

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA TOKO CITRA COSMETIC
DI KABUPATEN GOWA**

SKRIPSI



MURNIATI

NIM: 105721105720

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2024

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

**JUDUL PENELITIAN :
PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA TOKO CITRA COSMETIC
DI KABUPATEN GOWA**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh :

MURNIATI

NIM: 105721105720

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Makassar*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Sesungguhnya berserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap (Q.S. Al Insyirah: 6-8)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta Orang-orang yang saya sayang dan almamaterku





FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

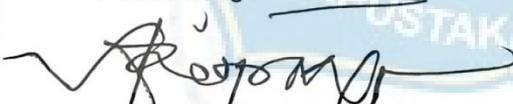
Judul Penelitian : Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa
Nama Mahasiswa : Murniati
NIM : 105721105720
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa penelitian ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 11 Mei 2024 di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

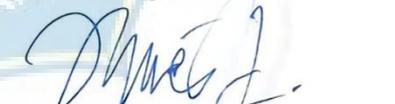
Makassar, 16 Mei 2024

Menyetujui

Pembimbing I


Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M
NIDN: 0008056301

Pembimbing II


Syarthini Indrayani, S.E., M.Si
NIDN: 0901107605

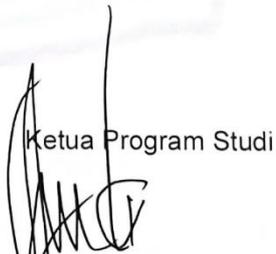
Mengetahui



Dekan


Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507

Ketua Program Studi


Masrullah, S.E., M.M
NBM: 1151 132



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Murniati Nim : 105721105720 diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0006/SK-Y/61201/091004/2024, Tanggal 7 Zulkaidah 1445 H/ 16 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 7 Zulkaidah 1445 H
16 Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M
2. Zalkha Soraya, S.E., M.M.
3. Dr. Ahmad Ac, ST., M.M
4. Ismail Rasulong, S.E., M.M

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM : 651 507



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Murniati
Stambuk : 105721105720
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa.

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian persyaratan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila persyaratan ini tidak benar.

Makassar, 16 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Murniati
NIM: 105721105720

Diketahui Oleh:



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651507



Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 1151 132

HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Murniati
NIM : 105721105720
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 16 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan



Murniati
NIM: 105721105720

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa di Kabupaten Gowa”

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Amran dan Ibu Sitti Basmawati yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. Andi Mappatempo, S.E., M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Syarthini Indrayani, S.E., M.SI, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Manajemen Angkatan 2019 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

10. Bapak Herman dan Ibu Muliati selaku orangtua peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan baik dan lancar.

11. Erwin dan Rismayanti selaku kakak dari peneliti yang selalu mendukung dan menyemangati selama penyusunan skripsi.

12. Nouval Indratul Akbar, yang senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti, memberi dukungan, motivasi, dan ikut membantu selama penyusunan skripsi ini.

13. Teman-teman seperjuangan, Jumriani Ansar, Aswati, Nurul Sahrina, Tenri Andani Putri, Sahrani, Damayanti, Nurul Hikma Nirwan, Aidil Malik yang senantiasa saling membantu dalam setiap waktu.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

ABSTRAK

Murniati 2024, *Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa. Skripsi.* Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Moh. Aris Pasigai dan Syarthini Indrayani.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis “Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa”. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa yang berjumlah 1.450 konsumen dengan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yaitu sebanyak 94 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Skala Likert. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi Statistical Package for the Social Science (SPSS) versi 29 mengenai pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa, diperoleh hasil bahwa keragaman produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai Sig. $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung $26,581 > 1,986$. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai Sig. $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung $4,065 > 1,986$, sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci: *Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

Murniati 2024, The Influence of Product Diversity and Service Quality on Consumer Satisfaction at the Citra Cosmetic Store in Gowa Regency. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Moh. Aris Pasigai and Syarthini Indrayani.

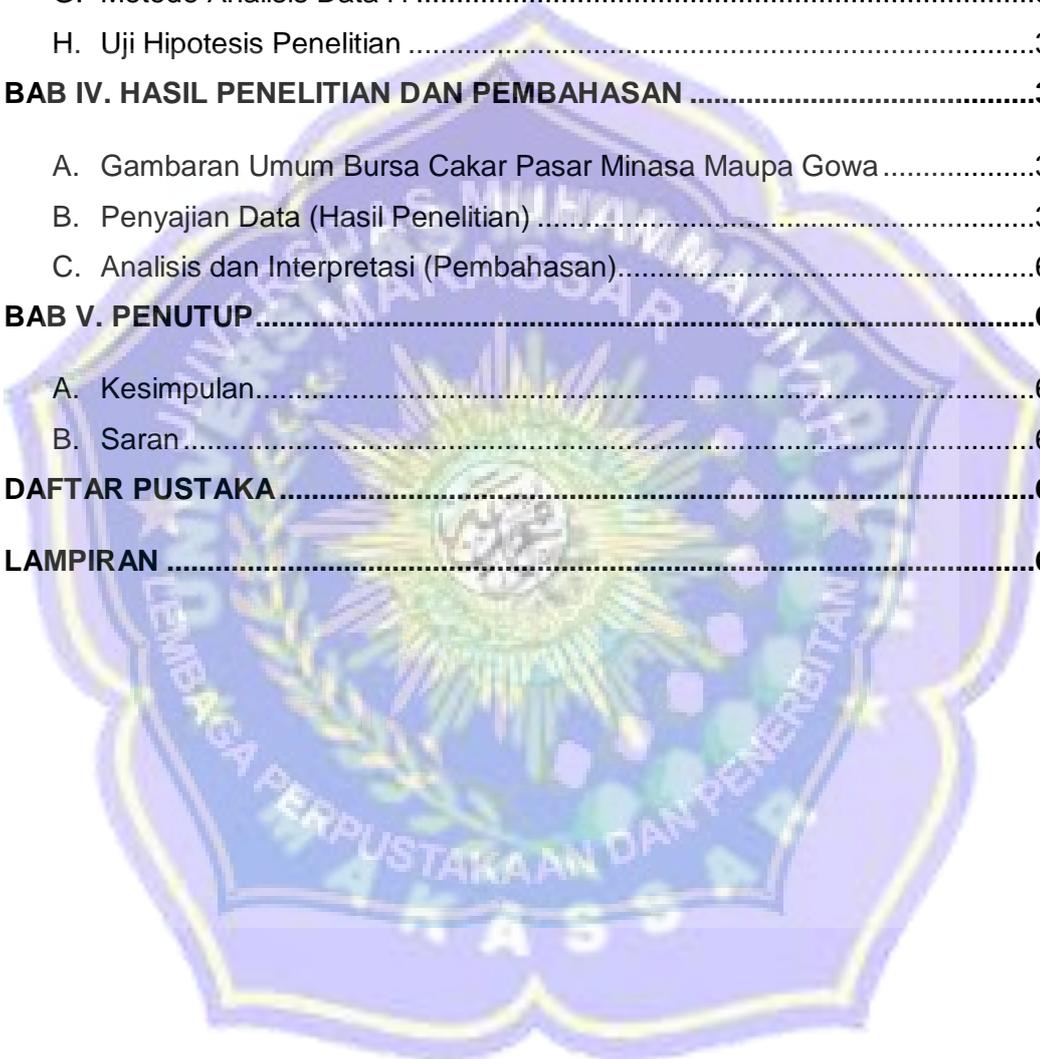
This is a type of quantitative research aimed at identifying and analyzing the “Effect of Product Diversity and Quality of Service on Customer Satisfaction on Cosmetic Imaging Stores in Gowa Prefecture”. The type of data used in this study is quantitative data obtained from the shared questionnaire and related to the problem studied. In this study, the data sources used in data collection include primary data and secondary data. The research instrument used in this study uses the Likert Scale method. Based on the results of the study using statistical calculations through the application Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 29 on the impact of product diversity and quality of service on consumer satisfaction in the Cosmetic Image Shop in Gowa district, the results were obtained that the diversity of product has a positive and significant influence on customer satisfaction proved with a Sig. value $0.001 < 0.05$ and a thitung value $26.581 > t_{tables} 1.986$. Quality of service also had a positive influence and significant impact on the satisfaction of consumers proved with the Sig. rating $0.001 < 0.05$, and the thitung value $4.065 > t_{tables} 1.986$, so it can be concluded that the hypothesis in this study is acceptable.

Keywords: Product Diversity, Quality of Service, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Pikir	20
D. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22

A. Jenis Penelitian	22
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	22
C. Jenis dan Sumber Data	23
D. Populasi dan Sampel	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Definisi Operasional Variabel	28
G. Metode Analisis Data41	30
H. Uji Hipotesis Penelitian	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Bursa Cakar Pasar Minasa Maupa Gowa.....	37
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)	38
C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan).....	60
BAB V. PENUTUP	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69

