

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DISPLAY LAYOUT, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

by Jurnal UniveD

Submission date: 28-Jul-2020 10:59AM (UTC-0400)

Submission ID: 1363243057

File name: 5.doc (278K)

Word count: 3209

Character count: 20041



PENGARUH KUALITAS PRODUK, *DISPLAY LAYOUT*, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Meilaty Finthariasari¹⁾; Sri Ekowati²⁾; Roy Krisna³⁾

¹⁾ *Department of Management, Faculty of Economic and Business,
Universitas Muhammadiyah Bengkulu*

Email: ¹⁾ mheyfinta@umb.ac.id

How to Cite :

Finthariasari, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, *DISPLAY LAYOUT* DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1). DOI: <https://doi.org/13.11114/ekombisreview.1.x.x1-x2>

ARTICLE HISTORY

Received [xx Month xxxx]

Revised [xx Month xxxx]

Accepted [xx Month xxxx]

KEYWORDS

*Product Quality, Display
Layout, Product
Variations, Consumer
Satisfaction*

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, display layout, dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen toko kue Sarah Cake Kota Bengkulu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel berjumlah 190 orang responden, sampel ditarik berdasarkan rumus Hair et al. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi dan kuesioner. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan alat bantu olah data SPSS 21 dan dianalisis menggunakan teknik analisis uji asumsi klasik, regresi linier berganda, Koefisien Determinasi (R²) dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini dapat dilihat dari uji regresi linier berganda dengan yaitu $Y = 3.213 + 0.125 (X_1) + 0.177 (X_2) + 0.092 (X_3)$. Dari hasil uji hipotesis secara parsial (uji T) bahwa masing-masing variable independen (kualitas produk, display layout, dan variasi produk) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variable dependen (kepuasan konsumen). Adapun besarnya pengaruh masing-masing variable independen terhadap variable dependen (kepuasan konsumen) adalah kualitas produk sebesar 26.25%, display layout sebesar 62.10%, dan variasi produk sebesar 25.13%. Untuk hasil secara simultan (uji F) variable independen (kualitas produk, display layout, dan variasi produk) juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variable dependen (kepuasan konsumen), yaitu sebesar 60.10%.

ABSTRACT

This study aims at finding out the effect of product quality, display layout, and product variations on consumer satisfaction at the Sarah Cake Shop Bengkulu City. This study applied a quantitative study with a sample of 190 respondents. Samples drawn were based on the formula of Hair et al. The study

employed observation and questionnaires when collecting data. The collected data were then processed with SPSS 21, and then analyzed using classic assumption test analysis techniques, multiple linear regression, Coefficient of Determination (R²), and hypothesis testing. The results of this study can be noticed from the multiple linear regression test with $Y = 3.213 + 0.125 (X1) + 0.177 (X2) + 0.092 (X3)$. From the partial hypothesis test results (T test) revealed that each independent variable (product quality, display layout, and product variations) has a significant positive effect on the dependent variable (customer satisfaction). As for the great effect of each independent variable on the dependent variable (customer satisfaction) is product quality at 26.25%, display layout at 62.10%, and product variations at 25.13%. For simultaneous results (F test) the independent variable (product quality, display layout, and product variations) also has a notable positive effect on the dependent variable (customer satisfaction), which is similar to 60.10%.

PENDAHULUAN

Menurut Kepala Dinas Dukcapil Provinsi Bengkulu, M Ikhwan, Provinsi Bengkulu sendiri mengalami penambahan penduduk sebanyak 2000 orang dari tahun 2018 kepertengahan semester tahun 2019 ini. Dengan semakin banyaknya penambahan penduduk di Provinsi Bengkulu sehingga dengan demikian tingkat konsumsi masyarakat akan makanan juga akan meningkat. Hal ini dapat menjadi peluang bisnis kuliner yang menjanjikan bagi para pebisnis. Bisnis kuliner baik tradisional, maupun modern yang sedang berkembang pesat saat ini dan memiliki pangsa pasar yang menjanjikan seiring dengan penambahan jumlah penduduk,

