

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Academia Open

Vol 4 (2021): June

DOI: 10.21070/acopen.4.2021.2634 . Article type: (Business and Economics)

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

The Effect of Product Diversity, Display Layout And Service Quality On Consumer Satisfaction At Greensmart In Sidoarjo

Pengaruh Keragaman Produk, Display Layout Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Greensmart Di Sidoarjo

Yulia Ambarsari, yuliaambarsari19@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Lilik Indayani, lilikindayani@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study aims to determine the effect of product diversity, display layout, and service quality on consumer satisfaction at Greensmart in Sidoarjo. This research is based on the fact that there is a decline in consumers who come to Greensmart Safira Garden. The product diversity, display layout and quality of service provided are good, but according to some consumers the services provided by employees to consumers, namely hospitality and speed and responsiveness when serving at the cashier are not good. This study uses quantitative methods, data collection techniques using questionnaires, distributed to 100 respondents who have purchased products at Greensmart Safira Garden at least 2 times. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression using the SPSS (Statistical Program for Social Science) version 18 program. The results of this study indicate that product diversity variables affect customer satisfaction, display layout variables affect customer satisfaction, service quality have an effect on consumer satisfaction, and the variables of product diversity, display layout, and service quality have a simultaneous effect on consumer satisfaction at Greensmart in Sidoarjo.

Published date: 2021-06-30 00:00:00

Pendahuluan

Di zaman *modern* sekarang ini persaingan bisnis khususnya pada bisnis ritel semakin ketat. Pelaku usaha harus mampu mengembangkan kinerja perusahaannya secara maksimal dan mampu memahami apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen agar dapat memenangkan persaingan bisnis. Saat ini kepuasan konsumen merupakan senjata utama untuk meraih kesuksesan dalam bisnis ritel. Oleh karena itu, perusahaan harus memikirkan dengan matang pentingnya factor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan memberikan pelayanan terbaik, menyediakan produk yang beragam serta *display layout* yang tertata dipercaya mampu menciptakan nilai kepuasan tersendiri pada konsumen.

Seiring berkembangnya zaman membuat teknologi berkembang dengan pesat, sehingga semakin banyak pula *marketplace* bermunculan serta banyak kemudahan yang ditawarkan ketika berbelanja *online*. Diantaranya yaitu efisiensi waktu, gratis ongkir, dan promosi-promosi menarik lainnya. Hal tersebut dapat merubah perilaku pembelian konsumen menjadi beralih ke toko online atau *e-commerce*. Kepuasan konsumen merupakan strategi utama bagi pelaku ritel dalam mempertahankan bisnisnya serta menjadi kekuatan dan penentu kesuksesan ritelnya.

Sehingga konsumen yang sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka tidak akan tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh kompetitor dan tetap melakukan pembelian ulang. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan [1]. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk ditempat tertentu akan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang akan diprolehnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah keragaman produk, Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli [2]. Keragaman produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberikan alternative pilihan yang lebih bervariasi. *Alternative* pilihan yang lebih bervariasi bagi konsumen dapat mendorong kepuasan konsumen [3]. keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedaalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut [4]. Sasaran perusahaan ritel yaitu konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi pribadi, jadi akan sangat diminati jika bisnis ritel kita memiliki keragaman produk yang baik.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah *display layout*. *Display layout* merupakan tata letak produk, kasir dan arus lalu lalang konsumen di dalam toko. Pemilik dan pengelola harus merancang tata letak produk yang menarik dan mudah dijangkau oleh konsumen. *Display layout* produk juga harus memudahkan konsumen berjalan dan berlalu lalang, sehingga ia bisa mencari dan memperoleh barang yang dibutuhkannya dengan mudah dan cepat. Prinsipnya, tata letak semua elemen di dalam toko harus menciptakan suasana yang menyenangkan bagi semua pihak yaitu konsumen, petugas, dan produsen [5].