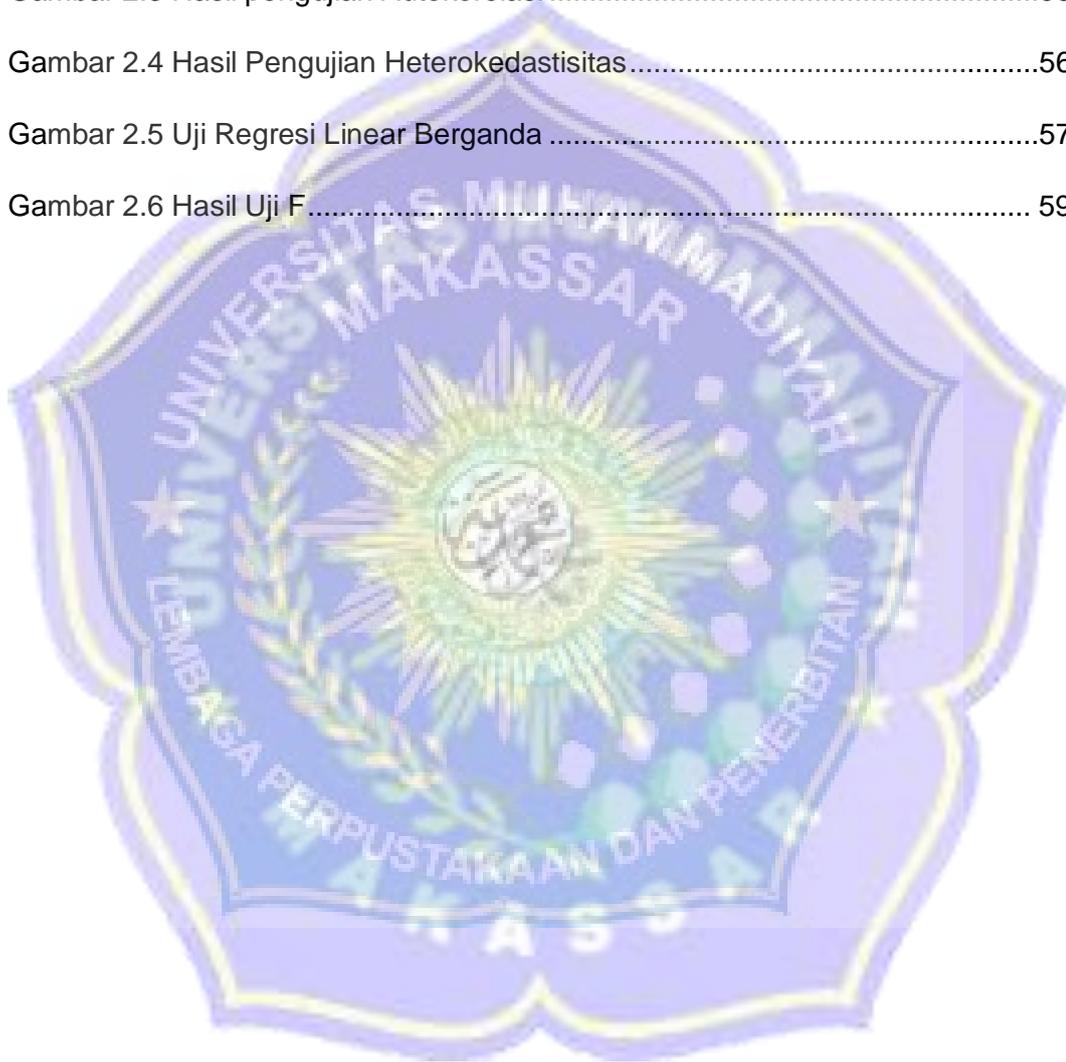


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Mapping Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2.1 Skor Penilaian Kuesioner	29
Tabel 2.2 Kategorisasi Penilaian Responden	30
Tabel 3.1 Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel 3.2 Umur Responden.....	40
Tabel 3.3 Pendidikan Responden.....	41
Tabel 3.4 Pekerjaan Responden.....	42
Tabel 3.5 Jumlah Kunjungan Responden	44
Tabel 3.6 Jumlah Pembelian Responden	45
Tabel 3.7 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Keragaman Produk (X1).....	46
Tabel 3.8 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Kualitas Pelayanan (X2).....	47
Tabel 3.9 Distribusi Frekuensi dan Jawaban Kepuasan Konsumen (Y)	49
Tabel 3.10 Hasil Pengujian Validitas	51
Tabel 3.11 Hasil Pengujian Reliabilitas	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir.....	20
Gambar 2.1 Hasil Pengujian Normalitas	53
Gambar 2.2 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	54
Gambar 2.3 Hasil pengujian Autokorelasi	55
Gambar 2.4 Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	56
Gambar 2.5 Uji Regresi Linear Berganda	57
Gambar 2.6 Hasil Uji F.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2. Tabulasi Hasil Penelitian	76
Lampiran 3. Karakteristik responden dan Distribusi Frekuensi	85
Lampiran 4. Validitas dan Reabilitas	93
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linear Berganda	96
Lampiran 6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	99
Lampiran 7. Dokumentasi.....	100
Lampiran 8. Surat Permohonan Izin Penelitian LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar.....	102
Lampiran 9. Surat Izin Penelitian PTSP Prov. Sulsel.....	103
Lampiran 10. Surat Balasan Penelitian Toko CitraCosmetic Gowa	104
Lampiran 11. Lembar Kontrol Validasi dan Data Abstrak.....	105
Lampiran 12. Surat Keterangan Bebas Plagiasi dan Hasil Turnitin.....	107

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan perkembangan zaman, industri kosmetik terus berkembang dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ini disebabkan oleh semakin banyaknya masyarakat yang menyadari dan mendidik diri mereka sendiri tentang pentingnya menjaga kesehatan kulit dan bagaimana hal tersebut dapat menunjang penampilan dan juga digunakan sebagai alat ekspresi diri. Industri Kosmetika merupakan industri yang memproduksi kosmetika yang telah memiliki izin usaha industri sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (BPOM, 2021).

Di Indonesia sendiri, industri kosmetik merupakan sektor yang populer dikalangan pengusaha. Hal ini dikarenakan minat masyarakat terhadap kebutuhan produk kecantikan sangat tinggi dan banyak bermunculan wirausaha baru di industri kosmetik. Berdasarkan data laporan Persatuan Perusahaan Kosmetik Indonesia (PPA Cosmetica Indonesia) jumlah perusahaan kosmetik di Indonesia per Juli 2023 sebanyak 1.010 perusahaan. Jumlah tersebut meningkat 21,9% dibandingkan jumlah industri kosmetik Indonesia yang mencapai 913 perusahaan pada akhir tahun 2022. Perkembangan industri kosmetik menunjukkan bahwa kosmetik Indonesia mempunyai potensi bersaing di pasar global, dan industri kosmetik merupakan salah satu industri andalan yang menjadi industri Prioritas Nasional berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015-2035 (Kemenperin, 2015).

Perkembangan kewirausahaan ini tidak hanya tercermin pada jumlah perusahaan yang memproduksi produk kecantikan, namun juga pada jumlah perusahaan yang menjalankan usaha *retail* kosmetik. *Retailing* merupakan suatu kegiatan usaha yang bertujuan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen akhir. Barang dan jasa tersebut digunakan untuk kebutuhan pribadi atau rumah tangga (Barry R. Berman dan Joel R. Evans). Bisnis ritel sangat memudahkan konsumen dalam memperoleh produk yang dibutuhkan karena bisnis ini menjadi penghubung antara produsen - pengecer - konsumen akhir.

Bisnis ritel kosmetik merupakan suatu bisnis yang menjual berbagai jenis produk kecantikan yang dibutuhkan masyarakat untuk merawat, membersihkan, dan mempercantik kulit, rambut dan tubuh. Produk-produk yang ditawarkan tidak hanya diperuntukkan bagi para wanita saja, namun juga bagi para pria yang tertarik untuk menjaga kesehatan kulitnya, dan produk kecantikan pun mulai banyak digemari oleh para pria. Menurut portal informasi Indonesia, sektor perawatan pribadi merupakan sektor pasar terbesar dalam industri kosmetik, dengan ukuran pasar sebesar \$3,18 miliar pada tahun 2022, diikuti oleh perawatan kulit sebesar \$2,05 miliar, kosmetik sebesar \$1,61 miliar, dan wewangian sebesar \$39 juta.

Bisnis ritel kosmetik saat ini menjadi peluang bisnis yang menjanjikan karena kosmetik dan perawatan kulit sudah menjadi kebutuhan yang sangat besar bagi semua kalangan. Selain itu, setiap produk yang diproduksi memiliki tujuan yang berbeda-beda, karena kosmetik terus berkembang dan berubah seiring dengan meningkatnya kekhawatiran konsumen terhadap kesehatan kulitnya. Oleh karena itu, perusahaan *retail* kosmetik harus memperhatikan variasi produk yang dijualnya, karena kebutuhan setiap konsumen berbeda-

beda. Variasi produk menjadi salah satu faktor yang diperhatikan konsumen ketika berbelanja disuatu tempat. Jika produk yang dijual beragam maka konsumen akan memiliki lebih banyak pilihan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, serta merasa lebih puas.

Selain keragaman produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor evaluasi penting bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang mengunjungi suatu tempat. Pelayanan yang baik dapat menimbulkan kesan positif pada konsumen. Keragaman produk dan kualitas pelayanan merupakan syarat yang harus dipenuhi untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen yang puas berarti mereka tetap loyal terhadap perusahaan sehingga meningkatkan penjualan. Semakin puas konsumen, maka bisnis akan semakin berkembang. Untuk mencapai hal ini diperlukan keragaman produk dan kualitas layanan prima. Kondisi ini mempunyai arti bahwa untuk dapat bersaing di pasar, suatu perusahaan harus mampu mempertahankan konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang diperoleh dari membandingkan kesan terhadap kinerja produk dan hasil (Kottler, 2007). Konsumen merasa puas bila harapannya terhadap produk atau jasa yang diberikan terpenuhi. Biasanya melalui kepuasan, konsumen secara spontan melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan usaha sehingga menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha. Pemenuhan kepuasan tersebut dapat menciptakan konsumen yang loyal. Sebab konsumen loyal lahir dari konsumen yang harapannya terpenuhi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Khorri et al., 2021) yang melakukan penelitian tentang pengaruh keragaman produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan variabel keragaman produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Arief et al., 2022) menunjukkan seluruh variabel bebas (keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan) mempunyai kontribusi terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Kotler dan Keller, 2007:15). Keragaman produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian disuatu tempat, karena jika semakin banyak produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk kembali ke lokasi tersebut dan kepuasan konsumen akan terpenuhi jika permintaan terhadap produk tersebut tersedia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Qurrata A'yunina C.H., Yuyun Dwida Asrini, 2022) yang menunjukkan variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh (Juvianti & Purba, 2023) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu sikap yang diberikan kepada pembeli sehingga pembeli tersebut merasa terpenuhi dan senang dalam melakukan pembelian atau menerima jasa tersebut (Tjiptono dalam

Meithiana, 2019). Pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena dapat menciptakan kenyamanan dalam berbelanja apabila diberikan pelayanan yang baik.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Detika Yossy Pramesti et al., 2021) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, keragaman produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Artawan I, Kusuma I, Jodi I, 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keragaman produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Toko Citra Cosmetic merupakan perusahaan ritel kosmetik kepunyaan Michael Chenjaya yang kini telah memiliki beberapa cabang yang berlokasi di Jl. Sultan Hasanuddin No 179 Gowa, Jl. Arief Rate No 1A, Jl. Boulevard Blok A2 No. 5 dan Jl. Perintis Kemerdekaan KM13 No 149. Yang menjadi subjek dalam penelitian ini yaitu cabang yang berlokasi di Jl. Sultan Hasanuddin No. 179, Pandang-Pandang, Kec. Somba Opu, Kab. Gowa, Sulawesi Selatan. Toko Citra Cosmetic Gowa menawarkan berbagai macam produk kecantikan mulai dari kosmetik hingga perawatan kulit dan tubuh dari berbagai merk baik lokal maupun internasional yang tidak hanya untuk wanita tetapi juga untuk pria dan anak-anak. Produk-produk yang tersedia di toko ini memiliki kualitas yang sama dengan produk dari asal *brand* tersebut dan harga yang ditawarkan juga relatif murah jika dibandingkan dengan toko lainnya, sehingga hal inilah yang mendorong minat masyarakat untuk mengunjungi toko Citra Cosmetic Gowa.

Ketika konsumen mengunjungi suatu tempat, dua hal yang paling penting bagi mereka adalah variasi produk yang tersedia dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Apabila perusahaan ingin membuat konsumennya puas, mereka harus mempertimbangkan kedua hal ini. Jika ekspektasi konsumen terhadap perusahaan dipenuhi, konsumen akan merasa puas, dan ini akan menghasilkan konsumen yang loyal, yang berdampak pada reputasi dan keberlangsungan perusahaan.

Produk yang ditawarkan pada toko Citra Cosmetic Gowa cukup beragam, mulai dari merk Emina, Hanasui, Pinkflash, Nivea, Wardah, Y.O.U, Garnier, dll. Akan tetapi, toko Citra Cosmetic ini masih kurang dalam hal kelengkapan produk yang tersedia, seperti kurang beragamnya merk, jenis dan ukuran produk. Contoh produk yang belum tersedia di toko Citra Cosmetic Gowa adalah produk concealer dari *brand* Pinkflash dan cream dari brand Some by Mi. Selain itu, produk perawatan untuk pria juga masih kurang tersedia di Toko Citra Cosmetic Gowa sehingga hal inilah yang membuat konsumen merasa kurang puas terhadap keragaman produk pada Toko Citra Cosmetic Gowa.

Selain keragaman produk, faktor lain yang ikut mempengaruhi rendahnya kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic Gowa adalah pengaruh kualitas pelayanan. Pelayanan yang diberikan karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa kurang memuaskan konsumen, hal ini dapat dilihat dari ulasan yang diberikan konsumen di Google yang beberapa konsumen mengatakan bahwa karyawan kurang ramah dalam melayani konsumen, sikap karyawan kurang baik ketika konsumen bertanya tentang suatu produk dan kasir yang kurang kompeten dibidangnya. Hal ini berdampak pada kepuasan konsumen saat berbelanja di toko Citra Cosmetic Gowa.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dikemukakan di atas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu manajemen di sejumlah departemen. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai subjek serupa atau aspek lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga memberikan wawasan kepada lembaga mengenai pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen terkait produk yang disediakan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran terdiri dari dua kata: yaitu "manajemen" dan "pemasaran". Manajemen merupakan proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) untuk mencapai tujuan dari suatu kegiatan. Sedangkan pemasaran merupakan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, juga menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menghantarkan dan mengomunikasikan dari nilai pelanggan yang unggul, Kotler dan Keller (2012).

Manajemen merupakan suatu proses manajerial dimana seseorang memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan dengan saling menukarkan produk atau jasa kepada pihak lain. Pemasaran tidak hanya menyampaikan produk atau jasa ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tujuan dari pemasaran yaitu untuk menarik pelanggan baru dengan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, serta mempertahankan pelanggan lama dengan tetap memegang prinsip kepuasan konsumen (Budi Rahayu, 2017).

Manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan, serta mengawasi kegiatan 8 pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi yang efektif dan efisien (Budi Rahayu, 2017).

Manajemen pemasaran merupakan sebagai seni dan ilmu untuk memilih target pasar, menumbuhkan serta mempertahankan pelanggan dengan menciptakan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller 2003:5).