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti selama 2 hari dari tanggal 20-21 November 2019 terhadap 20 pelanggan toko kue di Kota Bengkulu, 13 orang konsumen sering berpindah-pindah dalam berbelanja kue. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen tidak loyal pada satu toko. Salah satu faktor pelanggan tidak loyal adalah karena faktor ketidakpuasan mereka. Apabila ada toko kue yang baru dibuka, maka mereka akan beralih ketoko yang baru ini. Secara harfiah, hal ini merupakan hal yang wajar, karena kemungkinan pelanggan ingin merasakan hal baru misal dari sisi rasa dan pengalaman baru mencicipi menu yang ditawarkan dari toko yang baru ini.

Sementara, hasil wawancara awal yang peneliti lakukan selama 3 hari berikutnya secara berturut-turut dari tanggal 23-25 November 2019 pada 20 orang konsumen lainnya, menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan mereka adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Survei Awal Pelanggan

No	Variabel	Jumlah Pelanggan	Presentasi (%)
1	Kualitas Produk	8 Orang	40
2	Variasi Produk	7 Orang	35

3	Display layout	5 Orang	25
	Total Pelanggan	20 Orang	100

Sumber: survei awal, 2019.

Hasil wawancara awal yang peneliti lakukan tersebut, diperoleh persepsi konsumen bahwa kepuasan mereka sebagai konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor kualitas produk dan variasi produk yang dijual. Sementara jika peneliti amati pada beberapa toko kue yang ada di Kota Bengkulu seperti R&R cake, Aroma Cake, dan Surya Bakery kualitas produk mereka baik dan bervariasi namun sepi pembeli. Kondisi yang hampir sama pada toko Sarah Cake dimana saat ini juga sudah mulai berkurang pembelinya dibandingkan dengan tahun lalu pada saat Toko ini baru buka. Menurut karyawan toko hal ini mungkin dapat disebabkan karena saat ini telah banyak toko kue yang bermunculan yang menjual kue yang sejenis seperti yang dijual oleh toko Sarah Cake ini. Adapun informasi omset toko Sarah Cake disajikan dalam Tabel berikut ini:

Tabel 2 Omset Toko Sarah Cake 6 Bulan Terakhir

Bulan (2019)	Omset
November	59,789,000
Oktober	59,010,000
September	61,566,000
Agustus	58,478,000
Juli	65,735,000
Juni	68,335,000
Total Omset 6 Bulan	372,913,000

Sumber: Toko Sarah Cake Bengkulu

Berdasarkan data Tabel 2 di atas, hasil survey awal kepada beberapa konsumen yang menjadi narasumber, maupun pengamatan peneliti yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian saat ini dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Display Layout*, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Terhadap Pelanggan Toko Kue Sarah Cake di Kota Bengkulu)".

LANDASAN TEORI

Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2007) menyatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk ditempat tertentu akan sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang akan diperolehnya. Menurut Hiam Dan schewe dalam Finthariasari (2017) tahap-tahap pengambilan keputusan pembelian konsumen meliputi: pengenalan masalah, pencarian informasi intern dan esktern, keputusan setelah konsumen memperoleh informasi baik intren maupun estern, dan evaluasi pasca pembelian. Adapun indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan menurut Danes et al (2012)

diantaranya adalah:

1. Pelanggan merasa senang belanja di toko tertentu.
 2. Toko ini memenuhi harapan pelanggan.
 3. Pelanggan memilih toko ini kembali di masa yang akan datang.
- Beberapa manfaat jika perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan menjadi puas, diantaranya (Tjiptono, 2008):
1. Terbentuk hubungan yang baik dan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan.
 2. Terbuka peluang bisnis baru melalui cross selling dan up selling.
 3. Terciptanya loyalitas pelanggan.
 4. Reputasi perusahaan akan semakin baik dimata pelanggan.
 5. Meningkatkan laba penjualan.

