



**PENGARUH WAKTU OPERASIONAL, KUALITAS LAYANAN,
VARIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA PEMBELI TOKO KELONTONG MADURA KECAMATAN LOWOKWARU
KOTA MALANG)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

HARIS MUHAMAD YUSUF

NPM. 22001081395



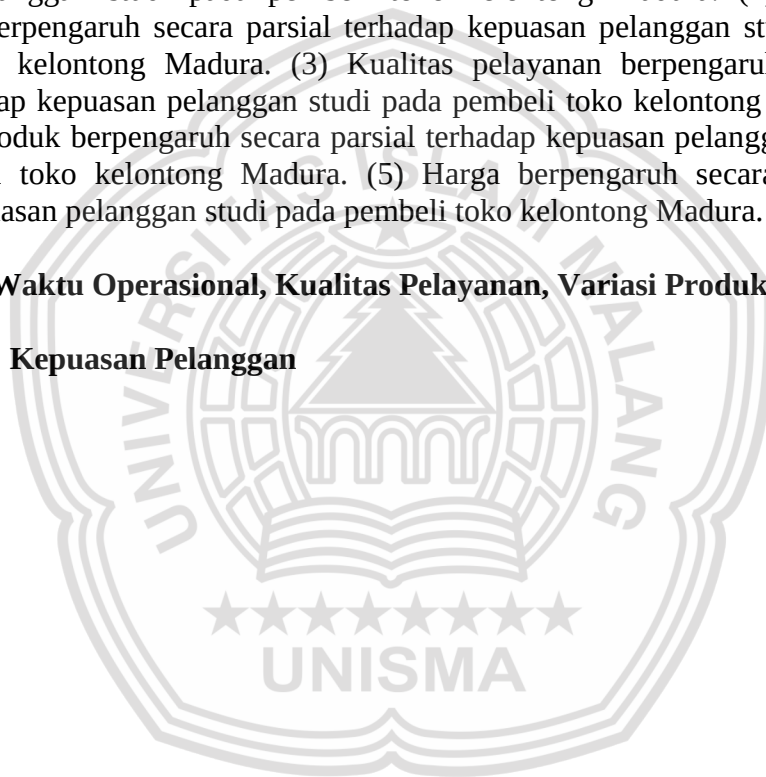
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2024

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Waktu Operasional, Kualitas Pelayanan, Variasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pembeli Toko Kelontong. Penelitian ini menggunakan metode deskripsi kuantitatif. Responden penelitian ini adalah 94 responden sebagai pelanggan di toko kelontong Kecamatan Lowokwaru yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan rumus maholtra. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri dari 2 variabel yaitu waktu operasional, kualitas pelayanan, variasi produk, harga, dan kepuasan pelanggan. Data yang diperoleh melalui responden dianalisis menggunakan *SPSS (Statistical Program for Social Science)*. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Waktu operasional, kualitas pelayanan, variasi produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura. (2) Waktu operasional berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura. (4) Variasi produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura. (5) Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura.