Menurut (Assauri, 2013) manajemen pemasaran merupakan kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan, serta menyalurkan suatu barang dan jasa untuk menciptakan suatu pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli untuk mencapai tujuan organisasi. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses menganalisis, merencanakan, mengimplementasikan dan mengendalikan seluruh kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

Hery (2019:4) menjelaskan tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dengan sendirinya. Idealnya, pemasaran harus menciptakan pelanggan yang bersedia membeli.

2. Keragaman Produk

a. Definisi Keragaman Produk

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli, Kottler 2007 (dalam Febriana, dkk (2016)).

b. Indikator Keragaman Produk

Menurut Kottler dan Keller (2015), indikator keragaman produk yaitu:

1. Lebar Bauran Produk

Lebar bauran produk mengacu pada jumlah total lini produk yang disediakan suatu perusahaan. Semakin luas jangkauannya, semakin banyak jenis produk yang ditawarkan perusahaan. Dalam bisnis retail kosmetik, biasanya ada banyak *brand* kosmetik yang dijual, dan setiap *brand* memiliki produk yang berbeda-beda untuk kegunaannya.

2. Panjang Bauran Produk

Panjang bauran produk mengacu pada total panjang produk yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Panjang bauran produk ini dapat pula mengacu pada seberapa banyak jenis produk dari suatu *brand* yang ditawarkan oleh penjual tertentu kepada pembeli. Setiap *brand* memiliki beberapa produk didalamnya, misalnya *brand* Make Over, *brand* ini memiliki beberapa produk didalamnya diantaranya primer, cushion, foundation, concealer, eyeshadows, dan lain sebagainya.

3. Kedalaman Bauran Produk

Kedalaman bauran produk berkaitan dengan keanekaragaman produk yang dijual oleh penjual tertentu. Kedalaman bauran produk ini mengacu pada seberapa banyak variasi dari jenis produk dalam setiap *brand*. Variasi tersebut bisa berupa ukuran, warna, rasa, dan sebagainya yang bisa membedakan satu dan lainnya. Pada toko Citra Cosmetic, setiap brand memiliki produk yang berbeda peruntukannya, misalnya saja produk *facial wash*, produk tersebut tersedia dari berbagai merk mulai dari Emina, Wardah, Garnier, dan lain sebagainya. Hal ini menandakan setiap brand memiliki kedalaman atau varian produk yang berbeda-beda.

4. Konsistensi Bauran Produk

Konsistensi bauran produk mengacu pada kesamaan produk dalam lini produk satu sama lain, mungkin dari segi penggunaan, distribusi, produksi atau lainnya. Konsistensi yang lebih besar bermanfaat karena menghasilkan distribusi yang baik serta tarif yang cukup rendah. Hal ini juga membantu citra merk selalu konsisten dengan produk yang disediakan perusahaan.

3. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckcop (yang dikutip Fandy Tjiptono, 2016:59)). Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang melebihi harapan.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kottler dan Keller (2016 : 284), mengemukakan terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik kualitas pelayanan berkaitan dengan apa yang dapat dilihat langsung oleh pelanggan tentang apa yang disediakan oleh perusahaan. Perusahaan akan selalu mengupayakan yang terbaik untuk pelanggannya dengan menyediakan berbagai fasilitas yang membuat pelanggan merasa nyaman saat berbelanja.

2. Empati (*Empathy*)

Empati merupakan perasaan yang muncul dalam diri karyawan tanpa rasa keterpaksaan untuk bersedia membantu pelanggan. Empati ditentukan oleh seberapa sensitif karyawan terhadap masalah yang dihadapi pelanggan dan mencari cara untuk membantu mereka menyelesaikannya.

3. Keandalan (*Reliability*)

Konsumen selalu membutuhkan karyawan saat membeli sesuatu. Karena setiap pelanggan memiliki masalah yang berbeda-beda, kemampuan karyawan akan diuji ketika mereka melayani pelanggan mereka sendiri. Karena pelanggan akan dapat menilai produk dengan baik hanya jika karyawan dapat memberi tahu pelanggan dengan jelas apa yang mereka jual. Karyawan harus membentuk kepercayaan konsumen melalui

kesesuaian antara perkataan dan tindakan selain keandalan dalam hal pengetahuan produk.

4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Karyawan harus mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan agar layanan mereka dapat tersampaikan dengan jelas, dan daya tanggap mengacu pada kecepatan dan ketepatan waktu yang dibutuhkan karyawan untuk menanggapi keluhan pelanggan.

5. Jaminan (*Assurance*)

Karyawan harus memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Pelayanan yang sopan dan ramah selalu menjadi jaminan para pengusaha dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumennya.

4. Kepuasan Konsumen

a. Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya Menurut Tjiptono (2012).

b. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (dalam Indrasari, 2019:92), indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kesesuaian Harapan

Setiap konsumen mempunyai ekspektasi yang berbeda-beda pada saat membeli suatu produk, baik itu unsur pelayanan maupun

produk itu sendiri. Seringkali harapan konsumen tidak sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga membuat mereka tidak puas. Namun apabila harapan konsumen terpenuhi maka kepuasan konsumen akan tercipta.

2. Minat Berkunjung Kembali

Kembali konsumen akan mempertimbangkan banyak hal ketika ingin melakukan pembelian ulang di lokasi yang pernah dikunjunginya. Hal ini bisa disebabkan oleh sesuatu yang diterima konsumen ketika mengunjungi lokasi tersebut, baik dari segi produk yang ditawarkan maupun kualitas pelayanan yang diberikan. Apabila kedua faktor tersebut memuaskan konsumen maka mereka akan kembali membeli lagi. Namun sebaliknya jika kedua hal tersebut tidak memuaskan konsumen maka konsumen akan berpikir dua kali sebelum kembali ke tempat tersebut.

3. Kesiediaan Merekomendasikan

Merekomendasikan suatu tempat tanpa diminta sudah menjadi hal yang sering dilakukan konsumen jika merasa puas. Kepuasan konsumen memegang peranan yang sangat penting dalam merekomendasikan suatu tempat karena jika konsumen puas maka mereka akan merekomendasikan tempat tersebut tanpa harus bertanya.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kegiatan dimana penelitian penulis dibandingkan dengan hasil penelitian peneliti sebelumnya. Mapping penelitian

terdahulu membantu peneliti memahami latar belakang dan sejarah penelitian pada bidang tertentu, mendukung gagasan dan konsep, serta menghindari pengulangan penelitian yang sudah ada. Menurut Randi (2018: 15), penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan bagi peneliti selama melakukan penelitian, sehingga peneliti dapat memperkaya teori-teori yang digunakan dalam evaluasi penelitian yang dilakukan. Di bawah ini disajikan mapping dari penelitian-penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Tabel 1.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	(Qurrata A'yunina C.H., Yuyun Dwida Asrini, 2022) Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha Vol.2, No.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Apotek K-24 Kadipiro Yogyakarta)	Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, lokasi dan kepuasan konsumen	Metode analisis statistik yang terdiri dari analisis regresi linear berganda, pengujian signifikan simultan (uji F), pengujian signifikan parsial (uji t), dan analisis determinasi (R ²).	Pengujian secara parsial (uji t) diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengujian secara simultan (uji F) diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, keragaman produk, dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2	(Detika Yossy Pramesti et al., 2021) JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila Vol. 1 No. 1	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Promosi E-Commerce terhadap Kepuasan Konsumen Shopee	Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, promosi E-Commerce dan kepuasan konsumen shopee	Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan uji T dan uji F.	Disimpulkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3	(Rahma Diantika et al., 2022)	Pengaruh Keragaman Produk,	Pengaruh keragaman produk,	Teknik analisis yang digunakan	Secara parsial variabel keragaman produk (X1) berpengaruh signifikan

	JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS Vol. 1 No. 2	Ketersediaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hikma Mart Jajar Wates Serdang	ketersediaan, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen	adalah uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis	terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Secara parsial ketersediaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara parsial kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Secara simultan keragaman produk (X1), ketersediaan (X2), dan kualitas pelayanan (X3) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y).
4	(Khoris et al., 2021) Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) Vol. 9 No. 2	Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya	Pengaruh keragaman produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen	Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keragaman produk (X1) dan kualitas layanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya Kata Kunci: keragaman produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen
5	(Juvianti & Purba, 2023) Jurnal Disrupsi Bisnis Vol. 6 No. 5	Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Trisigma Globalindo	Pengaruh Keragaman Produk, kualitas produk, kepercayaan dan kepuasan konsumen	Data dianalisis menggunakan model regresi linier berganda, dan SPSS digunakan sebagai pengolahan data untuk menguji uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis.	Temuan uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara keragaman produk, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada PT Trisigma Globalindo.
6	(Prasadaty, 2022)	Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	Pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan	Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dalam	Hasil penelitian ini menunjukkan Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Keragaman Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas

		dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di Alfamidi	Kepuasan Pelanggan	penelitian ini menggunakan Smart PLS versi 3.0.	Pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan., Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kepuasan Pelanggan memediasi secara positif dan signifikan antara keragaman produk terhadap loyalitas pelanggan, Kepuasan Pelanggan memediasi secara positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
7	(Ramdani, 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Equal Cafe	Pengaruh kualitas pelayanan, variasi menu, harga dan kepuasan pelanggan Equal Cafe	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif. Untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini, menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji asumsi klasik.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, Variasi Menu dan Harga berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan Pelanggan sedangkan untuk variasi menu secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
8	(Vindy Addina Wijaya, 2022) Jurnal Cakrawala Ilmiah Vol.1 No. 9	Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	Pengaruh keragaman produk, harga kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen	Instrumen penelitian dibuat berdasarkan indikator-indikator variabel. Pengolahan data pada	Penelitian tersebut mendapatkan hasil sebagai berikut: 1) Berdasarkan hasil uji t parsial dapat diketahui nilai t-hitung > t-tabel yaitu $3,202 > 1,97897$ dan $\text{sig } 0,002 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. 2) nilai t-hitung > t-

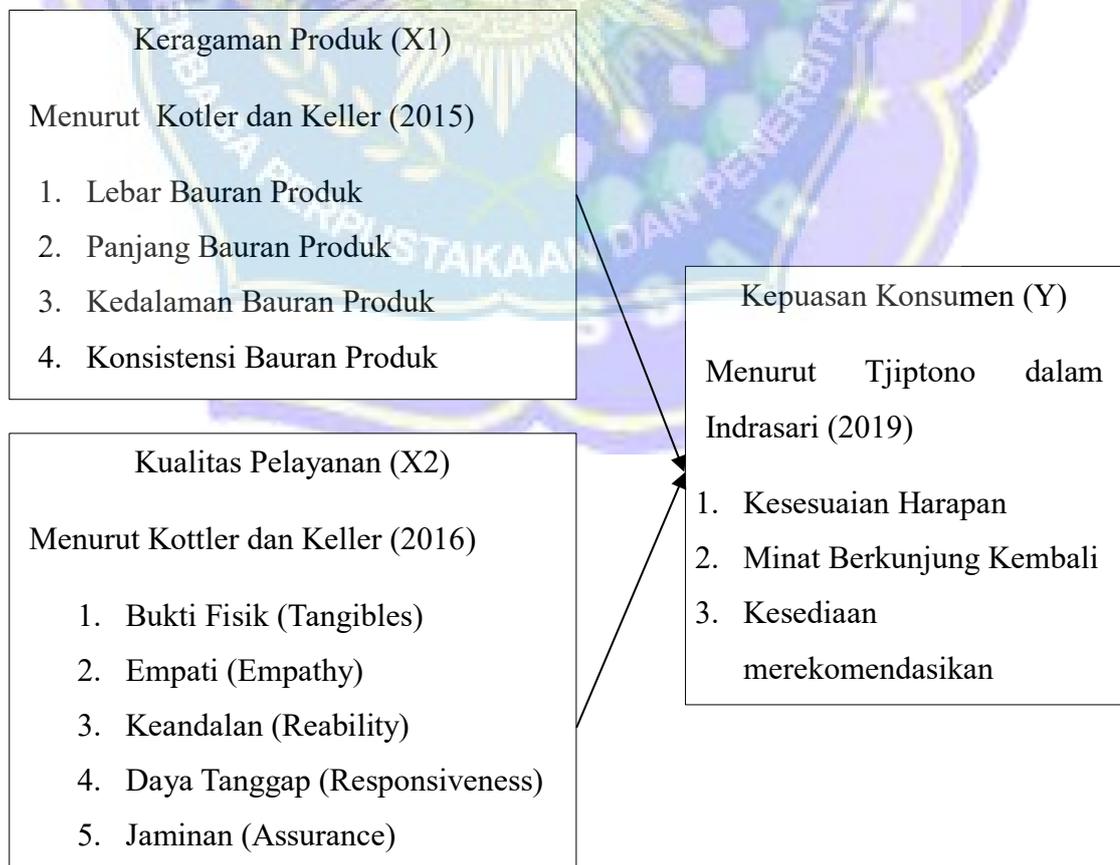
		Agen Pulsa Jaya Reload Kediri	agen pulsa Jaya Reload Kediri	penelitian ini memanfaatkan Aplikasi SPSS 23.	tabel yaitu $3,678 > 1,97897$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. 3) nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ yaitu $9,324 > 1,97897$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. 4) nilai dari Adjusted R Square (koefisien determinan) sebesar 0,578 yang berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 57,8% sedangkan sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.
9	(Artawan I, Kusuma I, Jodi I, 2022) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasarawati Denpasar (2022) 3(8) 691-702 Vol. 3 No. 8	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Apotek Indra Denpasar	Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan pelanggan	Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda analisis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keragaman produk memiliki berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Apotek Indra Denpasar
10	(Arief et al., 2022) Prosiding Nasional (2022) 48-55	Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo	Pengaruh keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen	Teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Metode analisis menggunakan analisis regresi berganda. Pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan Uji f. Objek penelitian ini	Hasil penelitian secara parsial variabel keragaman produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Sementara secara simultan produk (X1), harga (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Seluruh variabel bebas (keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan) mempunyai kontribusi sebesar 43,8% terhadap variabel terikat kepuasan konsumen dan sisanya sebesar 56,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian

				adalah Konsumen Cafe Depour.	
--	--	--	--	------------------------------------	--

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual yang terdiri dari dua variabel atau lebih berdasarkan penggabungan antara teori, observasi, fakta, serta kajian pustaka yang akan menjelaskan pengaruh diantara masing-masing variabel tersebut yang akan diteliti. Rancangan penelitian untuk analisis regresi beeganda menunjukkan seberapa besar pengaruh keragaman produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y). Untuk mendekati dalam melakukan analisis dalam penelitian, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut.

Gambar 1.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara terhadap penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenaran dugaan tersebut. Berdasarkan landasan teori dan rumusan masalah, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1: Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan suatu fakta atau kejadian sebagaimana adanya. Penelitian kuantitatif menggunakan angka-angka untuk menggambarkan apa yang terjadi di lapangan. Menurut (Sugiono, 2017) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bersifat asosiatif, artinya mengkaji dan menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Subjek penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di toko Citra Cosmetic, Jl. Sultan Hasanuddin No 179, Pandang-Pandang, Kec. Kec. Somba Opu, Kab. Gowa, Sulawesi Selatan. Objek penelitian ini yaitu Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan, yaitu pada 4 Januari – 4 Maret 2024 dengan rincian:

- a. Bulan pertama, pengurusan izin penelitian serta membagikan kuesioner.
- b. Bulan kedua, melakukan analisis data dan interpretasi.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2017), jenis data dibedakan menjadi 2 yaitu data kualitatif dan data kuantitatif, dan kedua data tersebut masing-masing memiliki perbedaan.

a. Data Kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang diperoleh berdasarkan pernyataan, pendapat atau sikap narasumber yang kemudian dideskripsikan oleh peneliti dalam bentuk kata atau kalimat, gambar maupun simbol. Data kualitatif biasanya menggunakan pertanyaan yang tidak terstruktur, dan tiap pertanyaan dapat dieksplorasi untuk memperoleh informasi yang lebih detail. Data kualitatif ini dapat diperoleh melalui kegiatan observasi, diskusi dan wawancara secara langsung dengan narasumber terkait.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka yang perolehan datanya dapat diukur secara jelas dengan menggunakan metode *scoring* dan pengolahan datanya menggunakan metode analisis statistik yang hasilnya berupa angka. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah hasil kuesioner terhadap konsumen toko Citra Cosmetic, Gowa.

2. Sumber Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2019:296). Artinya, data menjadi bukti atas dugaan yang diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan yakni kondisi yang sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data tanpa melalui perantara tertentu. Data primer dapat diperoleh melalui wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner kepada responden dalam penelitian gunanya untuk memperoleh data terkait penelitian yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber perolehan datanya.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, dalam artian data tersebut telah tersedia dan umumnya dapat dipergunakan dengan segera. Data sekunder dapat diperoleh melalui kajian literatur seperti jurnal, buku, hasil penelitian, situs web, artikel jurnal ataupun dokumen-dokumen penting. Dalam hal ini data sekunder yang dibutuhkan adalah laporan jumlah konsumen toko Citra Cosmetic.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Penjelasan dari Sugiyono (2019:127) populasi sebagaimana yang merupakan kategori luas yang mencakup hal-hal atau orang-orang dengan atribut dan karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya dari mana peneliti akan membuat kesimpulan. Istilah populasi mengacu pada kelompok yang lebih besar dari mana sampel diambil untuk memecahkan tantangan penelitian tertentu. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah membeli produk pada Toko Citra Cosmetic Gowa. Berdasarkan data pengunjung Toko Citra Cosmetic Gowa pada bulan Oktober, November dan Desember 2023 jumlah konsumen sebesar 1.450 konsumen. Sehingga peneliti menetapkan populasi dalam penelitian ini sebesar 1.450 konsumen.

2. Sampel

Adanya penjelasan dari Sugiyono (2019:127) sampel sebagaimana yang merupakan representasi dari populasi baik dari segi ukuran maupun kualitas yang dimilikinya. Mungkin perlu bagi peneliti untuk menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang diselidiki jika populasi yang diteliti sangat besar dan peneliti tidak mungkin menganalisis setiap aspek populasi karena kendala seperti kurangnya waktu, uang atau orang. Dikutip dari buku Metodologi Penelitian Kuantitatif, karya Firdaus M.M, berikut ini rumus Slovin yang dapat digunakan dalam metode pengambilan sampel untuk penyelidikan ini, dan rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Sumber: Slovin (Rumus Slovin:1960)

Dari rumus tersebut dapat dibuat suatu perhitungan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{1450}{1 + 1450 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1450}{1 + 1450 (0,01)}$$

$$n = \frac{1450}{1 + 14,5}$$

$$n = \frac{1450}{15,5}$$

$$n = 93,548$$

$$n = 94$$

Dari perhitungan rumus diatas maka ditetapkan bahwa yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini sebesar 94 responden.

Menurut Sugiyono (2019:128) menjelaskan teknik *sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Ada berbagai strategi pengambilan sampel yang dapat digunakan untuk menetapkan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Metode pengambilan sampel yang dikenal dengan *probability sampling* akan digunakan dalam penelitian ini. Sebagaimana yang disampaikan Sugiyono (2019:129) *probability sampling* adalah metode yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Selain itu, dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling* yang menurut Sugiyono (2019:129) dapat dicirikan sebagai proses pemilihan anggota populasi untuk diambil sampel disebut sebagai pengambilan sampel acak sederhana, dan namanya diambil dari fakta bahwa pemilihan dilakukan secara acak dan tanpa mengacu pada strata yang membentuk populasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung analisis, penelitian ini membutuhkan pengumpulan data. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan dasar dari semua ilmu pengetahuan. Observasi adalah salah satu teknik operasional yang mengumpulkan data melalui proses pencatatan yang cermat dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung, Sugiyono (2018:229). Dalam metode ini pengamat melakukan pengamatan dan pengukuran secara cermat terhadap objek yang diamati, kemudian secara sistematis mencatat peristiwa-peristiwa yang dicatat agar data yang diperoleh tidak luput dari pengamatan. Dalam penelitian ini dilakukan observasi terhadap konsumen yang membeli produk kecantikan di toko Citra Cosmetic, Gowa, Sulawesi Selatan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara menggali data tentang suatu variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, transkrip jurnal, dan agenda, Sugiyono (2018:476). Selain itu penulis juga menyertai foto-foto yang terjadi dilapangan yaitu di toko Citra Cosmetic, Gowa, Sulawesi Selatan.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan daftar pernyataan yang dibuat oleh penulis dan didistribusikan atas permintaan pengguna kepada orang lain yang bersedia menanggapi, Sugiyono (dalam Sari, 2020). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif dan efisien. Daftar

pernyataan ini langsung di lapangan yang diberikan kepada konsumen toko Citra Cosmetic, Gowa, Sulawesi Selatan.

F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2020:68). Definisi variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kekeliruan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel adalah:

1. Keragaman Produk (X1)

Keragaman produk merupakan sekumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa untuk dijual kepada konsumen dan menjadi unsur penting dalam transaksi jual beli. Keberagaman produk meliputi tersedianya produk dalam berbagai merk, ukuran dan kualitas yang lengkap. Keberagaman produk yang tersedia dalam suatu toko akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal itu terjadi karena tersedianya berbagai pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan ekonomi masing-masing konsumen.

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan merupakan mutu dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Citra Cosmetic kabupaten Gowa kepada konsumennya.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen merupakan kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diperoleh konsumen melalui produk yang dijual serta pelayanan yang diberikan oleh toko Citra Cosmetic kabupaten Gowa.

2. Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, variabel diukur menggunakan lembar tertulis berupa kuesioner yang berisi pernyataan dengan tujuan memperoleh data untuk kemudian digunakan dalam menganalisis variabel penelitian. Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang ataupun kelompok terhadap fenomena sosial yang ada. (Sugiyono, 2017).

Tabel 2.1
Skor Penilaian Kuesioner

No	Kategori Penilaian	Simbol	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Cara menganalisis:

Pengelompokan Penilaian Responden:

Pengelompokan penilaian responden ini dimaksudkan untuk mengetahui masing-masing kuesioner tersebut, dengan melihat rata-ratanya, dinilai oleh responden dengan kriteria sangat tinggi/sangat baik, tinggi/baik, cukup/sedang, rendah/buruk, atau sangat rendah/sangat buruk.

Cara yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- Angka jawaban responden dimulai dari angka 1 sampai 5, sehingga kategorisasi jawaban menggunakan ketentuan rentang (r) = 5,00 – 1,00 (skor rata-rata tertinggi dikurangi skor rata-rata terendah) = 4.
- Jika akan menggunakan kriteria 5 kotak (Five Box Method) atau (k) = 5, dan didapatkan panjang kelas (interval kelas) = (p) = $r/k = 0,8$.
- Rentang tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan kategorisasi rata-rata penilaian responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.2
Pedoman Kategorisasi Rata-rata Skor Penilaian Responden

Rata-rata Skor	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Rendah/Sangat Buruk
1,81 – 2,60	Rendah/Buruk
2,61 – 3,40	Cukup/Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi/Baik
4,21 - 5,00	Sangat Tinggi/Sangat Baik

Sumber: Ferdinand, 2014

G. Metode Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah-langkah menuju jawaban rumusan masalah pertanyaan penelitian. Tujuannya untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yaitu menganalisis data secara sistematis dengan mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori atau hipotesis yang berkaitan dengan penelitian ini, (Sugiyono, 2017).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan uji analisis model linear berganda adalah sebagai berikut.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu.

a. Deskripsi Proposal

Proposal ini menjawab permasalahan yang terjadi pada toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa, khususnya menurunnya kepuasan konsumen akibat kurangnya variasi produk yang dijual dan rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

b. Deskripsi Variabel

Penelitian ini menggunakan 3 variabel, diantaranya adalah variabel keragaman produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan konsumen (Y).

1. Variabel Keragaman Produk (X_1)

Variasi produk merupakan kumpulan produk yang terdiri dari banyak variasi berbeda, termasuk merk, jenis dan ukuran, yang ditawarkan oleh suatu perusahaan selama proses penjualan. Penting bagi perusahaan untuk memperhatikan keragaman produk ini karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu barang.

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Kualitas pelayanan merupakan tindakan pegawai terhadap konsumen untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin baik pula citra perusahaan di mata konsumen.