Kualitas Produk

Shum (2010) mengutip terdapat empat pendekatan yang digunakan dalam mendefinisikan kualitas pada disiplin ilmu yang berbeda, yaitu; pendekatan berbasis produk, arti kualitas dimaknai dengan ukuran, seperti fitur (features), fungsi (functions), dan kinerja (performance). Kambhu (1982) mendefinisikan kualitas sebagai deskripsi atas teknik (technical) dan fisik (physical); pendekatan berbasis pabrika mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian standar dan spesifikasi (specification). Crosby (1979) mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian persyaratan (requirements). Juran, Gryna dan Bingham, (1974) mendefinisikan kualitas sebagai fitness for use; untuk pendekatan berbasis pengguna, Kotler (2001) mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan dari fitur (ability of features) dan karakteristik produk (characteristics of a product); pendekatan berbasis nilai, kualitas didefinisikan dalam bentuk biaya (cost) dan harga (price)".

Menurut Garvin (1987), kualitas produk memiliki delapan dimensi yaitu kinerja (performance), fitur (features), keandalan (reliability), kesesuaian (conformance), daya tahan (durability), kemampuan layanan (service ability), estetika (aesthetics), dan kualitas yang dipersepsikan (perceived quality). Menurut Tjiptono et al (2008), indikator kualitas produk diantaranya:

1. Menu yang beraneka ragam,
2. Rasa yang enak,
3. Rasa stabil, dan
4. Higienis.

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: konsumen, petugas, dan produsen (Yuliana, 2015). Menurut Yuliana (2015), indicator display layout diantaranya adalah:

1. Tata letak produk
2. Penataan produk terlihat menarik

3. Penataan produk terlihat rapi
4. Penataan produk memudahkan pelanggan dalam mencari barang yang diinginkan
5. Tata Letak Kasir
6. Penempatan meja kasir strategis dan tepat
7. Penempatan meja kasir memudahkan saya dalam transaksi pembayaran
8. Arus Lalu Lalang Konsumen
9. Layout toko tidak berliku-liku sehingga memudahkan pelanggan dalam membawa barang.
10. Lebar jalan di dalam toko memudahkan pelanggan untuk berlalu lalang.

Variasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2007), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi, dan gagasan. Setiap produk secara hirarki berhubungan dengan produk tertentu lainnya (Kotler, 2003). Variasi 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 (Botti & Iyengar 2006). Menurut Engel et al dalam Setianingsih (2016), indikator variasi produk terdiri dari:

1. Kelengkapan produk
2. Merek produk
3. Variasi ukuran produk
4. Kualitas produk

Pajak menurut Undang – Undang Nomor 16 Tahun 2009, Pasal 1 ayat (1) Pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang–Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Jenis penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Sarah Cake Kota Bengkulu. Jumlah sample ditentukan dengan menggunakan rumus Hair et al (2006), dimana sampel dapat dihitung berdasarkan jumlah indikator/item pernyataan dikali 5-10. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 190 orang. Tahap uji instrument akan dilakukan untuk menganalisis validitas dan reliabilitas kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian. Data penelitian dikumpulkan dengan teknik observasi dan menyebarkan kuesioner. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang berguna untuk menganalisis tingkat normalitas data sebelum diolah dalam tahap selanjutnya. Tahap berikutnya adalah menganalisis data dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis melalui uji T dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Persamaan Regresi
Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.213	.672		4.781	.000
X1	.125	.048	.181	2.625	.009
X2	.177	.028	.462	6.210	.000
X3	.092	.036	.161	2.513	.013

Sumber: Olah Data, 2020

Berdasarkan Tabel 3, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3.213 + 0.125 (X1) + 0.177 (X2) + 0.092 (X3)$$

Keterangan:

- Y : Kepuasan konsumen
 X1 : Kualitas Produk
 X2 : Display Layout
 X3 : Variasi Produk

