

**Pengaruh Waktu Operasional, Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi pada Toko Kelontong Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)**

Haris Muhamad Yusuf^{*})
Afi Rachmat Slamet^{})**
Eris Dianawati^{*})**

Email : haris169d@gmail.com

Universitas Islam Malang

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

Pendahuluan

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.

Perkembangan toko kelontong Madura sudah semakin banyak 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.

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 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, kualitas layanan merujuk pada penilaian konsumen terhadap kualitas atau keunggulan produk atau jasa secara keseluruhan, serta sejauh mana perbedaan antara harapan atau harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan Ibrahim & Thawil (2019).

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 relatif sulit dalam menentukan karena harga yang dijual terlalu mahal dari toko yang lainnya akan membuat pelanggan berpindah sebaliknya jika harga yang diberikan relatif murah tentunya akan dapat meningkatkan jumlah akan pelanggan dalam membeli.

Manusia memiliki kebutuhan yang beraneka ragam, menjadi dasar bagi para pelaku usaha toko kelontong untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Toko kelontong Madura merupakan suatu alternatif masyarakat dalam memenuhi 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 di kota Malang memiliki peluang lebih dalam menjalankan usaha toko kelontong Madura.

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

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Kepuasan Pelanggan

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.

Waktu Operasional

Nurmajidah (2020) menyatakan waktu operasional merupakan waktu yang digunakan untuk melakukan pekerjaan dapat dilaksanakan siang hari maupun malam hari, waktu operasional juga proses untuk menetapkan jumlah jam kerja yang digunakan untuk dibutuhkan merampungkan suatu pekerjaan dalam waktu tertentu.

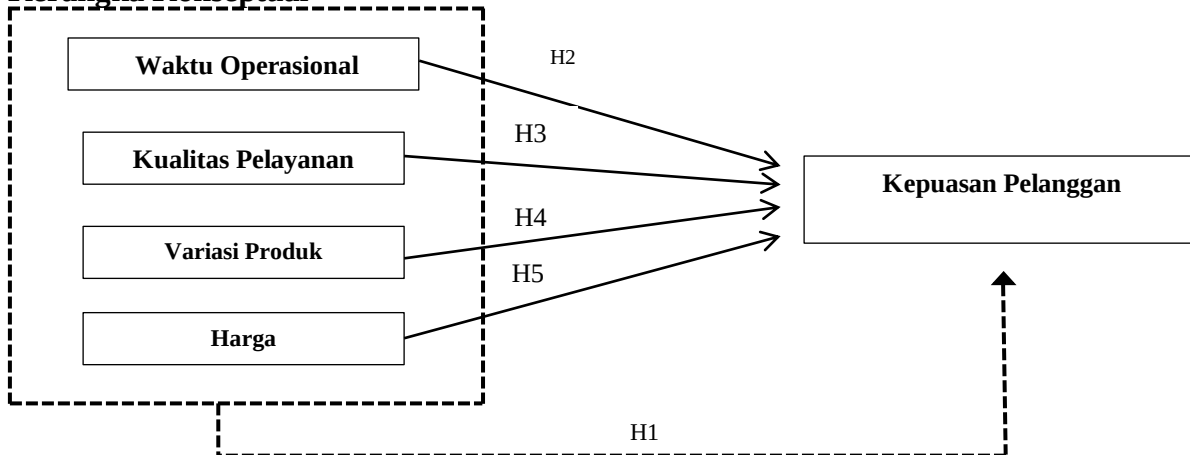
Kualitas Layanan

Menurut Hermawan (2018) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan yang menyediakan layanan, membutuhkan interaksi secara langsung antara pelanggan dan pelaku usaha.

Variasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012 : 15) mengemukakan varian produk diartikan juga menjadi bauran produk yang bisa di sebut dengan opsi produk merupakan kelompok dari keseluruhan barang-barang yang ditawarkan serta di jual kepada penjual khusus.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Model Penelitian

H1 : Waktu Operasional, Kualitas Layanan, Variasi Produk, Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

H2 : Waktu Operasional berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

H3 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

H4 : Variasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

H5 : Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang mana mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan suatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka - angka. Menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif ini adalah untuk menjelaskan suatu situasi yang hendak di teliti dengan dukungan studi keputustakaan sehingga lebih memperkuat analisa penelitian dalam membuat suatu kesimpulan, dimana hasil penelitian diperoleh dari hasil perhitungan indikator indikator.

