleh sampel sebesar 82 responden. Sampel diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ringkasan Hasil Analisis

Jenis uji	Persamaan	Hasil uji	Syarat	Keterangan	
Uji Linieritas	$Y = a + bX$	0,000	$< 0,05$	Terdapat hubungan linier	
Uji Multi kolinearitas	$KK = \alpha + \beta_1 KL + \beta_2 VP + e_i$ $KK = \alpha +$	Tol		Tidak terjadi multikolinearitas	
		KL	.944		> 0.1
		VP	.944		> 0.1
		VIF			

		$\beta_1KL + \beta_2VP + e_i$ Res_2= $\alpha + \beta_1KL + \beta_2VP + e_i$	KL	1.059	< 10		
			VP	1.059	< 10		
3	Uji Normalitas	$KK = \alpha + \beta_1KL + \beta_2VP + e_i$	98,8%		Pvalue >5%	Nilai residual berdistribusi normal	
4	Uji Heteroskedastisitas	$KK = \alpha + \beta_1KL + \beta_2VP + e_i$	KL	26,4%	PValue >5%	Tidak terjadi heteroskedastisitas	
			VP	22,5%	PValue >5%	Tidak terjadi heteroskedastisitas	
5	Uji F		0,000		0,0% < 5%	Model Fit	
6	Uji t	$KK = \alpha + \beta_1KL + \beta_2VP + e_i$			B		
			KL	0,00%	.0,183	Pvalu e < 5%	KL berpengaruh terhadap KK
			VP	0,00%	.0,341		VP berpengaruh terhadap KK

- a. Hasil Uji Linieritas
Hasil uji pada tabel *Test for Linearity* terdapat hasil nilai signifikansi menunjukkan angka $0,000 < 0,05$, menunjukkan pada data terdapat hubungan yang linier antara variabel kualitas layanan dan Varian produk dengan variabel kepuasan konsumen.
- b. Hasil Uji Multikolinieritas
Hasil uji multikolinearitas, nilai Toleransi dari variabel Kualitas Layanan dan Varian produk sebesar $0,944 > 0,1$ artinya pada persamaan regresi tidak terjadi multikolinearitas. Sama halnya pada pengamatan berdasar VIF yaitu sebesar $1,059 < 10$, artinya pada persamaan regresi tidak terjadi multikolinearitas.
- c. Hasil Uji Normalitas
Hasil pengujian diketahui bahwa sebaran data memiliki standart deviasi sebesar $0,988 > 0,05$, sehingga sebaran data pada penelitian ini berdistribusi normal. Hasil uji normalitas juga dapat dilihat dari grafik Normal Plot dan histogram
- d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil analisis diketahui X1 memiliki nilai $26,4\% > 5\%$ sehingga dapat disimpulkan variabel kualitas layanan (X1) tidak terjadi heteroskedastisitas dan hasil analisis diketahui X2 memiliki nilai $22,5\% > 5\%$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel varian produk (X2) tidak terjadi heteroskedastisitas.

- e. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
Nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ sehingga nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ sehingga dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen atau kualitas layanan dan varian produk secara bersama-sama berdampak terhadap kepuasan konsumen.
- f. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)
Hasil analisis menunjukkan hubungan antara variabel kualitas layanan dengan kepuasan konsumen yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah $0,183$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$. Sedangkan variabel varian produk dengan kepuasan konsumen adalah $0,341$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$.

Persamaan Regresi

$$Y = 6,086 + 0,557X_1 + 0,304X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Varian Produk

e = error

Pembahasan

1. Dampak Kualitas Layanan (X₁) terhadap kepuasan Konsumen pada Loman

Berdasar hasil penelitian diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Layanan (X₁) secara parsial mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada toko Loman Dukun Gresik, indikator variabel Kualitas Layanan pada penelitian ini yaitu kehandalan. sehingga hasil ini membuktikan hipotesis pertama pada penelitian ini.

Berdasarkan dari hasil karakteristik responden, konsumen toko Loman didominasi oleh konsumen dalam rentangusia 26 – 30 tahun dan konsumen dalam kalangan perempuan. Konsumen memilih membeli di Toko Loman karena di toko ini menjual berbagai macam produk mulai dari kosmetik, perlengkapan sehari-hari, makanan, minuman dan perlengkapan bayi. Kualitas layanan dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Indikator bukti fisik memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen karena bukti fisik yang ditawarkan di toko Loman membuat

Dampak Kualitas Layanan Dan Varian Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Loman Dukun Gresik

konsumen merasa tertarik untuk membeli produk di toko Loman. Indikator Bukti Fisik terbukti dengan kondisi sarana yang memadai seperti, penataan etalase yang sesuai sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk yang telah dipajang. Selain itu untuk menarik dan meyakinkan konsumen, toko Loman menerapkan peraturan bahwa pramuniaga harus berseragam, dalam pemakaian seragam tersebut disesuaikan dengan merek produk yang dijual.