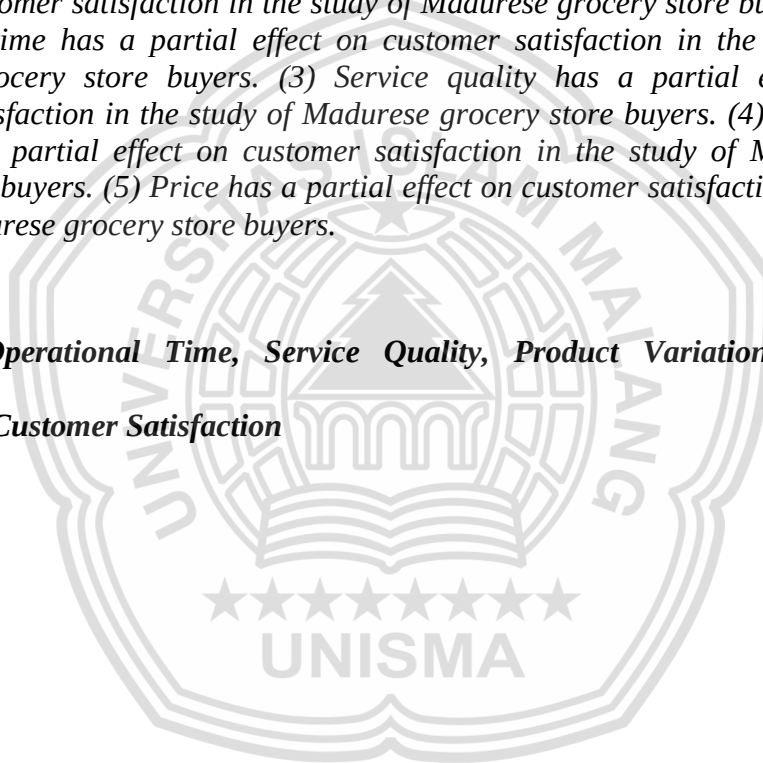
Kata Kunci: Waktu Operasional, Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of operational time, service quality, product variety and price on customer satisfaction among grocery store buyers. This research uses a quantitative description method. The respondents for this research were 94 respondents as customers at the Lowokwaru District grocery store who were selected using a purposive sampling technique with the maholtra formula. Data collection uses a questionnaire consisting of 2 variables, namely operational time, service quality, product variety, price and customer satisfaction. Data obtained from respondents was analyzed using SPSS (Statistical Program for Social Science). The results of this research show that: (1) Operational time, service quality, product variety and price simultaneously influence customer satisfaction in the study of Madurese grocery store buyers. (2) Operational time has a partial effect on customer satisfaction in the study of Madurese grocery store buyers. (3) Service quality has a partial effect on customer satisfaction in the study of Madurese grocery store buyers. (4) Product variety has a partial effect on customer satisfaction in the study of Madurese grocery store buyers. (5) Price has a partial effect on customer satisfaction in the study of Madurese grocery store buyers.

Keywords: *Operational Time, Service Quality, Product Variation, Price, Customer Satisfaction*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Toko kelontong merupakan salah satu bisnis yang sangat berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari, dalam konteks yang dinamis ini, toko kelontong harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung Nuraini, D. P., & Chodidjah, S. (2024). Dengan memahami latar belakang pemenuhan kebutuhan masyarakat yang dinamis seperti keanekaragaman barang, kondisi ekonomi, pelayanan yang cepat dan ramah, perubahan demografi, dan pengaruh teknologi, toko kelontong dapat menjadi lebih efisien dalam menyediakan produk-produk yang dibutuhkan masyarakat sehari-hari. Adaptasi ini tidak hanya mencakup aspek barang yang tersedia tetapi juga dalam hal promosi, pelayanan, dan inovasi dalam sistem yang diterapkan sehingga toko kelontong memiliki peluang lebih dalam melakukan proses transaksi jual beli.

Toko kelontong Madura sudah semakin berkembang hingga merambat sudut kota. Usaha toko kelontong menjadi elemen penting dalam rotasi kehidupan rumah tangga, menjadikan usaha tersebut cukup menjanjikan untuk dijalankan, seperti toko kelontong Madura. Berdirinya satu toko dengan toko kelontong lainnya menjadi salah satu keunikan dan menjadi pembeda dengan model toko kelontong konvensional.

Tabel 1.1 Gambar Data Toko Kelontong

Kab / Kota	Sarana Perdagangan	
	Toko / Warung Kelontong	Toko / Warung Kelontong Yang Menjual Bahan Pangan
Malang	390	325
Kota Malang	57	57
Kota Batu	24	19
Total	471	401

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jatim 2019

Berdasarkan tabel 1.1 yang dikeluarkan oleh databoks 2023 mencatat bahwasannya pada tahun 2022 memiliki kenaikan yang signifikan dari tahun tahun sebelumnya dengan demikian tidak menuntut kemungkinan persaingan yang semakin ketat maka dari itu toko kelontong Madura juga memberikan pelayanan penjualan selama dua puluh empat jam serta banyak variasi produk yang diperjual belikan dengan harga yang seimbang.

Banyak masyarakat sangat memikirkan bagaimana mendapatkan kebutuhan pokok dengan menyeimbangkan dengan pendapatan yang mereka miliki. Untuk membuat diri mereka puas mencari toko yang bisa memenuhi kebutuhan mereka, yaitu dengan mencari toko yang terdekat dengan rumah, yang mereka rasa nyaman saat membeli produk atau kebutuhan yang mereka cari, kelengkapan kebutuhan yang ada, terutama dengan harga yang sangat terjangkau atau murah sesuai dengan uang yang mereka miliki.