3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen merupakan kesesuaian antara harapan dan kenyataan terhadap sesuatu yang dicapai oleh suatu perusahaan. Kepuasan konsumen memegang peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan suatu bisnis dan akan memperlancar penjualan karena semakin puas konsumen maka akan semakin loyal pula mereka terhadap perusahaan.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen, Ghazali (2009). Suatu instrumen yang baik mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat kevaliditasannya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang ingin diukur. Bandingkan hasil r hitung dengan r tabel. Disini $dg = n - 2$, $\alpha = 5\%$. Apabila r hitung $>$ r tabel maka hasilnya adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan derajat ketetapan, ketelitian dan keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran, Sugiyono (2019). Suatu alat ukur dikatakan reliabilitas apabila digunakan

berulang kali oleh peneliti yang sama maupun oleh peneliti yang berbeda akan selalu memberikan hasil yang sama. Jadi artinya seberapa konsisten alat ukur tersebut dalam memberikan hasil yang sama dengan mengukur hal yang sama. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki Cronbach lebih dari 0,60. Dalam hal ini peneliti menggunakan rumus reliabilitas dengan metode alpha.

c. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas serta data yang dihasilkan berdistribusi normal. Pada uji asumsi klasik digunakan 4 uji untuk membuktikan yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah data tersebut memiliki distribusi normal atau tidak, (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik *Kolmogorov Smirnov*. Uji *Kolmogorov Smirnov* adalah salah satu uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas sebuah data selain menggunakan analisis grafik. Pengambilan keputusan uji kolmogorov smirnov dikatakan data terdistribusi normal jika nilai signifikansi yang diperoleh dari output SPSS kolom *one sample kolmogorov smirnov test* diatas 0,05 atau dapat dikatakan data

berdistribusi tidak normal jika $p < 0,05$ dan data berdistribusi normal jika $p > 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*), (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah yang bebas dari gejala multikolinearitas. Jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance $> 0,01$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai VIF > 10 atau nilai Tolerance $< 0,01$, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

c. Uji autokorelasi

Menurut Imam Ghozali (2011:111) tidak ada gejala autokorelasi, jika nilai Durbin Watson terletak antara $2d$ sampai dengan $(4-2d)$. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson (D-W) untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi, dengan ketentuan nilai $(2d < dw < 4 - 2d)$.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari suatu residual ke pengamatan lainnya, (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah bebas dari heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas terdeteksi dalam penelitian ini dengan memeriksa Scatter-Plot.

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Citra Cosmetic di kabupaten Gowa. Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini yang dirumuskan oleh (Sugiyono, 2017) adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

β_1 = Koefisien untuk regresi variabel 1

β_2 = koefisien untuk regresi variabel 2

X_1 = Keberagaman produk

X_2 = Kualitas pelayanan

e = error

H. Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji T

Menurut (Ghozali, 2016:98) Uji t berfungsi untuk menguji seberapa besar pengaruh masing-masing variabel *independen* secara individual dalam menjelaskan variabel *dependen*. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel *independen* (X) berpengaruh secara

signifikan terhadap variabel *dependen* (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dasar pengambilan keputusan dalam tes ini adalah:

- a. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ dan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- b. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

2. Uji F (Uji Model)

Menurut (Ghozali, 2018) Uji model atau uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) toko Citra Cosmetic di kabupaten Gowa. Maka digunakan probability sebesar 5% ($=0,05$).

- a. Jika $sig < (0,05)$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1 diterima.
- b. Jika $sig > (0,05)$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji koefisien determinasi merupakan uji yang menjelaskan besaran perbandingan variasi dari variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 bervariasi dari 0 sampai 1, artinya apabila nilai $R^2 = 1$ maka variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Dan sebaliknya, apabila nilai $R^2 = 0$ maka variabel bebas tidak memberikan pengaruh terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Toko Citra Cosmetic merupakan perusahaan retail kosmetik yang bergerak dibidang kosmetik dan kecantikan, menawarkan berbagai macam produk kecantikan, kosmetik dan perawatan diri. Toko Citra Cosmetic merupakan perusahaan lokal milik Michael Senjaya dan didirikan pada tahun 2007. Perusahaan memperluas ekspansinya dengan membuka beberapa cabang, salah satunya terletak di antara perbatasan Gowa dan Makassar, tepat di Jalan Sultan Hasanuddin No. 179, Pandang-pandang, Kec. Somba Opu, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan 90221 menjadi subjek penelitian ini. Cabang Sungguminasa Gowa ini didirikan pada tahun 2013. Perluasan tersebut didasari oleh pertumbuhan pasar kosmetik dan bertujuan untuk menjangkau lebih banyak konsumen dengan menghadirkan toko-toko yang menawarkan produk kecantikan, kosmetik dan perawatan diri dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan.

Toko Citra Cosmetic Gowa merupakan toko kosmetik yang dikunjungi oleh semua kalangan umur. Hal ini dikarenakan beragamnya produk yang tersedia, kualitas pelayanan dan juga harga yang terjangkau dan lebih murah dibandingkan tempat lain menarik minat konsumen untuk mengunjungi Toko Citra Cosmetic Gowa. Penawaran produknya sangat lengkap, mulai dari produk kecantikan, kosmetik, produk perawatan diri dari berbagai merk hingga banyak produk lainnya. Produk ini tidak hanya bisa digunakan oleh wanita namun juga dapat digunakan oleh pria.

Toko Citra Cosmetic Gowa beroperasi setiap hari pada pukul 08.00 – 22.00 WITA dan berlokasi strategis di perbatasan Gowa dan Makassar, berdekatan dengan jalan raya utama provinsi dan mudah diakses dengan transportasi kota, sehingga menarik banyak pengunjung. Keamanan konsumen juga terjaga karena dekat dengan pos polisi. Selain itu, toko ini terletak 1,0km dari kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sehingga sering dikunjungi oleh mahasiswa yang mencari produk perawatan. Selain variasi produk yang beragam, Toko Citra Cosmetic Gowa juga dilengkapi berbagai fasilitas untuk menunjang kenyamanan berbelanja konsumen, antara lain: fasilitas seperti tempat parkir untuk memarkir sepeda motor, tempat penitipan barang, keranjang belanja, dan satpam yang menjaga toko.

Toko Citra Cosmetic Gowa memasarkan dengan menggunakan alat media seperti Instagram dan Facebook, melalui aplikasi e-commerce seperti Shopee, Tokopedia dan Blibli. Selain itu, Toko Citra Cosmetic Gowa juga aktif dalam peluncuran produk, termasuk mengikuti beberapa acara dan mengadakan acara sendiri. Salah satu contohnya adalah acara "Valentine Contest CitraCosmetic" yang dilaksanakan pada 17 Februari 2024.

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

1. Analisis Deskriptif

a. Deskripsi Responden Penelitian

Karakteristik responden digunakan untuk menguraikan identitas responden yang menjadi sampel penelitian berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk ditujukan kepada subjek penelitian agar sumber informasi dalam penelitian ini dapat tertuju dengan tepat

dan sesuai harapan. Penelitian ini mengambil 94 orang konsumen yang pernah membeli di Toko Citra Cosmetic Gowa untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memberikan penjelasan tentang Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa. Kemudian penulis membagi responden menjadi beberapa klasifikasi antara lain: jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, jumlah kunjungan, dan jumlah pembelian. Berikut adalah data-data yang diperoleh peneliti mengenai responden berdasarkan karakteristik yang telah diberikan.

b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu penilaian yang dilakukan konsumen ketika memilih suatu produk, dan digunakan oleh perusahaan untuk memutuskan apakah akan menawarkan suatu produk kepada laki-laki atau perempuan. Untuk mengetahui jenis kelamin responden Toko Citra Cosmetic Gowa dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	33	35,1%
2	Perempuan	61	64,9%
	Total	94	100%

Lampiran 3

Berdasarkan tabel 3.1 di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan responden terbanyak adalah responden Perempuan yang berjumlah 61 orang atau sebesar 64,9% dan Laki

Laki hanya berjumlah 33 orang atau sebesar 35,1%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan dalam penelitian ini lebih mendominasi dikarenakan produk kosmetik identik dengan perempuan selama bertahun-tahun, karena industri kosmetik lebih banyak menawarkan produk yang dikhususkan untuk wanita.

c. Berdasarkan Umur

Umur merupakan tingkat penilaian seseorang dalam menentukan produk mana yang boleh dikonsumsi atau digunakan. Setiap produk memiliki label usia yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penting untuk menyesuaikan usia dengan produk yang ingin dikonsumsi agar produk tersebut bekerja secara maksimal. Untuk mengetahui umur responden Toko Citra Cosmetic Gowa dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.2

Identitas Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah Responden	Pesentase
1	15-19 Tahun	5	5,3%
2	20-25 Tahun	65	69,1%
3	26-30 Tahun	17	18,1%
4	31-35 Tahun	5	5,3%
5	36-40 Tahun	2	2,1%
	Total	94	100%

Lampiran 3

Berdasarkan data pada tabel 3.2 di atas, diketahui bahwa identitas responden berdasarkan usia berjumlah 94 orang. Responden yang berusia 15-19 tahun berjumlah 5 orang atau sebesar 5,3%, responden yang berusia 20-25 tahun berjumlah 65 orang atau sebesar 69,1%, responden yang berusia 26-30 tahun berjumlah 17 orang atau sebesar

18,1%, responden yang berusia 31-35 tahun berjumlah 5 orang atau sebesar 5,3%, responden yang berusia 36-40 tahun berjumlah 2 orang atau sebesar 2,1%. Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah responden dengan usia 20-25 tahun dikarenakan pada usia tersebut banyak orang yang sudah mengalami masalah kulit seperti jerawat, kulit kusam dan masalah kulit lainnya yang mengganggu penampilan. Selain itu juga, bagi wanita yang berada di rentang usia tersebut, mereka telah fokus melakukan perawatan dan penggunaan kosmetik dengan tujuan untuk menjaga kesehatan kulit dan mempercantik penampilan.

d. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Keragaman responden berdasarkan pendidikan terakhir pada Toko Citra Cosmetic Gowa dapat dilihat dalam tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3

Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SD	3	3,2%
2	SMP/Sederajat	4	4,3%
3	SMA/Sederajat	63	67%
4	Diploma/Sarjana	24	25,5%
	Total	94	100%

Lampiran 3

Berdasarkan data pada tabel 3.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden yang berpendidikan SMA lebih mendominasi dari keseluruhan jumlah responden dengan jumlah persentase sebesar 63% atau sebanyak 67 responden. Diploma/Sarjana dengan persentase 25,5% sebanyak 24 responden, SMP/Sederajat dengan

persentase 4,3% sebanyak 4 responden, SD dengan persentase 3,2% sebanyak 3 responden.

e. Berdasarkan Pekerjaan

Saat membeli produk dari Toko Citra Cosmetic Gowa, mungkin ada perbedaan tergantung pada pekerjaan dan jumlah penghasilan, semakin baik pekerjaan maka semakin besar jumlah penghasilan dan akan semakin banyak pula jumlah produk yang dapat dibeli. Tantangannya adalah mengevaluasi konsumen dalam menentukan strategi pemasaran dengan membiarkan mereka mengambil keputusan pembelian. Hal ini menjadi salah satu faktor pendukung ketika perusahaan memutuskan konsep penjualan untuk dijual ke seluruh lapisan masyarakat. Identitas responden Toko Citra Cosmetic Gowa berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.4

Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Petani/Nelayan	5	5,3%
2	PNS	2	2,1%
3	Wiraswasta	3	3,2%
4	Karyawan	20	21,3%
5	Pelajar/Mahasiswa	37	39,4%
6	Guru	2	2,1%
7	IRT	13	13,7%
8	Pegawai Bank BRI	5	5,3%
9	Polisi	2	2,1%
10	Staff Perpustakaan	1	1,1%
11	Arsitek	1	1,1%
12	Ners	1	1,1%
13	Bidan	1	1,1%
14	Pengangguran	1	1,1%
	Total	94	100%

Lampiran 3

Berdasarkan tabel 3.4 di atas ketahui bahwa identitas responden berdasarkan pekerjaan yang berjumlah 94 orang responden. Responden yang bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa berjumlah 37 orang (39,4%), responden yang bekerja sebagai karyawan berjumlah 20 orang (21,3%), responden yang bekerja sebagai IRT berjumlah 13 orang (13,7%), responden yang bekerja sebagai pegawai Bank BRI berjumlah 5 orang (5,3%), responden yang berjumlah sebagai Polisi berjumlah 2 orang (2,1%), responden yang bekerja sebagai staff perpustakaan, arsitek, ners, bidan, pengangguran memiliki jumlah responden yang sama yakni 1 orang dengan persentase (1,1%).