Indikator kehandalan memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen karena kehandalan yang ditawarkan di toko Loman membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli produk di toko Loman. Indikator Kehandalan berfungsi sebagai kunci untuk membuat pelanggan percaya dengan kemampuan yang dimiliki perusahaan yaitu konsistensi kerja yang dimiliki oleh para pegawai seperti selalu tepat waktu saat melayani pelanggan pada saat mulai jam buka sampai jam kerja selesai, dan kemampuan pramuniaga untuk dapat dipercaya oleh pelanggan seperti sifat jujur.

Indikator daya tanggap memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen karena daya tanggap yang ditawarkan di toko Loman membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli produk di toko Loman. Indikator daya tanggap dalam toko loman ini merupakan layanan saat konsumen bertanya mengenai produk yang diinginkan maka pramuniaga dengan tanggap menjelaskan kekurangan maupun kelebihan dari produk yang diinginkan konsumen, selain itu pramuniaga bagian kasir dalam pelayanan administrasi selalu cepat dan tepat. Dalam mengenai masalah ini dapat membuat konsumen merasa puas dengan layanan yang telah diberikan.

Indikator jaminan memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen karena jaminan yang ditawarkan di toko Loman membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli produk di toko Loman. Indikator Jaminan berfungsi membuat konsumen merasa yakin dan merasa aman terhadap perusahaan. Toko loman dalam hal ini telah menjamin segala layanan jasa yang telah diberikan oleh pelanggan, toko ini juga bertanggung jawab atas segala sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang di dapatkan konsumen baik setelah memakai maupun selama memakai jasa perusahaan. Hal ini apabila barang yang diinginkan konsumen tidak ada maka pramuniaga menjanjikan dihari lain bahwa produk yang diinginkan tersebut ada dan apabila produk yang telah dibeli tidak sesuai boleh dikembalikan

dengan catatan harus ada perjanjian terlebih dahulu.

Indikator empati memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen karena empati yang ditawarkan di toko Loman membuat konsumen merasa tertarik untuk membeli produk di toko Loman. Indikator Empati yang ada di toko loman membuat konsumen merasa puas dengan toko yang mampu memahami masalah para pelanggan, dan memberikan perhatian personal kepada para pelanggan, serta paham dengan apa yang di inginkan konsumen saat ini.

Hasil penelitian ini sama dan sejalan dengan teori pada Tjiptono (2007:121) mendefinisikan "kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan". Wood (2009:5) mendefinisikan " kualitas layanan adalah memuaskan pelanggan dan melampaui harapan-harapan dan pelanggan. Juhana (1993:34) mendefinisikan "layanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan". Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian dengan teori saling menguatkan.

Hasil ini juga sama dan sejalan dengan penelitianter dahulu yang dilakukan oleh Heru suprihadi (2013) yang menyimpulkan bahwa secara parsial dan simultan menunjukkan masing – masing variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Rahim (2012) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa orang tersebut menyatakan sama dan sejalan sehingga hasil penelitian ini saling menguatkan sama lain.

2. Dampak varian produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen pada toko Loman

Berdasar hasil penelitian diperoleh hasil bahwa variabel varian produk (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) pada toko Loman Dukun Gresik, indikator variabel varian produk pada penelitian ini yaitu kelengkapan produk. sehingga hasil ini membuktikan hipotesis kedua pada penelitian ini. Varian produk dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu kelengkapan produk varian ukuran produk dan varian ukuran merek.



Indikator kelengkapan produk memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen karena kelengkapan produk yang dijual di toko Loman membuat konsumen merasa puas dalam memilih produk apa yang akan dibeli. Kelengkapan produk ini untuk memenuhi keinginan konsumen akan barang yang dibeli. Hal ini karena toko Loman, menjual berbagai jenis produk seperti kebutuhan sehari-hari, beraneka macam kosmetik, makanan, dan perlengkapan bayi. Sehingga kenyataannya dengan adanya varian produk yang beranekaragam dapat menimbulkan seseorang tidak perlu mencari produk yang diinginkan di toko lainya karena produk yang diinginkan tersedia di toko tersebut. Hal ini sejalan dengan teori Utami (2012:209) bahwa ritel seharusnya menawarkan keberagaman yang cukup untuk memuaskan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Indikator yang kedua adalah variasi ukuran produk, indikator ini memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen karena variasi ukuran produk yang dijual di toko Loman membuat konsumen merasa puas dalam memilih produk apa yang akan dibeli. Variasi ukuran produk ini untuk memberikan pilihan kepada konsumen sesuai apa yang diinginkan. Produk yang di jual di toko Loman memiliki Variasi ukuran produk yang bermacam-macam, dimulai dari ukuran kecil sampai besar. Hal ini nyatanya, konsumen akan membeli produk sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan dan sesuai dengan pendapatan mereka.