Untuk masyarakat kalangan menengah kebawah pasti akan mencari toko yang memiliki harga lebih rendah yang ada disekitar serta toko yang dianggap lengkap produk produk yang dijual di toko tersebut untuk memenuhi

kebutuhannya tanpa harus mengunjungi berbagai banyak toko secara puas. Kepuasan pelanggan atau kepuasan pelanggan/pelanggan adalah penilaian seseorang berupa perasaan puas atau kecewa yang timbul setelah melakukan pembelian setelah membandingkan perasaannya dengan harapannya terhadap produk atau jasa yang digunakan (Riadi, 2021). Kepuasan pelanggan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan atau respon emosional terhadap perbedaan antara apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang mereka terima. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan dan harapan terhadap kinerja. Jika kinerja berada di bawah ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau bahagia. Dengan demikian jika kepuasan pelanggan meningkat karena faktor tersebut, maka dapat meningkatkan minat beli pelanggan Rahma (2022).

Waktu operasional merupakan waktu jam pelayanan kepada pelanggan. Jam pelayanan ini tentunya sangat mempengaruhi adanya keputusan dalam melakukan pembelian pelanggan maka dari itu toko kelontong Madura ini membuka layanan yang tidak kalah dengan toko retail lainnya dalam berjalannya suatu usaha tentunya memiliki pedoman atau Standar Operasional Prosedur (SOP). Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah sebuah petunjuk buku yang sifatnya tertulis. SOP menurut pandangan Tambunan (2018:79) adalah pedoman yang berisi prosedur-prosedur operasional yang ada dalam suatu organisasi yang digunakan untuk memastikan, bahwa semua keputusan dan tindakan serta penggunaan fasilitas fasilitas proses yang dilakukan oleh orang-orang di dalam organisasi berjalan secara efektif, konsisten, standard dan sistematis. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan tidak hanya waktu operasional saja tetapi juga kualitas layanan.

Kualitas layanan merupakan salah satu bentuk penilaian pelanggan pada tingkat layanan yang telah diterima oleh pelanggan, pelayanan yang baik tentu diharapkan pelanggan agar memberikan rasa puas. serta suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan dalam memberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan pelanggan Suwarsito, 2020. Layanan yang bagus juga berasa kurang adanya kepuasan pada pelanggan tanpa adanya varian produk yang diperjual belikan.

Setiap manusia memiliki keinginan yang berbeda. Keinginan yang berbeda-beda inilah yang membuat ilmu pemasaran semakin berkembang, karena produk yang dihasilkan disesuaikan dengan keinginan pelanggan (Wijaya et al., 2021). Dengan demikian, variasi produk menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan pelanggan yang berbeda tersebut. Banyaknya varian produk yang di tawarkan tentunya akan memberikan hal lebih kepada pelanggan dalam menjual produknya tanpa diketahui dengan adanya varian produk yang begitu banyak membuat konsumen akan lebih merasakan kepuasan saat berbelanja serta Variasi produk bukan hanya banyaknya macam dan jenis produk, melainkan juga mencakup ciri suatu produk, ukuran, harga, penampilan, dan atribut produk. Hal ini yang dapat membedakan satu produk dengan produk lainnya dan itulah yang dapat memberikan kesempatan luas kepada pelanggan untuk memilih jenis produk sesuai kebutuhan, sehingga memunculkan keinginan untuk melakukan pembelian. Dalam hal ini tentunya kurang cukup tanpa adanya harga.

Menurut Kotler dan Keller (2016) Menyatakan bahwa Harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan probabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengomunikasikan nilai suatu produk. Harga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dan harga merupakan unsur satu-satunya dari bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan dibanding unsur bauran pemasaran lainnya. Mendasari hal tersebut penggunaan harga ini sangat relative sulit dalam menentukan karena harga yang dijual terlalu mahal dari toko yang lainnya akan membuat pelanggan berpindah sebaliknya jika harga yang diberikan relative murah tentunya akan dapat meningkatkan jumlah akan pelanggan dalam membeli.

