



Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keuasan Konsumen Tembakau Linting di Toko Tembakau Cowboy

The Influence of Product Diversity and Service Quality on Consumer Satisfaction of Rolling Tobacco at Cowboy Tobacco Shop

Immanuel Matasak^{1*}, Isak Pasulu², Mince Batara³

^{1,2,3} Universitas Kristen Indonesia Toraja, Tana Toraja, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko Cowboy. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang berbelanja di Toko Cowboy. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan Konsumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik Keragaman Produk (X1) maupun Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Tembakau Cowboy.

Kata kunci: Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

This research aims to investigate the influence of product diversity and service quality on consumer satisfaction at the Cowboy store. The research method used is quantitative using a questionnaire given to consumers who shop at the Cowboy Store. The independent variables in this research are Product Diversity and Service Quality, while the dependent variable is Consumer Satisfaction. The data analysis technique used is multiple linear regression to test the relationship between these variables. The research results show that both Product Diversity (X1) and Service Quality (X2) have a significant influence on Consumer Satisfaction (Y) at the Cowboy Tobacco Store.

Keywords: Product Diversity, Service Quality, Consumer Satisfaction

Histori Artikel:

Diterima 15 Januari 2025, Direvisi 20 Maret 2025, Disetujui 24 Maret 2025, Dipublikasi 30 Maret 2025.

***Penulis Korespondensi:**

noelmatasak01@email.com

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.543>

PENDAHULUAN

Tembakau liting merupakan produk tembakau yang semakin populer di kalangan perokok, memberikan pengalaman merokok yang lebih personal dan variatif. Konsumen dapat memilih jenis dan rasa tembakau sesuai dengan preferensi mereka, yang membuat produk ini menarik bagi berbagai segmen pasar. Di tengah persaingan industri rokok yang ketat, pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sangat penting bagi pemilik toko tembakau.

Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa keragaman produk dan kualitas pelayanan berperan signifikan dalam menentukan kepuasan konsumen. Keragaman produk memungkinkan konsumen untuk memiliki banyak pilihan, sedangkan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman berbelanja dan menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian oleh Malik Ibrahim (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan di sektor ritel.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan, masih terdapat kekurangan dalam memahami bagaimana keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen di sektor tembakau liting. Toko Tembakau Cowboy, sebagai salah satu penyedia tembakau liting di Makale, belum pernah diteliti secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan ini, memberikan wawasan baru tentang pengaruh kedua variabel tersebut dalam konteks yang lebih spesifik.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Tembakau Cowboy, menilai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta menganalisis pengaruh simultan keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Tembakau Cowboy. Dengan tujuan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif di sektor tembakau liting.

KAJIAN TEORITIS

Dalam kajian ini, teori-teori yang relevan akan diuraikan untuk memberikan landasan bagi penelitian mengenai pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Keragaman produk merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen pemasaran yang berfokus pada variasi jenis produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang beragam. Menurut Kotler dan Keller (2016), keragaman produk dapat menarik berbagai segmen pasar dan meningkatkan daya saing perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pilihan yang tersedia, semakin besar kemungkinan konsumen merasa puas dengan produk yang mereka pilih.

Kualitas pelayanan juga memiliki peran krusial dalam membentuk kepuasan konsumen. Zeithaml et al. (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencakup berbagai dimensi, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan pengalaman berbelanja dan menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian sebelumnya oleh Sari (2021) menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks e-commerce.

Beberapa penelitian sebelumnya yang relevan memberikan wawasan tambahan mengenai hubungan antara variabel-variabel tersebut. Malik Ibrahim (2019) menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan di sektor ritel, sedangkan Yusrini Meidita (2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam platform e-commerce. Penelitian oleh Novita Sari dan Selfi Setiyowati (2017) juga menegaskan pentingnya keragaman produk dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di sektor ritel.

Dalam konteks Toko Tembakau Cowboy, penelitian ini berusaha untuk menggabungkan kedua aspek tersebut dengan fokus pada bagaimana keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner, penelitian ini akan memberikan data yang dapat dianalisis untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif di sektor tembakau linting.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan angka-angka dalam memproses data untuk menghasilkan informasi yang terstruktur (Sinambela, 2020).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data Primer adalah data yang didapatkan dengan cara wawancara kepada informan yaitu pemilik usaha dan konsumen untuk mendapatkan data serta dilakukan dengan dokumentasi atau pengambilan gambar atau foto sebagai bukti telah melakukan penelitian (Fuadah, 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang ke toko Cowboy untuk membeli produk tembakau di Toko Cowboy. Namun, jumlah konsumen tersebut tidak diketahui secara pasti. Karena data tentang jumlah populasi tidak tersedia maka data untuk menentukan sampel dalam penelitian ini digunakan sampel *Accidental*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara mengambil anggota sampel secara kebetulan ada di lokasi penelitian pada saat penelitian dilakukan (Sugiyono, 2016).

Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan *Software Statistical Package for Social Sciences (SPSS)*. Hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Tembakau Linting di Toko Tembakau Cowboy.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Objek Penelitian

Toko Cowboy adalah salah satu toko yang menjual produk tembakau linting. Dengan Surat Izin Usaha mikro dan Kecil Nomor: IUMK / 067.4846 / 18.05 / KM / III / 2023 yang dikeluarkan oleh pemerintah Tana Toraja, toko ini berada di Jalan Ampera Kelurahan Bombongan Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. Toko ini didirikan pada November 2021, dan memiliki tenaga kerja 1 orang.

Peneliti melakukan penelitian selama 2 minggu dan mendapatkan responden sebanyak 68 responden. Jumlah tersebut didapatkan atas pertimbangan cukup besarnya konsumen dari tembakau linting dan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya.

Analisis Data

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Hasil Uji
Keragaman Produk (X1)	Pernyataan 1	0,700	0,2387	Valid
	Pernyataan 2	0,395	0,2387	Valid
	Pernyataan 3	0,490	0,2387	Valid
	Pernyataan 4	0,586	0,2387	Valid
	Pernyataan 5	0,429	0,2387	Valid
	Pernyataan 6	0,543	0,2387	Valid

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Hasil Uji
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Pernyataan 1	0,249	0,2387	Valid
	Pernyataan 2	0,397	0,2387	Valid
	Pernyataan 3	0,439	0,2387	Valid
	Pernyataan 4	0,574	0,2387	Valid
	Pernyataan 5	0,613	0,2387	Valid
	Pernyataan 6	0,522	0,2387	Valid
	Pernyataan 7	0,484	0,2387	Valid
	Pernyataan 8	0,535	0,2387	Valid
	Pernyataan 9	0,505	0,2387	Valid
	Pernyataan 10	0,491	0,2387	Valid
	Pernyataan 11	0,600	0,2387	Valid
	Pernyataan 12	0,409	0,2387	Valid
	Pernyataan 13	0,505	0,2387	Valid
	Pernyataan 14	0,612	0,2387	Valid
	Pernyataan 15	0,571	0,2387	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Pernyataan 1	0,485	0,2387	Valid
	Pernyataan 2	0,574	0,2387	Valid
	Pernyataan 3	0,649	0,2387	Valid
	Pernyataan 4	0,655	0,2387	Valid
	Pernyataan 5	0,740	0,2387	Valid
	Pernyataan 6	0,494	0,2387	Valid

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung setiap item pernyataan lebih besar dari r tabel = 0,2387.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbachs Alpha	Keterangan
Keragaman Produk (X ₁)	0,662	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,785	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,642	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Hasil pengujian pada Tabel 2 menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliable.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uj Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,212	3,955		2,582	,012
KERAGAMAN PRODUK	,309	,155	,255	1,999	,040
KUALITAS PELAYANAN	,126	,060	,269	2,114	,038

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan hasil uji persamaan regresi linier berganda diatas didapatkan hasil:

$$Y = 10,212 + 0,309X_1 + 0,126 X_2 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 10,212 diartikan bahwa jika semua variabel bebas bernilai 0, maka nilai dari Kepuasan Konsumen sebesar 10,212
2. Koefisien regresi variabel Keragaman Produk (X_1) 0,309 berarti bahwa setiap penambahan 1 (satu) poin variabel Keragaman produk maka hal itu akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,309
3. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) 0,126 berarti bahwa setiap penambahan 1 (satu) poin variabel Kualitas Pelayanan maka hal itu akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,126

Pengujian Parsial (Uji t)

Dalam uji t ini dilakukan pada derajat kebebasan ($n-k$), tingkat n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah tingkat. Untuk tingkat keyakinan yang digunakan adalah 5%. Hasil Uji T terdapat pada Tabel 3 di atas dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Sampel} = 68$$

$$\text{Variabel} = 3$$

Jadi derajat kebebasannya(df): $68-3=65$, maka t tingkat yang diperoleh berada pada baris ke 65 yaitu 1,9971. Berdasarkan hasil output diatas didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Keragaman Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) berdasarkan hasil uji t, tingkat nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,999 > t_{tabel} 1,9971$, yang artinya H_1 diterima
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) berdasarkan hasil uji t, tingkat nilai signifikansi sebesar $0,038 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,114 > t_{tabel} 1,9971$, yang artinya H_2 diterima
3. Variabel Keragaman Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) berdasarkan hasil uji t, tingkat nilai signifikansi X_1 sebesar $0,040 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,999 > t_{tabel} 1,9971$ dan X_2 nilai signifikansi sebesar $0,038 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,114 > t_{tabel} 1,9971$, yang artinya H_3 diterima.