Dari data tabel diatas menunjukkan bahwa identitas responden berdasarkan pekerjaan bermayoritas pelajar atau mahasiswa yang berjumlah 37 orang (39,4%) ini karena ketika memasuki usia 20 tahun, kulit akan bertransisi dari kulit remaja ke kulit dewasa. Oleh karena itu, perawatan kulit dan wajah secara rutin sangat diperlukan sejak dini untuk meminimalisir atau menghindari berbagai masalah kesehatan wajah.

f. Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Keragaman responden menurut jumlah kunjungan ke Toko Citra Cosmetic Gowa disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.5

Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

No	Kunjungan	Jumlah Responden	Persentase
1	< 1 tahun	49	52,1%
2	1 - 2 tahun	39	41,5%
3	3 - 4 tahun	5	5,3%
4	> 4 tahun	1	1,1%
	Total	94	100%

Lampiran 3

Berdasarkan data pada tabel 3.5 di atas, dari 94 responden yang telah berkunjung ke Toko Citra Cosmetic Gowa, ada sebanyak 49 atau 52,1% responden telah mengunjungi Toko Citra Cosmetic selama < 1 tahun. 39 atau 41,5% responden pernah berkunjung selama 1-2 tahun. 5 atau 5,3% responden telah berkunjung selama 3-4 tahun, 1 atau 1,1% responden telah berkunjung selama lebih dari > 4 tahun. Jumlah responden dengan tingkat berkunjung paling tinggi ada pada skala < 1 tahun dengan jumlah responden sebanyak 49 orang atau 52,1%, artinya, Toko Citra Cosmetic Gowa dapat diminati banyak orang karena terkenal dimasyarakat melalui aktivitas media sosialnya dan keikutsertaannya dalam beberapa kegiatan kecantikan. Selain itu, variasi produk yang ditawarkan dan keterjangkauan toko yang mudah diakses juga menjadi alasan konsumen tertarik untuk mengunjungi Toko Citra Cosmetic Gowa.

g. Berdasarkan Jumlah Pembelian

Keragaman responden berdasarkan jumlah pembelian pada Toko Citra Cosmetic Gowa dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.6**Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian**

No	Pembelian	Jumlah Responden	Persentase
1	1 - 2 kali	31	33%
2	3 - 4 kali	37	39,4%
3	5 - 6 kali	14	14,9%
4	> 6 kali	12	12,8%
	Total	94	100%

Lampiran 3

Berdasarkan data tabel 3.6 di atas, dari 94 responden yang pernah melakukan pembelian produk perawatan dan kecantikan di Toko Citra Cosmetic Gowa yaitu sebanyak 31 atau 33% responden pernah melakukan pembelian sebanyak 1-2 kali. 37 atau 39,4% responden pernah melakukan pembelian sebanyak 3-4 kali. 14 atau 14,9% responden pernah melakukan pembelian sebanyak 5-6 kali, 12 atau 12,8% responden pernah melakukan pembelian lebih dari > 6 kali. Jumlah responden dengan pembelian tertinggi adalah 37 orang dengan pembelian sebanyak 3-4 kali dengan persentase sebesar 39,4%, hal tersebut dikarenakan Toko Citra Cosmetic Gowa menawarkan hampir seluruh produk perawatan kulit, perawatan diri dan kecantikan yang dibutuhkan konsumen baik wanita maupun pria dengan harga terjangkau. Hal inilah yang menyebabkan konsumen tetap berbelanja di Toko Citra Cosmetic Gowa.

b. Deskripsi Variabel Penelitian

Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel keragaman produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Deskripsi Variabel Keragaman Produk (X1)

Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dengan jumlah responden sebesar 94 responden melalui kuesioner, maka diperoleh data mengenai variabel keragaman produk pada tabel berikut:

Tabel 3.7

Distribusi Frekuensi dan Jawaban Variabel Keragaman Produk (X1)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Jumlah		Mean
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		F	%	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X1.1	0	0	1	1,1	9	9,6	39	41,5	45	47,9	94	100	4,36
X1.2	0	0	1	1,1	28	29,8	42	44,7	23	24,5	94	100	3,93
X1	Rata-rata Indikator Lebar Bauran Produk											4,14	
X2.1	0	0	0	0	23	24,5	43	45,7	28	29,8	94	100	4,05
X2.2	0	0	1	1,1	19	20,2	49	52,1	25	26,6	94	100	4,04
X2	Rata-rata Indikator Panjang Bauran Produk											4,04	
X3.1	0	0	6	6,4	25	26,6	56	59,6	7	7,4	94	100	3,68
X3.2	0	0	1	1,1	8	8,5	66	70,2	19	20,2	94	100	4,10
X3	Rata-rata Indikator Kedalaman Bauran Produk											3,89	
X4.1	0	0	0	0	15	16,0	74	78,7	5	5,3	94	100	3,89
X4.2	0	0	0	0	2	2,1	65	69,1	27	28,7	94	100	4,27
X4	Rata-rata Indikator Konsistensi Bauran Produk											4,08	
Rata-rata Variabel Keragaman Produk (X1)												4,03	

Lampiran 3

Berdasarkan tabel 3.7 di atas tentang jawaban mengenai variabel keragaman produk dapat diketahui bahwa nilai rata-rata jawaban responden dari variabel keragaman produk adalah sebesar 4,03. Jika dilihat dari analisis data diketahui bahwa indikator yang memiliki mean tertinggi yaitu X1 (Lebar Bauran Produk) sebesar 4,14 dengan kategori baik, dimana pernyataan dengan nilai mean tertinggi untuk X1 yaitu X1.1 (produk yang ditawarkan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa lengkap

mulai dari produk kosmetik, *skincare*, *bodycare* dan produk perawatan lainnya) sebesar 4,36. Sedangkan indikator yang memiliki mean terendah yaitu X3 (Kedalaman Bauran Produk) sebesar 3,89 dengan kategori baik, dimana pernyataan dengan nilai mean tertinggi untuk X3 yaitu X3.1 (variasi ukuran, jenis dan fungsi produk dari setiap *brand* lengkap tersedia di Toko Citra Cosmetic Gowa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen) sebesar 3,68.

2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, maka diperoleh data mengenai kualitas pelayanan sebagai berikut:

Tabel 3.8
Distribusi Frekuensi dan Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Jumlah		Mean
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		F	%	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X1.1	2	2,1	0	0	0	0	29	30,9	63	67,0	94	100	4,61
X1.2	2	2,1	0	0	0	0	42	44,7	50	53,2	94	100	4,47
X1	Rata-rata Indikator Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)											4,54	
X2.1	2	2,1	0	0	0	0	34	36,2	58	61,7	94	100	4,55
X2.2	2	2,1	0	0	0	0	33	35,1	59	62,8	94	100	4,56
X2	Rata-rata Indikator Empati (<i>Empathy</i>)											4,55	
X3.1	2	2,1	0	0	0	0	32	34,0	60	63,8	94	100	4,57
X3.2	2	2,1	0	0	0	0	36	38,3	56	59,6	94	100	4,53
X3	Rata-rata Indikator Keandalan (<i>Reability</i>)											4,55	
X4.1	2	2,1	0	0	0	0	37	39,4	55	58,5	94	100	4,52
X4.2	2	2,1	0	0	0	0	32	34,0	60	63,8	94	100	4,57
X4	Rata-rata Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)											4,54	
X5.1	2	2,1	0	0	0	0	40	42,6	52	55,3	94	100	4,49
X5.2	2	2,1	0	0	0	0	45	47,9	47	50	94	100	4,44
X5	Rata-rata Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>)											4,46	
Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan (X2)											4,52		

Lampiran 3

Berdasarkan tabel 3.8 di atas tentang jawaban mengenai variabel kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa nilai rata-rata jawaban responden dari variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 4,52. Jika dilihat dari analisis data diketahui bahwa indikator yang memiliki mean tertinggi yaitu X2 (Empati atau *empathy*) dan X3 (Keandalan atau *Reability*) memiliki nilai yang sama yaitu sebesar 4,55 dengan kategori sangat baik, dimana pernyataan dengan nilai mean tertinggi untuk X2 yaitu X2.2 (Karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa selalu menghargai setiap pengunjung yang sedang berbelanja) sebesar 4,56 dan pernyataan tertinggi untuk X3 adalah X3.1 (Karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa sangat paham akan produk-produk yang dijualnya baik dalam segi penempatan produk, kondisi, maupun fungsi dari produk itu sendiri) sebesar 4,57. Sedangkan indikator yang memiliki mean terendah yaitu X5 (Jaminan atau *assurance*) sebesar 4,46 dengan kategori sangat baik, dimana pernyataan dengan nilai mean tertinggi untuk X5 yaitu X5.1 (pelayanan yang diberikan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa sudah sesuai dengan Standar Operasional Perusahaan atau SOP) sebesar 4,49.

3. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, maka diperoleh data mengenai kepuasan konsumen sebagai berikut:

Tabel 3.9

Distribusi Frekuensi dan Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Total		Mean	
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y1.1	0	0	0	0	19	20,2	57	60,6	18	19,1	94	100	3,99	
Y1.2	0	0	0	0	23	24,5	66	70,2	5	5,3	94	100	3,81	
Y1	Rata-rata Indikator Kesesuaian Harapan												3,9	
Y2.1	0	0	0	0	5	5,3	81	86,2	8	8,5	94	100	4,03	
Y2.2	0	0	0	0	6	6,4	79	84,0	9	9,6	94	100	4,03	
Y2	Rata-rata Indikator Minat Berkunjung Kembali												4,03	
Y3.1	0	0	0	0	11	11,7	72	76,6	11	11,7	94	100	4,00	
Y3.2	0	0	0	0	12	12,8	73	77,7	9	9,6	94	100	3,97	
Y3	Rata-rata Indikator Kesiediaan Merekomendasikan												3,98	
Rata-rata Variabel Kepuasan Konsumen (Y)														3,97

Lampiran 3

Berdasarkan tabel 3.9 di atas tentang jawaban mengenai variabel kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa nilai rata-rata jawaban responden dari variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 3,97. Jika dilihat dari analisis data diketahui bahwa indikator yang memiliki mean tertinggi yaitu Y2 (minat berkunjung kembali) sebesar 4,03 dengan kategori baik, dimana semua pernyataan pada Y2 memiliki nilai mean yang sama yaitu 4,03 dengan pernyataan Y2.1 (konsumen menjadikan Toko Citra Cosmetic Gowa sebagai alternatif pilihan apabila ingin berbelanja produk kecantikan) dan Y2.2 (adanya potensi berkunjung kembali oleh konsumen karena selalu mendapatkan produk yang dibutuhkan dan memperoleh pelayanan yang baik dari Toko Citra Cosmetic Gowa). Sedangkan indikator yang memiliki mean terendah yaitu Y1 (Kesesuaian Harapan) sebesar 3,9 dengan kategori baik, dimana pernyataan dengan nilai mean tertinggi untuk Y1 yaitu

Y1.1 (Konsumen merasakan produk yang ditawarkan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa memenuhi harapan konsumen sebagai toko yang menjual produk kecantikan) sebesar 3,99.