Populasi

Menurut Sugiono (2023) mengatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Kecamatan Lowokwaru

Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono, (2020). Purposive sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kriteria:

1. Pernah belanja di toko kelontong Madura lebih dari 3 kali
2. Ada keinginan untuk membeli kembali
3. Pernah merekomendasikan ke orang lain untuk belanja di toko kelontong Madura

Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk mengambil sampel dengan menggunakan rumus Maholtra yang memberikan panduan ukuran sampel. Dalam Mellani et al., (2019), menyatakan bahwa dalam menentukan total sampel dalam sebuah penelitian dengan menggunakan teknik purposif sampling yaitu sampel yang dibutuhkan ditentukan menggunakan rumus Maholtra, karena penentuan jumlah sampel sering kali tidak sepenuhnya mengikuti rumus statistik tradisional seperti yang digunakan dalam sampling acak, karena purposif sampling berfokus pada pemilihan sampel yang memenuhi kriteria tertentu dan bukan pada representasi statistik dari populasi. Rumus Maholtra umumnya digunakan untuk menghitung ukuran sampel dalam konteks penelitian yang lebih luas dan dapat disesuaikan dengan berbagai teknik sampling, termasuk purposif sampling, dengan beberapa pertimbangan khusus. Biasanya, rumus ini dirancang untuk membantu peneliti menentukan ukuran sampel yang cukup besar untuk mencapai validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Dapat ditentukan dengan cara indikator dikalikan dengan 5. maka dapat dihitung menggunakan rumus yaitu $5 \times \text{jumlah indikator}$. Akan didapatkan hasil dari rumus tersebut yaitu $19 \text{ indikator} \times 5 = 95 \text{ responden}$. Berdasarkan hasil perhitungan rumus Maholtra tersebut maka sampel penelitian yang akan diambil yaitu sebanyak 95 responden.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Tabel 1 Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Waktu Operasional (X1)	95	2	10	8.40	2.233
Kualitas Layanan (X2)	95	5	25	20.81	4.599
Variasi Produk (X3)	95	5	25	20.37	4.412
Harga (X4)	95	3	15	12.54	2.816
Kepuasan Pelanggan (Y)	95	4	20	16.61	3.647
Valid N (listwise)	95				

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji tersebut dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah:

1. Variabel Waktu Operasional (X1) nilai minimum 2 sedangkan nilai maksimum 10, nilai rata-rata waktu operasional 8,40 dan standar deviasi data Waktu Operasional adalah 2,233.
2. Variabel Kualitas Layanan (X2) nilai minimum 5 sedangkan nilai maksimum 25, nilai rata-rata Kualitas Layanan 20,81 dan standar deviasi data Kualitas Layanan adalah 4,599.
3. Variabel Variasi Produk (X3) nilai minimum 5 sedangkan nilai maksimum 25, nilai rata-rata Variasi Produk 20,37 dan standar deviasi data Variasi Produk adalah 4,412.
4. Variabel Harga (X4) nilai minimum 3 sedangkan nilai maksimum 15, nilai rata-rata Harga 12,54 dan standar deviasi data Harga adalah 2,816.
5. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) nilai minimum 4 sedangkan nilai maksimum 20, nilai rata-rata Kepuasan Pelanggan 12,54 dan standar deviasi Kepuasan Pelanggan adalah 3,647.

Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan	Keputusan
Waktu Operasional	X1.1	0.892	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X1.2	0.809	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0.723	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X2.2	0.744	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X2.3	0.657	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X2.4	0.695	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X2.5	0.695	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
Variasi Produk	X3.1	0.673	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X3.2	0.711	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X3.3	0.625	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X3.4	0.734	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X3.5	0.578	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
Harga	X4.1	0.719	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X4.2	0.792	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	X4.3	0.740	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y.1	0.736	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	Y.2	0.668	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	Y.3	0.699	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid
	Y.4	0.710	0.2017	r Hitung > r tabel	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

Berdasarkan pada tabel 2 dapat diketahui bahwa waktu operasional, kualitas pelayanan, variasi produk, harga, dan kepuasan pelanggan menunjukkan hasil r hitung yang lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwasanya semua item pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan valid

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas

VARIABEL	CRONBACH'S ALPHA	NILAI KRITERIA	KEPUTUSAN
WAKTU OPERASIONAL	0.612	CRONBACH'S ALPHA > 0,6	RELIABEL
KUALITAS PELAYANAN	0.753	CRONBACH'S ALPHA > 0,6	RELIABEL
VARIASI PRODUK	0.680	CRONBACH'S ALPHA > 0,6	RELIABEL
HARGA	0.612	CRONBACH'S ALPHA > 0,6	RELIABEL
KEPUASAN PELANGGAN	0.656	CRONBACH'S ALPHA > 0,6	RELIABEL

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa variabel waktu operasional (*cronbach's alpha* 0,612), kualitas pelayanan (*cronbach's alpha* 0,753), variasi produk (*cronbach's alpha* 0,680), harga (*cronbach's alpha* 0,612) dan kepuasan pelanggan (*cronbach's alpha* 0,656) sehingga dinyatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha lebih besar dari ketentuan yaitu 0.6.