Untuk menganalisis koefisien regresi masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai a (constant) sebesar 3.213 mempunyai arti bahwa apabila variable kualitas produk (X1), display layout (X2), dan variasi produk (X3) sama dengan nol maka variable kepuasan konsumen akan tetap sebesar 3.213, hal ini hanya berlaku saat dilakukan penelitian.
2. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0.125 mempunyai makna bahwa apabila kualitas produk (X1) ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan variable kepuasan konsumen (Y) toko Sarah cake sebesar 0.125 dengan asumsi variabel display layout (X2) dan variasi produk (X3) dianggap tetap.
3. Koefisien regresi variabel display layout (X2) sebesar 0.177 mempunyai makna bahwa apabila display layout (X2) ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan variable kepuasan konsumen (Y) toko Sarah cake sebesar 0.177 dengan asumsi variabel kualitas produk (X1) dan variasi produk (X3) dianggap tetap.
4. Koefisien regresi variabel variasi produk (X3) sebesar 0.092 mempunyai makna bahwa apabila variasi produk (X3) ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan variable kepuasan konsumen (Y) toko Sarah cake sebesar 0.092 dengan asumsi variabel kualitas produk (X1) dan display layout (X2) dianggap tetap.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,702a	.492	.484		1.114	1.579

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah Data, 2020

Berdasarkan hasil olah data di atas didapat koefisien korelasi (R) sebesar 0.702, ini menandakan bahwa variable kualitas produk (X1), display layout (X2), dan variasi produk (X3) terhadap variable kepuasan konsumen adalah kuat dan signifikan. Dan koefisien determinasi sederhana (R square) $R^2 = 0.492$ dimana nilai koefisien determinasi tersebut mempunyai arti bahwa secara bersama-sama variable kualitas produk (X1), display layout (X2), dan variasi produk (X3) memberikan sumbangan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada toko Sarah cake sebesar 49.2% sedangkan sisanya 50.8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Uji Hipotesis

Table 5. Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	thitung	Sig.	ttabel	Kriteria
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	3.213	.672		4.781	.000	1.960	Sig.
X1	.125	.048	.181	2.625	.009	1.960	Sig.
X2	.177	.028	.462	6.210	.000	1.960	Sig.
X3	.092	.036	.161	2.513	.013	1.960	Sig.

$Df = 190 - 4 - 1 = 185$

Sumber: Olah Data, 2020

Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) yang ditunjukkan pada Tabel 5 di atas dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Pengaruh variable kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
Tabel 5 menunjukkan hasil uji thitung > ttabel variable kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar $2.625 > 1.960$. Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Pengaruh variable *display layout* terhadap kepuasan konsumen
Hasil uji thitung > ttabel variable display layout terhadap kepu¹n konsumen yaitu sebesar $6.210 > 1.960$. Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.
3. Pengaruh variable variasi produk terhadap kepuasan konsumen

Sementara hasil uji thitung > ttabel variable variasi produk terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar $2.513 > 1.960$. Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Uji F (Simultan)

Table 6 Hasil Uji F (Simultan)
ANOVAa

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	223.763	3	74.588	60.107	,000b
Residual	230.811	186	1.241		
Total	454.574	189			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Olah Data, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel Anova yang disajikan dalam Tabel 6 di atas, diperoleh nilai Fhitung sebesar 60.107 dan sig 0,000. Ftabel pada taraf $\alpha = 0.05$, $df_1 =$ (jumlah variabel independen = 3) dan $df_2 (n - k) = 190 - 3 = 187$, maka nilai Ftabel = 3.89. Hal ini berarti Fhitung > Ftabel ($60.107 > 3.89$) dan sig < 0.05 ($0.000 < 0.05$), hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian secara keseluruhan variabel kualitas produk, display layout, dan variasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen Toko Kue Sarah cake Bengkulu. Tingkat signifikan secara keseluruhan sebesar 0.000a ini menandakan terdapat hubungan yang signifikan dari uji keseluruhan variabel yang diteliti.

Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil analisis yang telah dipaparkan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa variable kualitas produk memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Kue Sarah cake Bengkulu. Artinya bahwan hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh Variabel *Display Layout* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis yang telah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa variable display layout memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Kue Sarah cake Bengkulu. Artinya bahwan hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh Variabel *Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*