Selain merancang tata letak produk yang menarik, rapi dan saling berkaitan antara produk satu dengan produk lainnya serta mudah dijangkau oleh konsumen. Factor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Peritel harus berupaya memberikan kualitas pelayanan yang baik. karena pelayanan yang baik merupakan strategi ampuh untuk mempertahankan konsumen agar tetap memilih bisnis ritel kita untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. kualitas pelayanan ini merupakan upaya pemenuhan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen [1]. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen [6].

Greensmart Safira Garden merupakan salah satu toko ritel yang ada di Sidoarjo, berlokasi di Safira Garden, Krajan, Sepande, Kec. Candi Kabupaten Sidoarjo. *Greensmart* Safira Garden menyediakan beraneka ragam produk yang terbilang lengkap, mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan dan peralatan rumah tangga.

Namun pada kenyataannya, dapat dilihat dari awal buka pada tahun 2018 hingga tahun 2021 ini *Greensmart* Safira Garden mengalami penurunan konsumen yang datang. Hal ini dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan kurang baik, dibuktikan dengan banyaknya konsumen yang menyampaikan kekecewaannya pada google bisnis *Greensmart* Safira Garden. Konsumen mengeluhkan kualitas pelayanan yang diberikan seperti pelayanan karyawan terhadap konsumen tidak ramah serta pada pelayanan di kasir dimana karyawan kurang teliti dan tanggap sehingga menyebabkan antrian yang panjang. Untuk Keragaman produk dan *display layout* yang diberikan sudah baik.

Dari hasil uraian diatas, jika konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan oleh *Greensmart* Safira Garden maka dapat tercipta minat beli ulang terhadap produk yang dijual. Akan tetapi terjadi penurunan konsumen yang datang. Dikarenakan terjadinya penurunan kepuasan konsumen maka dapat dilakukan penelitian, dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen agar *Greensmart* Safira Garden dapat terus bertahan. Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul "PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, *DISPLAY LAYOUT* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA *GREENSMART* DI SIDOARJO"

Metode Penelitian

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *Greensmart* safira garden, yang berlokasi di Safira Garden, Krajan, Sepande, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo - Jawa Timur.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah membeli produk di *Greensmart* Safira Garden, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen *Greensmart* Safira Garden sejumlah 100 responden.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Paul Leedy [7] sebagai berikut :

$$\begin{aligned} & n = \frac{Z^2 (P)(1 - P)}{e^2} \\ & n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(1 - 0,5)}{0,05^2} \\ & n = 95,5 = 100 \end{aligned}$$

C. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *Greensmart* safira garden di Sidoarjo yang menjadi responden dalam penelitian. Kemudian Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari *Greensmart* safira garden di Sidoarjo yang meliputi gambaran umum *Greensmart* Safira Garden, lokasi, dan lain-lain.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya [8]. Jawaban yang diperoleh dari responden selanjutnya akan diukur menggunakan skala pengukuran skala *Likert*.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda, data diolah melalui program aplikasi SPSS *Statistic* versi 18.

F. Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Konseptual

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang mana jawaban tersebut belum berdasarkan dari fakta-fakta secara empiris yang diperoleh dari pengumpulan data dan baru didasarkan berdasarkan teori yang bersifat secara relevan.

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H₁: Keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H₂ : *Display layout* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H₃ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H₄: Keragaman produk, *display layout* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat [9]. Pada penelitian ini terdapat variabel keragaman produk (X1), *Display Layout* (X2), kualitas pelayanan (X3) dalam mempengaruhi kepuasan konsumen (Y).

Penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 18, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Coefficients a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			B		Std. Error
1	(Constant)	6.336		1.261	5.025
	Keragaman Produk	.321		.115	.247
	Display Layout	.224		.100	.247
	Kualitas Pelayanan	.196		.068	.321
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Table 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Output Data SPSS

Pada penelitian ini Metode analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan adalah dengan analisis regresi linear berganda, dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 6,336 + 0,321X_1 + 0,224X_2 + 0,196X_3 + e$$

Berdasarkan hasil perolehan persamaan dapat dijelaskan makna dan arti koefisien regresi sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) yang bernilai positif 6,336 , hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel keragaman produk (X1), *display layout* (X2), dan kualitas pelayanan (X3), maka nilai variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) tetap konstan sebesar 6,336.
2. Koefisien regresi variabel keragaman produk (X1) sebesar 0,321 artinya bahwa setiap penambahan satu-satuan keragaman produk (X1) akan mengakibatkan meningkatnya nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,321.
3. Koefisien regresi variabel *display layout* (X2) sebesar 0,224 artinya bahwa setiap penambahan satu-satuan *display layout* (X2) akan mengakibatkan meningkatnya nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,224.
4. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,196 artinya bahwa setiap penambahan satu-satuan kualitas pelayanan (X3) akan mengakibatkan meningkatnya nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,196.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (sendiri-sendiri). Dalam penelitian ini yaitu menguji pengaruh variabel keragaman produk (X1), *display layout* (X2), kualitas pelayanan (X3) secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika t_{hitung} lebih dari t_{tabel} maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dan sebaliknya.

Coefficients a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized	t	Sig.

		Coefficients		
		B		Std. Error
1	(Constant)	6.336	1.261	5.025
	Keragaman Produk	.321	.115	.247
	Display Layout	.224	.100	.247
	Kualitas Pelayanan	.196	.068	.321
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

Table 2. Hasil Uji t Output Data SPSS

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dan *Degree Of Freedom* sebesar $k = 4$, dengan $df = n - k$ ($100 - 4 = 96$). Sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,6608, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut :

Pengaruh keragaman produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan menghasilkan t_{hitung} sebesar 2,781. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} 2,781 lebih besar daripada t_{tabel} 1,6608. Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Yang artinya, variabel keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh *display layout* (X2) terhadap kepuasan konsumen(Y)

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan menghasilkan t_{hitung} sebesar 2,238. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} 2,238 lebih besar daripada t_{tabel} 1,6608. Dengan demikian H_2 diterima dan H_0 ditolak. Yang artinya, variabel *display layout* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan menghasilkan t_{hitung} sebesar 2,874. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} 2,874 lebih besar daripada t_{tabel} 1,6608. Dengan demikian H_3 diterima dan H_0 ditolak. Yang artinya, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji Simultan (uji F)

ANOVA b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	177.543	3	59.181	30.970	.000a
	Residual	183.447	96	1.911		
	Total		360.990	99		
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Display Layout						
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Table 3. Hasil Uji F Output Data SPSS

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dan $df_1 = k - 1$ ($4 - 1 = 3$), dengan $df_2 = n - k$ ($100 - 4 = 96$), maka diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70. Berdasarkan hasil pengujian uji f pada tabel 4.16, diperoleh F_{hitung} sebesar 30,970 dan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu F_{hitung} 30,970 lebih besar dari F_{tabel} 2,70 Dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel keragaman produk (X1), *display*

layout (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

c. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Uji ini digunakan untuk menghitung tingkat keeratan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R memiliki jangkauan kisaran 0 - 1, yang berarti jika nilai mendekati angka 1 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan yang dimiliki oleh variabel terikat semakin kuat. Kemudian, jika nilai mendekati angka 0, maka hubungan antara variabel bebas dan terikat semakin lemah bahkan tidak memiliki hubungan sama sekali.

Model Summary										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.701a	.492	.476	1.382	.492	30.970	3	96	.000	

Table 4. Hasil Uji R Output Data SPSS

Berdasarkan hasil uji R pada tabel diatas, diperoleh nilai R sebesar 0,701 , hal ini menunjukkan bahwa hubungan variabel bebas dan variabel terikat cukup kuat.

d. Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Uji R square digunakan untuk menghitung kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan variabel terikat akibat variabel bebas. Hasil pengujian uji R² dapat dilihat pada tabel 5.:

Model Summary										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.701a	.492	.476	1.382	.492	30.970	3	96	.000	