Uji Normalitas

Tabel 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
N			Unstandardized Residual
			95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		
	Std. Deviation		
Most Extreme Differences	Absolute		
	Positive		
	Negative		
Test Statistic			.075
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.619
		Upper Bound	.644
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

Berdasarkan pada tabel 4 menunjukkan bahwa uji normalitas menggunakan *kolmogorof – sminov test* memperoleh nilai *asympt sig* $0.200 > 0.05$ yang dapat dikatakan normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

VARIABEL	TOLERANCE	VIF	SYARAT LULUS	KETERANGAN
WAKTU OPERASIONAL	0.490	2.042	TOLERANCE > 0,1 VIF < 10	BEBAS MULTIKOLINIERITAS
KUALITAS PELAYANAN	0.329	3.043	TOLERANCE > 0,1 VIF < 10	BEBAS MULTIKOLINIERITAS
VARIASI PRODUK	0.429	2.333	TOLERANCE > 0,1 VIF < 10	BEBAS MULTIKOLINIERITAS
HARGA	0.584	1.713	TOLERANCE > 0,1 VIF < 10	BEBAS MULTIKOLINIERITAS

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa variabel waktu operasional, kualitas pelayanan, variasi produk dan harga memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF memiliki nilai < 10, maka dapat dikatakan terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

VARIABEL	TOLERANCE	NILAI ACUAN SIGNIFIKANSI α	KETERANGAN
WAKTU OPERASIONAL	0.590	> 0,05	BEBAS HETEROSKEDASTISITAS
KUALITAS PELAYANAN	0.511	> 0,05	BEBAS HETEROSKEDASTISITAS
VARIASI PRODUK	0.861	> 0,05	BEBAS HETEROSKEDASTISITAS
HARGA	0.775	> 0,05	BEBAS HETEROSKEDASTISITAS

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa waktu operasional, kualitas pelayanan, variasi produk dan harga terbebas dari heteroskedastisitas karena nilai *tolerance* > 0,05.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 7 Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.684	1.238		1.361	.177
	X1	.348	.149	.213	2.338	.022
	X2	.181	.088	.228	2.048	.044
	X3	.263	.081	.318	3.259	.002
	X4	.230	.108	.178	2.130	.036

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

Berdasarkan hasil data dari tabel 7 maka di peroleh persamaan model regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,684 + 0,348 X_1 + 0,181 X_2 + 0,263 X_3 + 0,230 X_4 + e$$

berdasarkan persamaan model regresi tersebut, maka dapat di interpretasikan sebagai berikut :

- Konstanta = 1,684 merupakan nilai konstanta yang berarti bahwa jika waktu operasiona (X_1), kualitas layanan (X_2), variasi produk (X_3), harga (X_4) konstanta, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) bernilai positif.
- Koefisien regresi $X_1 = 0,348$ yang berarti bahwa jika waktu operasional (X_1) meningkat sedangkan variabel lain konstanta, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat.
- Koefisien regresi $X_2 = 0,181$ yang berarti bahwa jika kualitas pelayanan (X_2) meningkat sedangkan variabel lain konstanta, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat.
- Koefisien regresi $X_3 = 0,263$ yang berarti bahwa jika variasi produk (X_3) meningkat sedangkan variabel lain konstanta, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat.
- Koefisien regresi $X_4 = 0,230$ yang berarti bahwa jika harga (X_4) meningkat sedangkan variabel lain konstanta, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat.

Uji f (Simultan)

Tabel 8 Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	792.171	4	198.043	38.881	.000 ^b
	Residual	458.418	90	5.094		
	Total	1250.589	94			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2						

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

Berdasarkan pada tabel 8 dapat diketahui hasil uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 38,881. Dan nilai signifikan sebesar $0000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini dapat digunakan.