Kemudian untuk membahas hasil analisis yang telah dipaparkan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa variable variasi produk memiliki pengaruh yang positif

signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Kue Sarah cake Bengkulu. Artinya bahwan hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Pengaruh Variabel Kualitas Produk, Display Layout, dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Jika dilihat dari hasil analisis perhitungan table uji T yang telah dipaparkan di atas, serta pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh antara variable independen (X1, X2, dan X3) terhadap variable dependen (Y) secara parsial. Bahwa masing-masing variable independen (X1, X2, dan X3) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variable dependen (Y). Kemudian untuk hasil analisis uji F menyatakan bahwa secara simultan pun menunjukkan bahwa variable independen (X1, X2, dan X3) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variable dependen (Y). Hubungan positif signifikan secara simultan antara 2 variabel independen dan dependen ini terjadi karena adanya hubungan positif yang disumbangkan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Terdapat pengaruh positif signifikan antara variable kualitas produk terhadap variable kepuasan konsumen pada Toko Kue Sarah Cake di Kota Bengkulu. Terdapat pengaruh positif signifikan antara variable display layout terhadap variable kepuasan konsumen pada Toko Kue Sarah Cake di Kota Bengkulu. Terdapat pengaruh positif signifikan antara variable variasi produk terhadap variable kepuasan konsumen pada Toko Kue Sarah Cake di Kota Bengkulu.

Saran

Dalam penelitian ini dikatakan bahwa kepuasan konsumen adalah baik, namun hal ini terjadi karena variable yang diteliti dalam penelitian ini adalah variable kualitas produk, display layout, dan variasi produk, dimana tiga variable ini ditanggapi baik oleh para responden yang ada. Namun yang sangat perlu menjadi perhatian bagi Toko Kue Sarah Cake di Kota Bengkulu adalah berkaitan dengan factor-faktor lain yang dapat memicu terbentuknya kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi tingkat omset bulanan dan tahunan toko ini.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini., Handoko, T. Hani. (2016). Pengaruh Komitmen Organisasional terhadap Turnover Intention. Tesis. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/98617>

- Botti, S. & Iyengar, S.S. (2006). The Dark Side of Choice: When Choice Impairs Social Welfare. *Journal of Public Policy & Marketing*, 25(1), pp.24–38.
- Danesh, Seiedeh Nasrin., Nasab, Saeid Ahmadi., & Ling, Kwek Choon. (2012). The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. *International Journal Of Business And Management*, vol.7, no 7.
- Finthariasari, Meilaty. (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Tempat Wisata Di Provinsi Bengkulu (Studi pada pengunjung Taman Wisata Family Kab. Bengkulu Tengah). *Media Ekonomi Dan Bisnis Fakultas Ekonomi Univ. Muhammadiyah Bengkulu*, Vol 16.
- Garvin, D.A. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality, *Harvard Business Review*, November-December, 101-109.
- Juran, Gryna dan Bingham. (1974). *Quality Control Handbook*.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Tenth Edition. Prentice Hall International, Inc., New Jersey.
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas, jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Index.
- Mantauv, Citra Suci. 2014. Pengaruh Harga Dan Kergaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (di PT. Prioritas Sinar Ampek).
- Setianingsih, Nur Fajar. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta). Skripsi.
- Shum, Y.Y. (2010). The Effect of Perceived Product Quality and Perceived Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Fast Fashion Retailers. Thesis. Hong Kong. The Hong Kong Polytechnic University.
- Tjiptono, Fandy; Gregorius Chandra; Dadi Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. Edisi 1. Yogyakarta : Andi.
- Wilujeng, Sri., & Mudzakkir, Mohammad Fakhruddin. (2015). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal Modernisasi*, Volume 11, Nomor 2.
- Wulandari, Ida Ayu., dan Adnyani, I Gusti Ayu. (2016). Pengaruh Work Family Conflict Terhadap Turnover Intention Melalui Mediasi Kepuasan Kerja Pada Hotel Grand Inna Kuta. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 10. ISSN : 2302-8912.
- Yuliana. (2015). Pengaruh variasi produk dan display layout terhadap Minat konsumen muslim di toko bandeng juwana elrina Semarang. Skripsi. <http://eprints.walisongo.ac.id/4353/>

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DISPLAY LAYOUT, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

5%

2

ojs.ekonomi-unkris.ac.id

Internet Source

4%

Exclude quotes On

Exclude matches < 4%

Exclude bibliography On