Sehubungan dengan ketatnya persaingan toko kelontong yang disebabkan jumlahnya barang maka pemilik toko berusaha mempertahankan pelanggan yang telah diperoleh dengan berbagai strategi yang telah di miliki. Toko kelontong Madura merupakan suatu alternatif masyarakat dalam memehuni kebutuhan sehari hari dalam bentuk sembako, toko kelontong Madura juga memberikan variasi produk yang begitu lengkap baik secara ukuran, jenis dan merek yang mereka jual tidak hanya itu toko Madura juga membuka toko selama 24 jam. Dengan demikian tentunya toko kelontong Madura sering dikunjungi oleh pelanggan.

Dikutip dari dataindonesia.id terdapat 3,94 juta gerai toko kelontong yang tersebar di seluruh Indonesia salah satunya berada di kota Malang. Pada kota Malang 57 toko kelontong yang terdaftar pada badan pusat statistik, yang dikelilingi oleh berbagai macam kampus, pemerintahan dan perusahaan oleh

karena itu bisa di prediksi bahwa dikota malang memiliki peluang lebih dalam menjalankan usaha toko kelontong Madura.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas ingin mengetahui bagaimana toko kelontong Madura mempertahankan ditengah persaingan yang semakin ketat, maka dari itu mengambil *topic* penelitian dengan judul. **“Pengaruh Waktu Operasional, Kualitas Layanan, Variasi Produk Dan Harga Berpengaruh Secara Simultan Kepuasan Pelanggan Studi Pada Pembeli Toko Kelontong Madura.”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah waktu operasional, kualitas layanan, variasi produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura.
- b. Apakah waktu operasional berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura.
- c. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura.
- d. Apakah variasi produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura.
- e. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari suatu penelitian dapat untuk mengidentifikasi atau menggambarkan suatu konsep atau untuk menjelaskan atau memprediksi suatu situasi atau solusi untuk situasi yang mengidikasikan jenis studi yang akan dilakukan.

- a. Untuk mengetahui apakah waktu operasional, kualitas layanan, variasi produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko kelontong Madura Kec. Lowokwaru.
- b. Untuk mengetahui apakah waktu operasional berpengaruh kepuasan pelanggan studi pada toko kelontong Madura Kec. Lowokwaru.
- c. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh kepuasan pelanggan studi pada toko kelontong Madura Kec. Lowokwaru.
- d. Untuk mengetahui apakah variasi produk berpengaruh kepuasan pelanggan studi pada toko kelontong Madura Kec. Lowokwaru.
- e. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh kepuasan pelanggan studi pada toko kelontong Madura Kec. Lowokwaru.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

- a. Mampu menangkap fenomena dan masalah – masalah ekonomi dan sosial.
- b. Mampu mengaplikasikan teori – teori yang didapat diperkuliahan pada karya tulis ilmiah.
- c. Memberikan apresiasi bagi penulis karya ilmiah.
- d. Mampu memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah waktu operasional, kualitas pelayanan, variasi produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah di kemukakan di atas, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Waktu operasional, kualitas pelayanan, variasi produk dan harga berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan studi pada pembeli toko kelontong Madura.
- b. Waktu operasional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pembeli toko kelontong Madura.
- c. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pembeli toko kelontong Madura.
- d. Variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pembeli toko kelontong Madura.
- e. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pembeli toko kelontong Madura.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan data penelitian ini, maka peneliti menyampaikan beberapa saran kepada pihak yang lain di harapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

1. Waktu operasional yang ada di toko Madura sangat membantu para pelanggan sehingga menjadi nilai tambah bagi pelanggan untuk memilih toko kelontong Madura dan menjadi kompetitor bagi usaha seperti swalayan, dll.
2. Toko kelontong Madura memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas layanannya, meski saat ini pelayanan sudah cukup memuaskan, masih dengan ruang untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut.
3. Lebih meningkatkan variasi produk yang ada di toko kelontong Madura demi memikat pelanggan dan bersaing dengan kompetitor
4. Mempertahankan harga di toko kelontong Madura demi memikat pelanggan dan bersaing dengan kompetitor.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan ketentuan terhadap kepuasan pelanggan yang sering berkaitan dengan waktu operasional, kualitas pelayanan, variasi produk dan harga