Indikator yang ketiga adalah variasi ukuran merek, indikator ini memiliki dampak terhadap kepuasan konsumen karena variasi ukuran merek yang dijual di toko Loman membuat konsumen merasa puas dalam memilih produk apa yang akan dibeli. Variasi ukuran merek ini untuk memberikan pilihan produk kepada konsumen yang membeli di toko. Toko Loman menjual berbagai macam merek produk dengan jenis produk yang sama, misalnya produk bedak dengan berbagai macam merk. Contohnya facial wash merek Latulip dengan variasi ukuran 65 ml dan 125 ml. hal ini terbukti dengan banyaknya pilihan merek yang sama tapi beda merek yang memudahkan konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan selera konsumen.

Hasil penelitian ini sama dan sejalan dengan teori pada Sujana (2005:9) mendefinisikan “varian produk merupakan kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen”. Mahardika (2014:34) mendefinisikan “varian produk adalah macam-macam

produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat pada suatu toko”. Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian dengan teori saling menguatkan.

Hasil ini jugsama dan sejalan dengan penelitian Ekawati (2013) yang menyimpulkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan hasil Keberagaman produk menghasilkan 0.28 dengan tanda positif dan harga sebesar 0.603 dengan tanda positif, yang artinya keduanya berpengaruh signifikan. Citra (2015) yang menyimpulkan keberagaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa orang tersebut menyatakan sama dan sejalan sehingga hasil penelitian ini saling menguatkan sama lain.

3. Dampak kualitas Layanan (X_1) dan Varian produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara simultan.

Berdasar hasil analisis, diperoleh hasil bahwa kualitas layanan dan Varian Produk secara bersama-sama atau secara simultan berdampak terhadap kualitas layanan. Hasil analisis ini menjelaskan bahwa kualitas layanan dan Varian Produk saling berkaitan satu sama lain.

Dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang dominan terhadap kepuasan konsumen di toko Loman, hal ini dikarenakan indikator dari variabel kualitas layanan berhubungan satu sama lain dalam menentukan kepuasan konsumen mulai dari buktifisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati aka tetapi dari kelima indikator tersebut kehandalan mempunyai dampak yang paling dominan dengan prosentase sebesar 4,11%. Hasil ini juga sama dan sejalan dengan penelitianter dahulu yang dilakukan oleh Heru suprihadi (2013) yang menyimpulkan bahwa secara parsial dan simultan menunjukkan masing – masing variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sesuai penelitian dari Sita Maharani (2014) yang menyimpulkan bahwa Hasil pengujian secara simultan dan parsial kualitas layanan dan varian produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang sama dan sejalan membuktikan bahwa hasil penelitian terdahulu dan hasil penelitian saling menguatkan.

PENUTUP

1. Simpulan

Dampak Kualitas Layanan Dan Varian Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Loman Dukun Gresik

Variabel Kualitas Layanan (X_1) dan variabel Varian Produk (X_2) secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Loman Dukun Gresik. Variabel Kualitas layanan (X_1) variabel varian produk (X_2) secara simultan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Loman Dukun Gresik

2. Saran

Variabel kualitas layanan dan variabel varian produk mempunyai dampak dalam kepuasan konsumen akan tetapi untuk meningkatkan kepuasan tersebut menjadi loyalitas konsumen maka toko Loman harus lebih meningkatkan lagi kualitas layanannya, selain itu juga penambahan varian produk sangat dianjurkan karena variabel ini mempunyai dampak yang lebih rendah dibandingkan dengan variabel kualitas layanan.

Bagi penulis selanjutnya diharapkan untuk meneliti lebih lanjut tentang variabel varian produk karena memiliki dampak yang lebih rendah dibandingkan dengan variabel kualitas layanan

Setelah mengetahui tentang variabel kualitas layanan yang mempunyai dampak terhadap kepuasan konsumen peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian tentang loyalitas konsumen dengan menggunakan variabel kualitas layanan apakah masih berdampak atau tidak

Cepokomulyo Bepanjen)". Dalam jurnal EMBA, Vol. 1 No. 1

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan VII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Kotler, Philip dan Kevin dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi kesebelas. Terjemahan oleh. Jakarta: Pearson Education Asia dan Prenhalindo.

Lupiyoadi rambat dan hamdani. 2006. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta. Salemba empat.

Mantaur, Citra Suci. 2015. "Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen". Dalam *e-Journal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 3 No. 1-8

Parasuraman, et al. 1985. "A Conceptual Model of service Quality And Its Implication For Future Research". *Journal of Marketing*. Vol 49.

Sugiyono. 2013. *Statistik untuk penelitian*. Bandung : Alfabeta.

Tjiptono fandi. 2007. *Service Quality satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset



UNESA

Universitas Negeri Surabaya

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri.(2011)."Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Atmosfer Kenyamanan, Keragaman Produk dan Desain Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Gardena Department Store)". *Jurnal Ekonomi*. Vol. 2 (1) : hal. 1-15
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arief, 2007. *Pemasaran jasa dan kualitas pelayanan*, Malang : Banyumedia Publishing.
- Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Ineka Cipta.
- Ekawati, 2013. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Teguh Pasar Sumedang