Pengujian Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji F
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41,465	2	20,733	8,392	,001 ^b
	Residual	160,594	65	2,471		
	Total	202,059	67			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Nilai F tabel didapatkan dengan menentukan $df_1(N_1)$ dan $df_2(N_2)$ dimana k adalah jumlah variabel bebas dan terikat dengan perhitungan sebagai berikut:

$$df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df_2 = n - k = 68 - 3 = 65$$

Pengujian dilakukan pada $\alpha = 5\%$, maka nilai F table dari $df_1=2$ dan $df_2=65$ adalah 3,14. Hasil pengujian model regresi untuk keseluruhan variabel menunjukkan nilai F hitung = 8,392 dengan signifikansi 0,001. Didapatkan hasil Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($>3,14$) dan dengan

menggunakan batas signifikansi 0.001, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05 dengan arah koefisien positif.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,453 ^a	,205	,181	1,572

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan tabel di atas nilai R sebesar 0,453. Hasil ini memperlihatkan adanya korelasi yang sedang antara variabel x (Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan) dengan variabel y (Kepuasan Konsumen).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk hasil Uji Koefisien determinasi ada pada Tabel 5. Diatas. Berdasarkan tabel di atas nilai R^2 sebesar 0,205. Hasil tersebut memperlihatkan sebanyak 20,5% variabel Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Sisanya sebesar 79,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

SIMPULAN

Secara parsial variabel Keragaman Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Toko Cowboy. Hal ini pada uji t sebesar 0,040 yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0,05. Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Toko Cowboy. Hal ini pada uji t sebesar 0,038 yang berarti nilai signifikan lebih kecil dari alpha 0,05. Secara simultan variabel Keragaman Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Toko Cowboy. Hal ini ditunjukkan pada uji f sebesar 0,001 yang berarti nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05.

Toko Cowboy sebaiknya tetap mempertahankan dan meningkatkan Keragaman Produk serta kualitas pelayanan terhadap konsumen, agar konsumen tetap merasa puas dengan pelayanan yang di berikan dan merasa puas dengan varian produk yang ditawarkan di Toko Cowboy. Bagi Peneliti Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, penelitian ini masih banyak kekurangan dalam penumpulan data yang kecil dan menambah variabel penelitian pada penelitian ini, sehingga perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Tembakau Linting di Toko Tembakau Cowboy”. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, motivasi serta uluran tangan dari berbagai pihak. Penulis juga menyadari bahwa penyusunan dan penulisan dalam skripsi ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu penulis bersedia menerima saran dan kritikan yang membangun dari berbagai pihak untuk menciptakan karya yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini berguna, bermanfaat dan

menjadi sebuah referensi bagi pembaca. Semoga penyertaan Tuhan Yang Maha Kuasa senantiasa menyertai kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar Lukitaningsih, I. B. N. Udayana, & Budiarno. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Repository UNISMA*.
- Amirullah, A. (2021). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Jakarta: Deepublish.
- Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. 17th ed. Upper Saddle River. Erlangga.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, H. (2014). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Assael, H. (2014). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Astuti, S., & Amanda, P. (2020). *Manajemen Pemasaran Modern*. Mitra Wacana Media.
- Astuti, S., & Amanda, R. (2020). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta. Mitra Wacana Media.
- Bara, H. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Alfabeta.
- Bonga, H. P. ., Rambulangi, A. C., & Marewa, J. B. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Konsumen pada UD Discho Indah di Tana Toraja. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 719–728. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4479>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Diponegoro Journal. (2023). “Analisis Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Sektor Ritel.”
- Eprints UMS. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.
- Fornell, C. (2016). *The Satisfied Customer: Winners and Losers in the Battle for Buyer Preference*. Palgrave Macmillan.
- Fornell, C. (2016). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*.
- Fuadah, L. (2021). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methods*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Heskett, J. L. (2016). *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*. Simon and Schuster.
- Homburg, C., Kuester, S., & Krohmer, H. (2015). *Marketing Management: A Contemporary Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Juliandi, A. (2014). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi*. Mitra Wacana Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Malau, A. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Malau, M. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Oliver, R. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- Parasuraman, A. (2016). Service Quality: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Parasuraman, A. (2016). Reflections on Gaining Competitive Advantage Through Service Quality. *Journal of Service Research*.

- Porter, M. E. (2015). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Riyanto, A., & Hermawan, R. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta. Deepublish
- Sadikin, A. (2020). *Perilaku Konsumen dan Implikasinya dalam Pemasaran*. Grasindo.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*.
- Setiawan, D. (2018). *Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya*. IPB Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition. New York: Wiley.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Smith, A. (2019). *The Wealth of Nations*. Penguin Classics.
- Smith, A. (2019). *Service Quality: A Critical Review of the Literature*. *Journal of Marketing*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryatama, I., & Irmawati, D. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik*. Prenada Media.
- Suryatama, R., & Irmawati, I. (2017). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Penerbit JKL.
- Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2016). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. *Journal of Marketing*.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.