1. Menambahkan variabel yang berbeda pada penelitian selanjutnya supaya memperkuat pendapat dan menemukan keterbaruan.
2. Menggunakan variabel lain yang lebih berpengaruh seperti *brand image*, promosi dan strategi pemasaran yang tepat



DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. P. (2012). Metodologi Penelitian Bisnis. Denpasar: Ub Press.
- Asti Dan Ayuningtyas. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Effect Of Service Quality, Product Quality And Price On Consumer Satisfaction).
- Eka Dan Sutedjo (2023). Analisis Variasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kopi Kenangan Di Kota Semarang.
- Higgins. (1994). Iklim Organisasi : Definisi Pendekatan, Dimensi Dna Faktor Yang Mempengaruhi Ikim Organisasi.
- Hsb Dan Subagia (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Family Galaxy Sejahtera Tour And Travel Pekanbaru.
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. No 227 Halaman 114.
- Irawan. (2018). Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Ke-Tigabelas, Yogyakarta.
- Julyanthry, D. (2020). Manajemen Produksi Dan Operasi (2020).
- Kotler, Philip And Gary Amstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, P. And Keller, Kevin L. 2016: Marketing Management, 15th Edition New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc.
- Krisna Dkk (2020). Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Kristanto, Jajat. (2011). Manajemen Pemasara Internasional. Jakarta : Erlanga.
- Mailoli Dkk (2022). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Lembaga Kursus Dan Pelatihan (Lkp) Family: Harga Sebagai Pemoderasi.
- Mariansyah Dan Syarif. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Kabalu.
- Marsha, Firdtania (2015) Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Harga Kiriman Pada Ecommerce.
- Mawardi. (2021). Pengaruh Servicecsape Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cangkir Pertama Coffee Kota Purwakarta.

- Mayasari, Fitriyuli. (2016). Analisis Hubungan Waktu Pelayanan Dan Faktor Total Quality Service Terhadap Kepuasan Pasien Di Poliklinik Kebidanan Dan Kandungan Rsia Anugerah Medical Centre Kota Metro Tahun 2015.
- Mellani, C., Bopeng, L. S., & Bajari, M. (2019). *The Effect Of Trust And Information Quality On The Decision To Purchase Airline Tickets On Ecommerce Traveloka (Case Study: Traveloka Users In The District Of Manokwari)*. *Management Business Journal*, 2(3), 252–269. Mellani, C., Bopeng, L. S., & Bajari, M. (2019). *The Effect Of Trust And Information Quality On The Decision To Purchase Airline Tickets On E-Commerce Traveloka (Case Study: Traveloka Users In The District Of Manokwari)*. *Management Business Journal*, 2(3), 252–269.
- Muharani, indah dan Nasruji. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Busana Muslim Di Toko “Salwa Indah” Batam.
- Mukti, T. C. (2017). Pengaruh Standar Operasional Prosedur (Sop) Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Jmk) Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan.
- Nuraini, D. P., & Chodidjah, S. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Kelontong Mujinah.
- Priansa. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Social. Pustaka Sertia : Bandung.
- Rahmah. (2022). Pengaruh Waktu Operasional, Harga, Variasi Menu Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Café.
- Realino Dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Ojek Konvensional).
- Resti, Indriana Maha. (2021). Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Varian Produk, Dan Kualitas Produk
- Sucipto. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Caffé Jetto Brebes.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R And D. Bandung: Alfabeta.
- Swastha. (2000). Saluran Pemasaran. Cetakan Keenam, (Bef-Yogyakarta).
- Tambunan, Rudi M, (2013), Pedoman Penyusunan Standard Operasional Prosedur, Jakarta: Maiestas Publishing.
- Tjiptono, F. (2012). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2014). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

Yakob Dan Manik (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Amanda Brownies Cabang Gandul Kota Depok.

Yuni dan Suardika (2019), pemilihan alternatif metode kerja dengan menentukan urutan prioritas kriteria fungsi pada pekerjaan struktur.

Zeithaml, V., Bitner, M. & Gremler, D., 2006. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm. Available At: [Http://Library.Wur.Nl/Webquery/Clc/1809666](http://Library.Wur.Nl/Webquery/Clc/1809666) [Accessed November 30, 2015].