Table 5. Hasil Uji R² Output Data SPSS

Berdasarkan hasil uji R² pada tabel diatas, menunjukkan nilai koefisien determinasi berganda adalah sebesar 0,492 atau 49,2%, sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel keragaman produk (X1), display layout (X2), dan kualitas pelayanan (X3) dapat menjelaskan tentang variabel kepuasan konsumen (Y) dalam penelitian ini, dan sisanya sebesar 50,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh variabel keragaman produk, display layout dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen , baik secara parsial maupun simultan. Berikut ini merupakan penjelasan dari hipotesis penelitian dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 18 :

1. Hipotesis Pertama : keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman produk yaitu lebar, keluasan dan kedalaman bauran produk yang ditawarkan oleh Greensmart Safira Garden sudah dipenuhi dengan baik. Dimana Greensmart Safira Garden menawarkan segala jenis produk mulai dari kebutuhan pokok hingga peralatan rumah tangga dan memiliki variasi produk yang lengkap.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari [3], Keragaman produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberikan alternative pilihan yang lebih bervariasi. Alternatif pilihan yang lebih bervariasi bagi konsumen dapat mendorong kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh [10], membuktikan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh [2], yang membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Hipotesis Kedua : *Display layout* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa variabel *display layout* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa *display layout* yang diberikan *Greensmart* Safira Garden sudah baik. Penataan produk rapi dan saling berkaitan antara satu produk dengan produk lainnya, kemudian Area di dalam toko terasa luas dan tidak berliku-liku. Sehingga memudahkan konsumen dalam berkeliling toko dan menemukan produk yang diinginkan dengan mudah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari [5], *Display layout* merupakan tata letak produk, kasir dan arus lalu lalang konsumen di dalam toko. Pemilik dan pengelola harus merancang tata letak produk yang rapi, menarik dan mudah dijangkau oleh konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh [5], yang membuktikan bahwa *Display Layout* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Hipotesis Ketiga : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *Greensmart* Safira Garden cukup baik, meliputi pelayanan karyawan kepada konsumen ramah serta cepat dan tanggap saat bertransaksi di kasir, kemudian peralatan dan perlengkapan seperti keranjang belanja atau troli yang disediakan baik dan layak digunakan, serta jaminan keamanan yang disediakan yaitu CCTV dan penjagaan tempat parkir sudah memadai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari [1], menyatakan bahwa Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [11], menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh [12], menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh [13], membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh [14], juga membuktikan jika kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian yang dilakukan oleh [15], juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Hipotesis Keempat : keragaman produk, *display layout* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *Greensmart* Safira Garden cukup baik, meliputi pelayanan karyawan kepada konsumen ramah serta cepat dan tanggap saat bertransaksi di kasir, kemudian peralatan dan perlengkapan seperti keranjang belanja atau troli yang disediakan baik dan layak digunakan, serta jaminan keamanan yang disediakan yaitu CCTV dan penjagaan tempat parkir sudah memadai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dari [1], menyatakan bahwa Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan suatu kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [11], menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh [12], menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh [13], membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh [14], juga membuktikan jika kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan penelitian yang dilakukan oleh [15], juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan serta perhitungan analisis terhadap data yang diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, *display layout* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan keragaman produk, *display layout*, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

References

1. Tjiptono, F. (2018). Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (A. Diana (ed.); Edisi Terb). Penerbit ANDI.
2. Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pb Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(02), 186-199.
http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/17923/NASKAH_PUBLIKASI.pdf?sequence=12&isAllowed=y
3. Wilujeng, S., & Mudzakkir, M. F. (2015). Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang. 93-107.
4. Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.
5. Finthariasari, M., Ekowati, S., & Roy, K. (2020). Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekoimbis Review*, 8(2), 149-158.
<https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2>
6. Tjiptono, F. (2018). Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (A. Diana (ed.); Edisi Terb). Penerbit ANDI.
7. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi Ke 1). Erlangga.
8. Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*
9. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
10. Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi ke 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.