



PENGARUH KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. BAMA SAMPOERNA MAJALENGKA

Asep Ahmad Safa'at¹, Ade Sobariah Hasanah²

STIE STMY Majalengka, Indonesia

asepahmadsafaat@gmail.com¹, ade.sobariah85@gmail.com²

Abstrak:

Kepuasan konsumen merupakan hal penting bagi sebuah perusahaan, karena akan berdampak pada perkembangan perusahaan itu sendiri. Keberagaman produk pada perusahaan dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk terhadap kepuasan konsumen pada CV Bama Sampoerna Majalengka. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi penelitian tidak diketahui jumlah pastinya, sehingga sampel yang digunakan berdasarkan kemudahan berjumlah 96 orang. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan software SPSS versi 23. Dari hasil analisis data diperoleh persamaan regresi $Y = 0,761 + 1,110X$ yang artinya bahwa setiap kenaikan jumlah keragaman produk yang dilakukan CV Bama Sampoerna maka akan mengakibatkan kenaikan nilai kepuasan konsumen sebesar 1,110. Berdasarkan hasil uji korelasi diperoleh nilai sebesar 0,882 yang artinya bahwa keragaman produk CV Bama Sampoerna memiliki keeratan hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan keberagaman produk terhadap kepuasan konsumen pada CV Bama Sampoerna. Adapun kontribusi keberagaman produk dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah sebesar 77,9%. Dalam meningkatkan keberagaman produk terhadap kepuasan konsumen, perusahaan harus dapat menunjukkan kelengkapan dari produk, merek produk, variasi ukuran dan variasi kualitas produk yang tersedia di CV Bama Sampoerna.

Kata kunci: Keberagaman Produk; Kepuasan Konsumen; kualitas produk

Abstract:

Consumer satisfaction is important for a company, because it will have an impact on the development of the company itself. The diversity of products in the company can affect customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the effect of product diversity on consumer satisfaction at CV Bama Sampoerna Majalengka. **Methods:** The research method used is descriptive verification. Data collection techniques using a questionnaire. The exact number of the research population is unknown, so the sample used based on convenience is 96 people. The research data were analyzed using SPSS software version 23. **Results:** From the results of data analysis, the regression equation $Y = 0.761 + 1.110X$ which means that every increase in the number of product diversity by CV Bama Sampoerna will result in an increase in the value of customer satisfaction by 1.110. Based on the results of the correlation test, a value of 0.882 was obtained, which means that the diversity of CV Bama Sampoerna's products has a very strong relationship with consumer satisfaction. **Conclusion:** The results of hypothesis testing indicate that there is a positive and significant effect of product diversity on consumer satisfaction at CV Bama Sampoerna. The contribution of product diversity in influencing consumer satisfaction is 77.9%. In increasing product diversity towards consumer satisfaction, companies must be able to demonstrate the completeness of the product, product brand, size variations and product quality variations available at CV Bama Sampoerna.

Keywords: Product Diversity; Consumer Satisfaction; product quality

Corresponding: Asep Ahmad Safa'at
E-mail: asepahmadsafaat@gmail.com



PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat, membuat pelaku bisnis harus bersaing untuk menarik konsumen. Persaingan bisnis merupakan kompetisi antara unit bisnis yang sama-sama berusaha ingin mendapat keuntungan, pangsa pasar serta jumlah penjualan yang tinggi (Kurniawan, 2020). Mengingat, konsumen memegang kekuasaan yang cukup tinggi sehingga banyak pelaku bisnis berlomba-lomba untuk tetap menarik perhatian konsumen agar tidak berpaling. Perusahaan yang jeli akan memanfaatkan situasi yang ada untuk berinovasi mengubah tantangan menjadi peluang dan mengambil kesempatan untuk merebut pasar dan memenangkan persaingan (Prawirosentono & Primasari, 2022).

Inovasi dalam bisnis pada dasarnya ialah menciptakan produk yang memberikan solusi atas kondisi yang sedang terjadi. Untuk itu, produk yang dibuat harus kreatif dan menarik sehingga mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya sehingga konsumen kita akan merasa puas. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan. Menurut (Kotler & Armstrong, 2010) secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan merupakan perbandingan antara kinerja suatu produk dengan harapan konsumen sebelumnya (Rahman & Supomo, 2012). Keputusan pembelian merupakan tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk, selanjutnya dijelaskan bahwa proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap, yakni pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Saat konsumen merekomendasikan sesuatu, ini menunjukkan bahwa mereka menerima lebih dari sekedar nilai ekonomis yang baik dari sebuah produk (Wilujeng & Mudzakkir, 2015).