2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Untuk menjawab masalah penelitian, analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 29. Hasil analisis data yang telah dilakukan sebagai berikut:

a. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan setelah menghasilkan data jawaban responden yang dihasilkan dari kuesioner yang telah disebar. Penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu SPSS 29 dengan menggunakan Corrected item Total Correlation besar dari r tabel. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat digunakan koefisien korelasi yang nilai signifikannya 5% atau 0,05 yang menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut sudah sah/valid sebagai pembentuk indikator. Pada penelitian ini terdapat 94 responden yang telah mengisi kuesioner. Berdasarkan jumlah responden, diketahui bahwa r-tabel untuk uji validitas sebesar 0,2028 yang di diperoleh dari

$df = (N-2)$ atau $df = 94-2 = 92 = 0,2028$. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 3.10
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	Nilai r – hitung	Nilai r - tabel 5% (92)	Sig.	Keterangan
Keragaman Produk (X1)	X1.1	0.605	0.202	0.001	Valid
	X1.2	0.594	0.202	0.001	Valid
	X1.3	0.629	0.202	0.001	Valid
	X1.4	0.539	0.202	0.001	Valid
	X1.5	0.657	0.202	0.001	Valid
	X1.6	0.635	0.202	0.001	Valid
	X1.7	0.529	0.202	0.001	Valid
	X1.8	0.333	0.202	0.001	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,838	0.202	0.001	Valid
	X2.2	0,808	0.202	0.001	Valid
	X2.3	0,776	0.202	0.001	Valid
	X2.4	0,808	0.202	0.001	Valid
	X2.5	0,809	0.202	0.001	Valid
	X2.6	0,753	0.202	0.001	Valid
	X2.7	0,809	0.202	0.001	Valid
	X2.8	0,801	0.202	0.001	Valid
	X2.9	0,827	0.202	0.001	Valid
	X2.10	0,750	0.202	0.001	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,589	0.202	0.001	Valid
	Y.2	0,651	0.202	0.001	Valid
	Y.3	0,450	0.202	0.001	Valid
	Y.4	0,482	0.202	0.001	Valid
	Y.5	0,650	0.202	0.001	Valid
	Y.6	0,673	0.202	0.001	Valid

Lampiran 4

Berdasarkan tabel 3.10 di atas, menunjukkan terdapat 2 variabel independen dan 1 variabel dependen yang menjadi bahan penelitian. Dari variabel yang diteliti tersebut memiliki beberapa item pernyataan. Hasil dari masing-masing item pernyataan pada setiap variabel, baik independen maupun dependen didapatkan nilai r hitung lebih besar

daripada r tabel maka datanya yang didapat di lapangan dapat dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisis reliabilitas cronbanch alpha dengan tujuan untuk mengetahui apakah jawaban responden reliabel atau tidak. Dengan menggunakan metode ini, suatu produk dianggap dapat dipercaya jika kredibilitas atau alphanya sebesar 0,60. Teknik ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrument penelitian reliabel atau tidak.

Tabel 3.11

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Items	Keterangan
Keragaman Produk (X1)	0,813	0.60	8	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,937	0.60	10	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,611	0.60	6	Reliabel

Lampiran 4

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 3.11 dapat diketahui bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel keragaman produk sebesar 0.813, kualitas pelayanan 0.937 dan variabel kepuasan konsumen sebesar 0.611 yang menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena koefisien reliabel $> 0,60$.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah data yang digunakan menyimpang dari asumsi klasik atau tidak. Dalam pengujian asumsi ini

digunakan 4 uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Hasil dari 4 uji yang digunakan adalah:

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai Asymp. Sig. pada uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Pada uji ini, data dikatakan berdistribusi tidak normal jika $p < 0,05$ dan data dikatakan berdistribusi normal jika $p > 0,05$. Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.1
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		94	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.57188403	
Most Extreme Differences ^c	Absolute	.074	
	Positive	.058	
	Negative	-.074	
Test Statistic		.074	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^d		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.220	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.209
	Upper Bound	.231	

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 200000.

Lampiran 5

Berdasarkan gambar 2.1 di atas, hasil uji One-Sample Kolmogorov Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig sebesar $0,200 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data telah memenuhi ketentuan taraf signifikansi $> 0,05$ maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data sudah berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas dalam model regresi pada penelitian ini dapat dilihat dari nilai Tolerance atau nilai Variance Inflation Factor (VIF).

Gambar 2.2

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	6.591	.768		8.587	<.001		
	KERAGAMAN PRODUK	.465	.017	.939	26.581	<.001	.996	1.004
	KUALITAS PELAYANAN	.049	.011	.163	4.605	<.001	.996	1.004

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Lampiran 5

Berdasarkan gambar 2.2 di atas, menunjukkan bahwa nilai VIF keragaman produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) adalah 1,004 < 10 dan nilai tolerance value 0,996 > 0,1 maka data tersebut dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Hasil Uji AutoKorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam suatu metode linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada metode t dengan periode t-1. Untuk melihat terjadinya autokorelasi atau tidak dalam model regresi pada penelitian ini adalah dengan melihat nilai statistik Durbin Waston (DW). Dikatakan tidak ada autokorelasi yaitu jika ($du < dw < 4 < du$).

Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan nilai DW dengan D_u dan d_L pada tabel. Adapun pengujian hasil autokorelasi adalah sebagai berikut.

Gambar 2.3

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.942 ^a	.887	.885	.578	1.970

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK
b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Lampiran 5

Berdasarkan gambar 2.3 di atas, nilai DW dapat diketahui sebesar 1,970 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, dengan jumlah sampel 94 (n) dan jumlah variabel independen 2 ($k = 2$), maka diperoleh nilai (d_u) sebesar 1,7078, dan nilai (d_w) sebesar 1,970 lebih besar dari batas atas (d_u) yaitu 1,7078 dan kurang dari ($4 - d_u$) atau $4 - 1,7078 = 2,2922$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dimana diperoleh ($d_u < d_w < 4 - d_u$) atau ($1,7078 < 1,970 < 2,2922$).

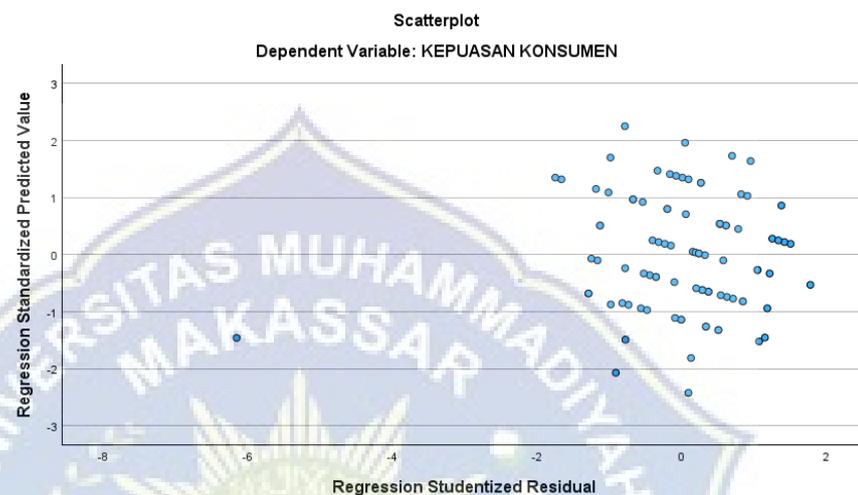
d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada pola gambar Scatter-plot, regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik yang dihasilkan membentuk pola, ini merupakan adanya gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya jika terbentuk pola menyebar atau tidak beraturan diatas atau dibawah angka 0 (nol) maka tidak ada

indikasi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas.

Gambar 2.4

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 5

Berdasarkan perhitungan uji heterokedastisitas pada gambar 2.4 di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dari kriteria tersebut dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Alat yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi berganda. Analisis ini mengukur kekuatan hubungan antara variabel independen dengan dependen, serta menunjukkan arah hubungan antara variabel-variabel tersebut. Analisis ini akan membentuk persamaan yang dapat dijelaskan, didapatkan hasil di bawah ini:

Gambar 2.5

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.591	.768		8.587	<.001		
	KERAGAMAN PRODUK	.465	.017	.939	26.581	<.001	.996	1.004
	KUALITAS PELAYANAN	.049	.011	.163	4.605	<.001	.996	1.004

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Lampiran 5

Berdasarkan gambar 2.5 di atas hasil data yang diperoleh pada tabel coefficient regresi berganda, maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 6,591 + 0,465X_1 + 0,049X_2 + 0,05$$

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan mengenai hubungan antara variabel bebas, sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 6,591 artinya jika Keragaman Produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) nilai 0 maka Kepuasan Konsumen (Y) nilainya adalah 6,591.
2. Variabel keragaman produk (X_1) memiliki nilai sebesar 0,465 dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, menyatakan bahwa jika keragaman produk bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka variabel Y yaitu kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,465 dengan persentase 4,65%. Dengan demikian, koefisien bernilai positif antara keragaman produk (X_1) dengan kepuasan konsumen (Y), semakin naik (X_1) maka semakin meningkat (Y).

3. Variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki nilai sebesar 0,49 dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan bertambah 1 satuan dan variabel lainnya dianggap konstan maka variabel Y yaitu kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,49 dengan persentase 4,9%. Dengan demikian, koefisien bernilai positif antara kualitas pelayanan (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y), semakin naik (X_2) maka semakin meningkat Y.

5. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel independen yaitu keragaman produk dan kualitas pelayanan secara individual terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Untuk menentukan nilai t tabel, maka ditentukan dengan tingkat signifikansi 5%. Dalam penelitian ini jumlah responden berjumlah 94 orang maka diperoleh $df = (94-2-1) = 1.986$. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat dikatakan variabel independen secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan pada gambar 2.5, maka pengaruhnya dapat diketahui sebagai berikut:

1. Diketahui nilai sig. untuk pengaruh keragaman produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 26,581 > t_{tabel} 1,986$, sehingga dapat disimpulkan

bahwa keragaman produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 diterima.

2. Diketahui nilai sig. untuk pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,065 > t_{tabel} 1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 2 diterima.

b. Hasil Uji F (Uji Model Kelayakan)

Uji F (uji model) bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel independen yaitu keragaman produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen. Pengujian simultan menggunakan tingkat signifikansi yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Gambar 2.6

Uji F (Uji Model)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	238.861	2	119.430	357.320	<.001 ^b
	Residual	30.416	91	.334		
	Total	269.277	93			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

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

Lampiran 6

Berdasarkan gambar 2.6, menunjukkan hasil data pada kolom F di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikannya sebesar $0,001 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $357,320 > 3,10$. Nilai F tabel adalah $F(k ; n-k) = (2 ; 92) = 3,10$. Maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Berdasarkan nilai signifikan $< 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa.

c. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil uji determinasi (R^2) dapat dilihat pada gambar 2.3. Berdasarkan gambar 2.3 tersebut, besarnya koefisien determinasi atau Adjusted R Square adalah 0,887 hal tersebut berarti model menggambarkan fakta sebesar 88,7%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa keragaman produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 88,7%. Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 88,7\% = 11,3\%$ merupakan keterbatasan alat ukur serta error peneliti dalam mengungkap fakta.

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra

Cosmetic di Kabupaten Gowa. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka pembahasan penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa

Berdasarkan hasil pengujian dan pengolahan data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dengan hasil uji regresi linear berganda pada gambar 2.5 yang menunjukkan nilai koefisien keragaman produk bersifat positif sebesar 0,465. Variabel bersifat positif memiliki arti jika variabel keragaman produk naik, maka variabel kepuasan konsumen juga akan semakin naik. Keragaman produk juga telah terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dari gambar 2.5 keragaman produk memiliki nilai uji *t sig.* sebesar 0,001, nilai *thitung* sebesar 26,581 dan *ttabel* sebesar 1,986.

Hasil uji yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh (Qurrata A'yunina C.H., Yuyun Dwida Asrini, 2022) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Apotek K-24 Kadipiro Yogyakarta)". Menunjukkan bahwa keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Apotek K-24 Kadipiro Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa keragaman produk pada Toko Citra Cosmetic Gowa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan Toko Citra Cosmetic Gowa menyediakan beragam produk kecantikan mulai dari kosmetik, skincare, bodycare dan produk perawatan lainnya serta produk yang ada berasal dari brand lokal dan internasional. Oleh karena hal tersebutlah yang membuat konsumen merasakan kepuasan selama berbelanja di Toko Citra Cosmetic Gowa karena apa yang mereka butuhkan dapat mereka peroleh hanya pada satu tempat saja.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa

Berdasarkan hasil pengujian dan pengolahan data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dengan hasil uji regresi linear berganda pada gambar 2.5 yang menunjukkan nilai koefisien kualitas pelayanan bersifat positif sebesar 0,049. Variabel bersifat positif memiliki arti jika variabel kualitas pelayanan naik, maka variabel kepuasan konsumen juga akan semakin naik. Kualitas pelayanan juga telah terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dari gambar 2.5 kualitas pelayanan memiliki nilai uji t sig. sebesar 0,001, nilai *t*hitung sebesar 4,605 dan *t*tabel sebesar 1,986.