Uji t (Parsial)

Tabel 9 Uji 9 (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.684	1.238		1.361	.177
	X1	.348	.149	.213	2.338	.022
	X2	.181	.088	.228	2.048	.044
	X3	.263	.081	.318	3.259	.002
	X4	.230	.108	.178	2.130	.036
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

- Waktu Operasional
Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa waktu operasional menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.022 < 0,05$, dengan demikian maka dapat dinyatakan waktu operasonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Kualitas Layanan
Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.044 < 0,05$, dengan demikian maka dapat dinyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- Variasi Produk
Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa variasi produk menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0,05$, dengan demikian maka dapat dinyatakan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Harga

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa harga menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.036 < 0,05$, dengan demikian maka dapat dinyatakan harga berpengaruh terhadap signifikan kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi Adjusted R^2

Tabel 10 Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)

R	R SQUARE	ADJUSTED R SQUARE
0.796	0.633	0.617

Sumber: Data primer diolah SPSS 2024

Dari hasil uji pada tabel 7 dapat dijelaskan bahwa r^2 sebesar 0.633 yang dipersentasekan sebesar 63,3% variabel waktu operasional, kualitas produk, variasi produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. sisanya 36,7% dipengaruhi oleh variabel yang yang tidak digunakan di dalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Waktu Operasional, Kualitas Pelayanan, Variasi Produk Dan Harga Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8 yang dijabarkan diatas bahwa menunjukkan uji f nilai sebesar $0.000 < 0.05$ maka dari itu variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi secara bersama sama kepada variabel waktu operasional, kualitas pelayanan, variasi produk dan harga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa toko kelontong Madura ini mengedepankan waktu operasional , kualitas pelayanan, variasi produk dan harga dalam menarik pelanggan tentunya untuk meningkatkan kepuasan pada pelanggan tersebut saat melakukan pembeliannya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2022) Pengaruh waktu operasional, Harga, Variasi Menu dan Fasilitas Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Café, 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), Yakob Dan Manik (2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Amanda Brownies Cabang Gandul Kota Depok, Mawardi dkk (2024) Pengaruh Servicecsape Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cangkir Pertama Coffee Kota Purwakarta, Sucipto (2024) Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Caffé Jetto Brebes.

Pengaruh Waktu Operasional Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 9 yang di jabarkan di atas bahwa variabel waktu operasional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena menunjukkan nilai lebih kecil dari 0.05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa waktu operasional ini sangat mempengaruhi pelanggan Karena pelanggan membutuhkan toko yang selalu buka di saat pelanggan ingin melakukan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2022) Pengaruh waktu operasional, Harga, Variasi Menu dan Fasilitas Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Café.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 9 yang di jabarkan di atas bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena menunjukkan nilai lebih kecil dari 0.05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan kepada pelanggan ini sangat ramah serta selalu mengedepankan pelanggan dari pada yang lain ketika ada pelanggan ingin melakukan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yakob Dan Manik (2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Amanda Brownies Cabang Gandul Kota Depok, Mawardi dkk (2024) Pengaruh Servicecsape Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cangkir Pertama Coffee Kota Purwakarta, Sucipto (2024) Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Caffé Jetto Brebes.

Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 9 yang di jabarkan di atas bahwasanya variabel variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena menunjukkan nilai lebih kecil dari 0.05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya variasi produk yang di perjual belikan ini memiliki berbagai variasi baik secara ukuran, merek serta model kemasan dengan demikian tentunya dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh 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).

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 9 yang di jabarkan di atas bahwasanya variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena menunjukkan nilai lebih kecil dari 0.05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk yang di jual di toko kelontong ini memiliki harga yang lebih murah dari pada toko yang lain sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2022) Pengaruh waktu operasional, Harga, Variasi Menu dan Fasilitas Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Café, Yakob Dan Manik (2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Amanda Brownies Cabang Gandul Kota Depok.

Simpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

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.

Saran

Berdasarkan data kuesioner dan 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.

Referensi

- 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
- Hermawan, S. (2018). Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Higgins. (1994). Iklim Organisasi : Definisi Pendekatan, Dimensi Dna Faktor Yang Mempengaruhi Iklim Organisasi.
- Hsb Dan Subagia (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Family Galaxy Sejahtera Tour And Travel Pekanbaru
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 175–182
- 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.
- 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.
- 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 Caffe Jetto Brebes.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R And D. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, Rudi M, (2013), Pedoman Penyusunan Standard Operasional Prosedur, Jakarta: Maiestas Publishing
- 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> [Accessed November 30, 2015].

Haris Muhamad Yusuf^{*)} Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Afi Rachmat Slamet^{**)} Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Eris Dianawati^{***)} Adalah Dosen Tetap FEB Unisma