Kepuasan konsumen dapat terwujud dengan baik salah satunya jika perusahaan dapat menyajikan keberagaman produk baik dari keragaman harga, jenis maupun tampilan produk. Kegiatan bisnis menggambarkan semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi bukan bisnis (Kotler, 2000). Salah satunya dengan cara memunculkan perbedaan dan keunikan produk perusahaan dibandingkan dengan pesaing agar dapat menarik konsumen melakukan pembelian (Jaya & Suparna, 2018). Terjadinya kepuasan konsumen karena kebutuhan akan berbelanja terpenuhi. Perusahaan harus membuat keputusan yang tepat mengenai produk yang dijual, dengan adanya macam-macam produk dalam arti produk lengkap mulai dari kualitas, ukuran, merek serta ketersediaan produk akan memudahkan konsumen dalam membeli barang yang di inginkan (Rohmawati, 2018). Dengan adanya keragaman produk yang disediakan, akan mampu menarik konsumen lebih luas.

Ketersediaan setiap produk akan mempermudah pembeli mencari produk yang di inginkan karena semakin tinggi keberagaman produk akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen dan begitu juga sebaliknya jika konsumen tidak menemukan barang atau produk yang konsumen inginkan karena kurangnya keberagaman produk akan mengurangi tingkat kepuasan para pembeli dan menurunkan keputusan pembelian (Simamora, 2020). Keragaman produk menciptakan ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen, dimana keragaman produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberkkan banyak alternatif pilihan yang lebih bervariasi (Wilujeng & Mudzakkir, 2015).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Bama Sampoerna Majalengka".

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut (Sugiyono, 2013) metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk meneliti hubungan antara variabel yang diteliti selanjutnya dianalisis secara statistik untuk memperoleh suatu kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV Bama Sampoerna yang jumlah konsumennya tidak dapat terdeteksi dengan jelas, dikarenakan konsumen toko tidak dapat ditentukan jumlahnya secara pasti pada setiap waktunya. Sehingga teknik sampel yang diambil adalah teknik kemudahan. Menurut (Wibisono, 2003) berdasarkan teknik kemudahan maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner, dan terlebih dahulu dilakukan uji instrumen dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas data untuk mengetahui apakah data yang diambil berdistribusi normal atau tidak. Untuk analisa data menggunakan uji regresi linier sederhana, uji korelasi dan uji koefisien determinasi, sedangkan dalam pembuktian hipotesis menggunakan uji t parsial. Analisis data ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, sebelum menyebar kuesioner (angket) pada responden, peneliti menguji terlebih dahulu kualitas dari angket yang tersebut dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas, yang dapat dilihat pada tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Angket Keragaman Produk

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Memiliki banyak tipe produk	0,680	0,1689	Valid
Memiliki ragam produk yang ditawarkan	0,749	0,1689	Valid
Memiliki banyak merek yang ditawarkan	0,710	0,1689	Valid
Memiliki ukuran produk yang beragam untuk konsumen	0,717	0,1689	Valid
Memiliki standar kualitas yang bagus	0,806	0,1689	Valid
Memberikan jaminan produk pada konsumen	0,797	0,1689	Valid
Manfaat dari produk	0,759	0,1689	Valid

Berdasarkan tabel 1 dapat terlihat bahwa semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga disimpulkan bahwa semua butir pernyataan angket keragaman produk adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Angket Kepuasan Konsumen

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Penetapan harga produk	0,749	0,1689	Valid
Bersikap ramah dalam melayani konsumen	0,830	0,1689	Valid
Memiliki <i>attitude</i> yang baik untuk konsumen	0,788	0,1689	Valid
Kualitas produk dapat diandalkan	0,768	0,1689	Valid
Produk yang dibeli sesuai kebutuhan konsumen	0,759	0,1689	Valid
Perasaan konsumen setelah membeli produk	0,849	0,1689	Valid
Kemudahan mendapatkan produk	0,787	0,1689	Valid
Mudah melakukan transaksi produk	0,805	0,1689	Valid

Berdasarkan tabel 2 dapat terlihat bahwa semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga disimpulkan bahwa semua butir pernyataan angket kepuasan konsumen adalah valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Angket Keragaman Produk dan Kepuasan Konsumen

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keragaman Produk (X)	0,888	0,1689	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,925	0,1689	Reliabel

Berdasarkan tabel 3 dapat terlihat bahwa semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya semua butir pernyataan angket adalah reliabel.

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa semua butir pernyataan angket keragaman produk dan kepuasan konsumen dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Setelah angket penelitian disebar kepada 96 responden, maka tahap selanjutnya adalah menguji semua data yang terkumpul dengan uji normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual yang didapatkan terdistribusi secara normal atau tidak, ini digunakan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen melalui uji t yang hanya akan valid jika residual yang kita dapatkan mempunyai distribusi yang normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Data

Variabel	Sig	α	Keterangan
Keragaman Produk (X)	0,200	0,05	Data berdistribusi normal
Kepuasan Konsumen (Y)	0,179	0,05	Data berdistribusi normal

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* untuk keragaman produk sebesar 0.200 dan nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* untuk kepuasan konsumen sebesar 0,179 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

