BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh *Display* Produk terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung

Berdasarkan pengujian data, hasil penelitian menunjukkan bahwa display produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung. Signifikan disini berarti display produk sangat berhubungan dengan kepuasan yang dirasakan konsumen. Hasil koefisien regresi variabel display produk bernilai positif menunjukkan bahwa display produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa saat perusahaan memberikan display produk yang baik maka secara tidak langsung akan mempengaruhi kepuasan konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung, begitu pula sebaliknya jika display produk yang di berikan kurang tepat maka akan membuat konsumen kesulitan untuk mencari produk yang diinginkan dan akan membuat kepuasan konsumen akan berkurang. Dengan adanya kepuasan konsumen maka akan membuat konsumen kembali untuk berbelanja ulang dengan begitu pendapatan Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung akan meningkat.

Display produk adalah keinginan membeli sesuatu, yang tidak didorong oleh seseorang, tetapi didorong oleh daya tarik, atau oleh penglihatan ataupun

oleh perasaan lainnya. Menurut Sopiah dan Syihabudhin *display* produk merupakan usaha yang dilakukan untuk menata barang yang mengarahkan pembelian agar tertarik untuk melihat dan memutuskan untuk membelinya. Dimana apabila dalam *display* produk yang diberikan baik maka secara tidak langsung konsumen akan berkeinginan memebeli produk yang mana sebelumnya tidak didorong oleh keinginan untuk membelinya, tetapi dengan adanya *display* yang menarik maka daya tarik konsumen untuk membelinya

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Setyo dengan judul "pengaruh *discount, display* produk, dan lokasi toko terhadap keputusan pembelian di Toko D'Sport Kediri". ⁹⁸ Hasil penelitian menunjukkan bahwa *display* produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko D'Sport Kediri. Hal ini dapat diartikan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Setyo mendukung penelitian yang dilakukan saat ini.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung

Berdasarkan pengujian data, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung. Signifikan disini berarti kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan kepuasan yang dirasakan konsumen. Hasil koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bernilai positif

97 Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta:Andi Ofset, 2008), hlm.

⁹⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran*,...., hlm. 189.

<sup>238.
&</sup>lt;sup>98</sup> Sugeng Setyo Widodo, *Pengaruh Discount*, *Display* Produk, dan Lokasi Toko terhadap Keputusan Pembelian di Toko D'Sport Kediri, Vol. 01 No. 01 Tahun 2017

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa saat perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka secara tidak langsung akan mempengaruhi kepuasan konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung, begitu pula sebaliknya jika kualitas pelayanan yang di berikan kurang baik maka akan membuat kepuasan konsumen berkurang, sehingga akan berdampak pada penurunan berbelanja oleh konsumen. Dengan adanya kepuasan konsumen maka akan membuat konsumen kembali untuk berbelanja ulang dengan begitu pendapatan Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung akan meningkat.

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Dimana kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan baik harapan dan kebutuhan konsumen. 99 Bagi perusahaan untuk memasarkan produk yang diperdagangkan, kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen, karena jika dalam pelayanan yang diberikan oleh perusahaan bagus maka konsumen akan mengalami kepuasan yang maksimum, sehingga akan melakukan keputusan pembelian produk yang diperdagangkan.

Hasil penelitian diatas selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Mariana dengan judul "Pengaruh kualitas layanan, store image, kualitas

 99 Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan,* (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2012) ,hlm. 57.

-

produk, lingkungan belanja, dan harapan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada swalayan As-Gross Solo". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan As-Gross Solo. Hal senada juga diungkapkan oleh Kusmiati 101 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka dengan adanya kesamaan hasil dari dua penelitian yang dilakukan sebelumnya dapat mendukung penelitian pada saat ini.

C. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung

Berdasarkan pengujian data, hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung. Hubungan positif dalam hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin banyak keragaman produk yang dijual di Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung maka kepuasan konsumen dalam berbelanja akan semakin meningkat.

Dalam teori Kotler dan Killer keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli untuk

_

¹⁰⁰ Ika Mariana Zulaikha, Dalam Skripsi Pengaruh Kualitas Layanan, Store Image, Kualitas Produk, Lingkungan Belanja, dan Harapan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen di Swalayan As-Gross Ar-Royan Solo, Tahun 2015

Siti Kusmiati, Dalam Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Koperasi Koppi Maniez Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta), Tahun 2015

melakukan keputusan pembelian. Dalam menentukan keragaman produk yang dijual maka perusahaan akan mengetahui tiap unit produk dalam lininya untuk menentukan unit produk mana yang akan dikembangkan, diperhatikan, dikurangi atau dihentikan. Dalam persaingan bisnis ritel keragaman produk sangatlah perlu di perhatikan. Keragaman produk sangat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan untuk melakukan pembelian. Dengan ini macam-macam produk yang harus diperhatikan yaitu mulai dari merk, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk yang akan diinginkan oleh konsumen.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditya yang berjudul pengaruh keragaman produk, lokasi, harga, promosi, tempat nongkrong terhadap kepuasan konsumen di Indomaret di Jalan Demangan Baru Yogyakarta, dalam penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen.¹⁰³

D. Pengaruh *Display* Produk, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung

Berdasarkan pengujian data, hasil penelitian menunjukkan bahwa *display* produk, kualitas pelayanan dan keragaman produk secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Amanah Cabang Bandung Tulungagung. Hubungan positif dalam

_

¹⁰² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*,, hlm. 15.

Henrikus Aditya Prayogo, Dalam Skripsi Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Tempat Nongkrong terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Jalan Demangan Baru Yogyakarta, 2013

hasil penelitian mengindikasikan bahwa semakin bagus *display* produk yang dipajang, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan semakin banyak keragaman produk yang ada maka keouasan konsumen akan semakin tinggi.

Display produk adalah usaha yang dilakukan untuk menata barang yang mengarahkan pembelian agar tertarik untuk melihat dan memutuskan untuk membelinya. 104 Melaksanakan display produk yang menarik merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan agar konsumen merasa tetap puas. Kepuasan konsumen inilah yang akan membantu perusahaan bertahan dalam menjalankan usahanya dan mampu bersaing dengan perusahaan yang lainnya. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan pengendalian atas keunggulan cara melayani dan memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan baik harapan dan kebutuhan konsumen. 105 Keragaman produk sangat mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan untuk melakukan pembelian. Dengan ini macam-macam produk yang harus diperhatikan yaitu mulai dari merk, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk yang akan diinginkan oleh konsumen.

Secara teori kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.¹⁰⁶ Kepuasan konsumen

104 Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis*,, hlm. 238.

¹⁰⁵Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2012) ,hlm. 57.

merupakan perbedaan atau kesenjanganantara harapan (ekspektasi) dan kinerja atau hasil yang dirasakan (persepsi atas kinerja). Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas.

 $^{^{106}}$ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 138.