Untuk membuktikan hipotesis penelitian maka dilakukan uji hipotesis yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,761	1,808		1,41	1,65
Keragaman Produk	1,110	1,061	1,882	18,185	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari tabel 5 dapat terlihat bahwa nilai Sig 0,000 < 0,05 atau nilai t_{hitung} 18,185 > t_{tabel} 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Bama Sampoerna. Sedangkan untuk mengetahui arah hubungan antara keragaman produk dan kepuasan konsumen maka dapat dilihat dari persamaan regresi yaitu $Y = 0,761 + 1,110X$ yang artinya bahwa setiap kenaikan jumlah keragaman produk yang dilakukan CV Bama Sampoerna maka akan mengakibatkan kenaikan nilai kepuasan konsumen sebesar 1,110. Tanda positif (+) menunjukkan hubungan positif antara variabel berjalan dua arah yang artinya semakin tinggi variabel keragaman produk, maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Tabel 6. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	RError Estimate	Std. of the
1	,82 ^a	,79	,776	2,073	
a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk					

Berdasarkan tabel 6 diperoleh nilai korelasi sebesar 0,882 yang artinya bahwa keragaman produk CV Bama Sampoerna memiliki keeratan hubungan yang sangat kuat dengan kepuasan konsumen. Sedangkan untuk mengetahui kontribusi pengaruh dari keragaman produk dalam mempengaruhi kepuasan konsumen maka dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi. Pada tabel 6 dapat terlihat nilai koefisien determinasi sebesar 77,9% artinya kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh keragaman produk adalah sebesar 77,9%. Sedangkan sisanya sebesar 22,1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti. Hasil penelitian sejalan dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari keragaman produk terhadap kepuasan konsumen (Mantauv, 2015).

CV Bama Sampoerna Majalengka merupakan toko bangunan yang menyediakan berbagai macam produk bangunan mulai dari kayu, besi, triplek, paku cat dan lain sebagainya. CV Bama Sampoerna memiliki visi menjadi toko penyedia bahan material bangunan yang mudah didapatkan serta memberikan pelayanan terbaik pada konsumen. Melihat dari visi tersebut jelas bahwa CV Bama Sampoerna ingin memberikan yang terbaik untuk konsumen sehingga diharapkan kepuasan konsumen dapat tercapai. Salah satu yang mendukung keberhasilan CV Bama Sampoerna dalam menciptakan kepuasan konsumen adalah dari keragaman produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini.

Keragaman produk merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen karena dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi dari produk yang dicari atau diinginkan konsumen. Alternatif yang lebih bervariasi bagi konsumen dapat mendorong kepuasan konsumen (Botti & Iyengar, 2006). Kepuasan konsumen dapat tergambarkan dari perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari membandingkan kesannya terhadap hasil suatu jasa, produk atau harapan (Sudirman & Baddrusaman, 2021). Jika kinerja dari sebuah produk ada di bawah harapan maka konsumen akan tidak puas, namun jika kinerja produk melebihi harapan, maka konsumen akan merasa amat puas atau senang (Dianti, 2018).

KESIMPULAN

Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Bama Sampoerna Majalengka. CV Bama Sampoerna sebagai perusahaan yang menjual produk memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan terbaik salah satunya lewat keragaman produk yang disediakan bagi konsumen. Keragaman produk ini meliputi kelengkapan produk, merek produk, variasi ukuran dan variasi kualitas produk. Dengan semakin meningkatnya keragaman produk di CV Bama Sampoerna maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Botti, Simona, & Iyengar, Sheena S. (2006). The dark side of choice: When choice impairs social welfare. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), 24–38.
- Dianti, Rini. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Harian Republika Untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Harian Umum Republika). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2).
- Jaya, Handy Surya, & Suparna, Gede. (2018). *Pengaruh Atmosfer Toko dan Kesesuaian Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Temday Store Denpasar*. Udayana University.
- Kotler, Philip. (2000). Prinsip–Prinsip Pemasaran Manajemen. *Jakarta: Prenhalindo*.
- Kotler, Philip, & Armstrong, Gary. (2010). Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Kurniawan, Herry. (2020). PENGARUH KEHADIRAN MINIMARKET MODERN TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG ECERAN & GROSIR DI KOTA SAROLANGUN. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 1(1), 189–197.
- Mantauv, Citra Suci. (2015). Pengaruh harga dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1), 1–8.
- Prawirosentono, Suyadi, & Primasari, Dewi. (2022). *Manajemen Stratejik & Pengambilan Keputusan Korporasi (Strategic Management & Corporate Decision Making)*. Bumi Aksara.
- Rahman, Abdul, & Supomo, Heri. (2012). Analisa kepuasan pelanggan pada pekerjaan reparasi kapal dengan metode quality function deployment (qfd). *Jurnal Teknik ITS*, 1(1), G297–G302.
- Rohmawati, Zunita. (2018). Kualitas, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19–29.
- Simamora, Susiana. (2020). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE ONLINE. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 111–122.
- Sudirman, Sudirman, & Baddrusaman, A. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL KIREI BANTAENG. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(7), 2321–2330.
- Sugiyono, Dr. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Wibisono, Dermawan. (2003). *Riset bisnis panduan bagi praktisi & akademisi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Wilujeng, Sri, & Mudzakkir, Mohammad Fakhruddin. (2015). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 11(2), 93–107.