Hasil uji yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa. Hasil dari

penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Detika Yossy Pramesti et al., 2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Promosi E-Commerce terhadap Kepuasan Konsumen Shopee”. Menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan pada Toko Citra Cosmetic Gowa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa menunjukkan sikap yang baik dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dan menghargai semua konsumen yang datang berbelanja. Oleh karena itu, ini yang memunculkan perasaan puas dalam hati konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa. Dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang dikemukakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) dengan nilai thitung 26,581 lebih besar dari ttabel 1,986 ($26,581 > 1,986$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,465. Artinya, dengan melakukan diversifikasi produk yang ditawarkan, konsumen akan dapat leluasa memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya sehingga meningkatkan kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di kabupaten Gowa.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) dengan nilai thitung 4,605 lebih besar dari ttabel 1,986 ($4,605 > 1,986$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,049. Artinya semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic di kabupaten Gowa.

3. Berdasarkan hasil uji F pada gambar 2.6 untuk variabel keragaman produk dan kualitas layanan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($357,320 > 3,10$) dengan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor keragaman produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Citra Cosmetic Gowa.
4. Berdasarkan gambar 2.7 nilai koefisien determinasi R-Square yang diperoleh sebesar 0,887 Hal ini menunjukkan bahwa 88,7% variabel keragaman produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) mampu menjelaskan varians dari variabel kepuasan konsumen (Y) atau secara praktis dapat dikatakan bahwa kontribusi variabel pemberian variabel keragaman produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 88,7% sisanya 11,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyampaikan pesan yang kiranya dapat bermanfaat kepada pihak-pihak terkait. Adapun saran yang harus disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk Tempat Penelitian
 - a. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, diperoleh keragaman produk (X1) memiliki pengaruh sebesar 0,465 terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan penilaian terendah ada pada pernyataan X3.1. Maka dari itu, manajemen Toko Citra Cosmetic Gowa diharapkan dapat meningkatkan keragaman produk melalui

penambahan variasi ukuran, jenis dan fungsi produk dari setiap *brand* untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat tercipta kepuasan konsumen.

- b. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, diperoleh kualitas pelayanan (X_2) memiliki pengaruh sebesar 0,049 terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan penilaian terendah ada pada pernyataan $X_{5.2}$. Maka dari itu, diharapkan kepada karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa untuk dapat menunjukkan sikap yang baik serta memberikan pelayanan yang sama untuk setiap konsumen agar tidak terjadi perbedaan pelayanan diantara konsumen sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai.

2. Berdasarkan hasil penelitian di atas, disarankan agar konsumen dapat lebih aktif dalam memberikan kritik dan saran kepada Toko Citra Cosmetic Gowa karena hal ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen untuk meningkatkan keragaman produk dan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, serta sebagai referensi bagi peneliti yang berniat untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang. Selain itu, peneliti lain diharapkan dapat menambahkan variabel pendukung lainnya selain keragaman produk dan kualitas pelayanan agar informasi yang diperoleh lebih lengkap dan memenuhi kebutuhan informasi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, M. Y., Rifaldi, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Abdurachman, U., & Situbondo, S. (2022). *PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE DEPOUR DI KABUPATEN SITUBONDO*.
- Artawan I, Kusuma I, Jodi I, 2022. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Apotek Indra Denpasar. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar (2022) 3(8) 691-702*.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- BPOM. (2021). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 8 Tahun 2021 Tentang Bentuk dan Jenis Sediaan Kosmetika Tertentu yang Dapat Diproduksi Oleh Industri Kosmetika yang Memiliki Sertifikat Produksi Kosmetika Golongan B. *Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan*, 3. <https://jdih.pom.go.id/download/product/1235/8/2021>
- Detika Yossy Pramesti, Sri Widyastuti, & Dian Riskarini. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK, DAN PROMOSI E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27–39. <https://doi.org/10.35814/jimp.v1i1.2065>
- Juvianti, J., & Purba, T. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Trisigma Globalindo. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(5), 460. <https://doi.org/10.32493/dr.v6i5.30474>
- Kemenperin. (2015). Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015 - 2035. *Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035*, 1–98.
- Khori, A., Rohman, F., & Marlina, N. (2021). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI BASKIN ROBBINS TP3 TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Slovin. (1960). Rumus Slovin.
- Pasigai, M.A. (2009). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KANTOR SAMSAT KABUPATEN LUWU UTARA. *Jurnal Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan*.
- Prasadaty, M. G. (2022). *Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di Alfamidi*. 83. <http://eprints.ums.ac.id/102953/>
- Qurrata A'yunina C.H., Yuyun Dwida Asrini, R. S. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA APOTEK K-24 KADIPIRO YOGYAKARTA)*.

- Rahma Diantika, A., Saputra, M., & Ambarwati, D. (2022). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KETERSEDIAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HIKMAH MART JAJAR WATES SERDANG. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 1(2).
- Ramdani, E. P. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI MENU DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI EQUAL CAFE*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sugiyono. (2009). Accidental Sampling. 221.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Bandung: Erlangga.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Vindy Addina Wijaya, S. yudianto. (2022). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AGEN PULSA JAYA RELOAD KEDIRI. *Jurnal Cakrawala Ilmiah Vol.1, 1(9)*.





LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN**

Assalamualaikum Wr. Wb

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Sdr/i

Konsumen Toko Citra Cosmetic Di Kabupaten Gowa

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya **Murniati**, Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Pada kesempatan ini mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk meluangkan waktunya guna mengisi daftar pernyataan ini dengan sesungguhnya tanpa beban apapun, sehingga dapat membantu melengkapi data yang sangat saya butuhkan. Adapun pernyataan ini saya buat dalam rangka penelitian tugas akhir (Skripsi) dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa”**. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/i berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, atas kesediaan dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Murniati
NIM : 105721105720

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Umur :
 - a. 15-19 Tahun
 - b. 20-25 Tahun
 - c. 26-30 Tahun
 - d. 30-35 Tahun
 - e. 35-40 Tahun
 - f. > 40 Tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma/Sarjana
5. Pekerjaan :
 - a. Petani/Nelayan
 - b. PNS
 - c. Wiraswasta
 - d. Karyawan
 - e. Pelajar/Mahasiswa
 - f. Guru
6. Sudah berapa lama Anda menjadi Konsumen Toko Citra Cosmetic Di Kabupaten Gowa
 - a. < 1 Tahun
 - b. 1-2 Tahun
 - c. 3-4 Tahun
 - d. > 4 Tahun
7. Sudah berapa kali Anda membeli di Toko Citra Cosmetic Di Kabupaten Gowa
 - a. 1-2 Kali
 - b. 2-4 Kali
 - c. 5-6 Kali
 - d. > 6 kali

II. PETUNJUK PENGISIAN

Setiap butir pernyataan hanya boleh **dijawab** satu kali dengan **mencentang** salah satu kotak dari lima pilihan kotak yang disediakan. Berikut ini keterangan alternatif pilihan jawaban yang :

- STS = Sangat Tidak Setuju
 TS = Tidak Setuju
 KS = Kurang Setuju
 S = Setuju
 SS = Sangat Setuju

III. DAFTAR PERNYATAAN

Variabel Keragaman Produk (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Lebar bauran produk						
1	Produk yang ditawarkan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa lengkap mulai dari produk kosmetik, <i>skincare</i> , <i>bodycare</i> dan produk perawatan lainnya.					
2	Produk yang ditawarkan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa berasal dari brand lokal dan brand internasional.					
Panjang bauran produk						
1	Produk yang ditawarkan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa sudah mencakup berbagai varian yang dikeluarkan oleh suatu brand					
2	Toko Citra Cosmetic Gowa update terhadap produk baru yang dikeluarkan oleh suatu brand sehingga memudahkan konsumen ketika ingin mencoba produk baru tersebut					
Kedalaman bauran produk						
1	Variasi ukuran, jenis dan fungsi produk dari setiap brand lengkap tersedia di Toko Citra Cosmetic Gowa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.					
2	Tiap produk yang ada di Toko Citra Cosmetic Gowa memiliki banyak variasi yang berbeda sehingga memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan.					
Konsistensi bauran produk						
1	Toko Citra Cosmetic Gowa menjaga kelengkapan dan variasi produk yang ditawarkannya.					
2	Toko Citra Cosmetic Gowa sudah layak disebut sebagai toko kosmetik dikarenakan beragamnya produk yang ditawarkannya.					

Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Bukti fisik						
1	Penataan barang di display yang dilakukan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa memudahkan konsumen dalam menemukan produk yang dicarinya.					
2	Toko Citra Cosmetic Gowa memiliki fasilitas yang memadai dalam mendukung kenyamanan konsumen ketika berbelanja.					
Empati						
1	Karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa menunjukkan sikap yang sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.					
2	Karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa selalu menghargai setiap pengunjung yang sedang berbelanja					
Keandalan						
1	Karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa sangat paham akan produk-produk yang dijualnya baik dalam segi penempatan produk, kondisi, maupun fungsi dari produk itu sendiri.					
2	Karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa dapat memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen					
Daya tanggap						
1	Karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang mendapatkan kesulitan					
2	Karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa dengan segera memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen					
Jaminan						
1	Pelayanan yang diberikan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa sudah sesuai dengan Standar Operasional Perusahaan (SOP) yang berlaku.					

2	Karyawan Toko Citra Cosmetic Gowa tidak membeda-bedakan konsumen didalam memberikan pelayanan.					
---	--	--	--	--	--	--



Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kesesuaian harapan						
1	Konsumen merasakan produk yang ditawarkan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa memenuhi harapan konsumen sebagai toko yang menjual produk kecantikan.					
2	Konsumen merasa puas atas produk yang beragam dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Citra Cosmetic Gowa.					
Minat berkunjung kembali						
1	Konsumen menjadikan Toko Citra Cosmetic Gowa sebagai alternatif pilihan apabila ingin berbelanja produk kecantikan.					
2	Adanya potensi berkunjung kembali oleh konsumen karena selalu mendapatkan produk yang dibutuhkan dan memperoleh pelayanan yang baik dari Toko Citra Cosmetic Gowa.					
Kesediaan merekomendasikan						
1	Konsumen bersedia melakukan rekomendasi kepada orang lain untuk berbelanja di Toko Citra Cosmetic Gowa karena beragamnya produk yang ditawarkan.					
2	Konsumen bersedia melakukan rekomendasi kepada orang lain untuk berbelanja di Toko Citra Cosmetic Gowa karena pelayanan yang diberikan memuaskan.					

Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian

No	KERAGAMAN PRODUK (X1)								TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	5	4	4	4	4	5	4	5	35
2	5	5	5	3	5	5	5	5	38
3	5	5	5	4	4	4	4	4	35
4	5	5	4	5	4	5	4	5	37
5	5	4	4	4	4	4	4	4	33
6	5	4	4	4	4	4	4	4	33
7	5	5	5	5	5	5	4	5	39
8	5	4	4	5	5	4	5	5	37
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	5	5	4	4	3	5	4	34
11	4	5	4	5	4	4	4	4	34
12	5	4	4	5	4	3	4	5	34
13	4	4	5	4	4	4	4	5	34
14	5	5	5	5	4	4	4	4	36
15	3	4	3	3	3	3	3	3	25
16	4	4	5	5	4	4	4	4	34
17	5	5	5	5	4	4	4	4	36
18	4	3	4	4	4	4	4	4	31
19	5	5	5	4	4	4	4	4	35
20	4	5	4	4	4	3	4	4	32
21	4	4	3	4	2	2	3	5	27
22	3	3	4	2	2	4	4	4	26
23	5	4	4	4	3	4	4	4	32
24	3	4	3	4	3	3	4	4	28
25	2	3	3	3	3	4	3	3	24
26	5	4	4	5	2	4	4	5	33
27	4	5	5	4	4	5	4	5	36
28	5	5	5	4	5	5	4	5	38
29	4	5	4	4	4	5	4	4	34
30	5	3	4	3	2	4	4	5	30
31	5	4	3	4	4	4	4	5	33
32	5	4	4	4	3	4	4	4	32
33	4	3	3	4	4	5	4	4	31
34	4	3	4	3	3	4	4	5	30
35	3	3	4	4	3	4	4	4	29
36	3	3	3	3	3	4	4	4	27
37	4	3	3	4	4	4	4	5	31
38	4	4	4	4	4	4	5	4	33

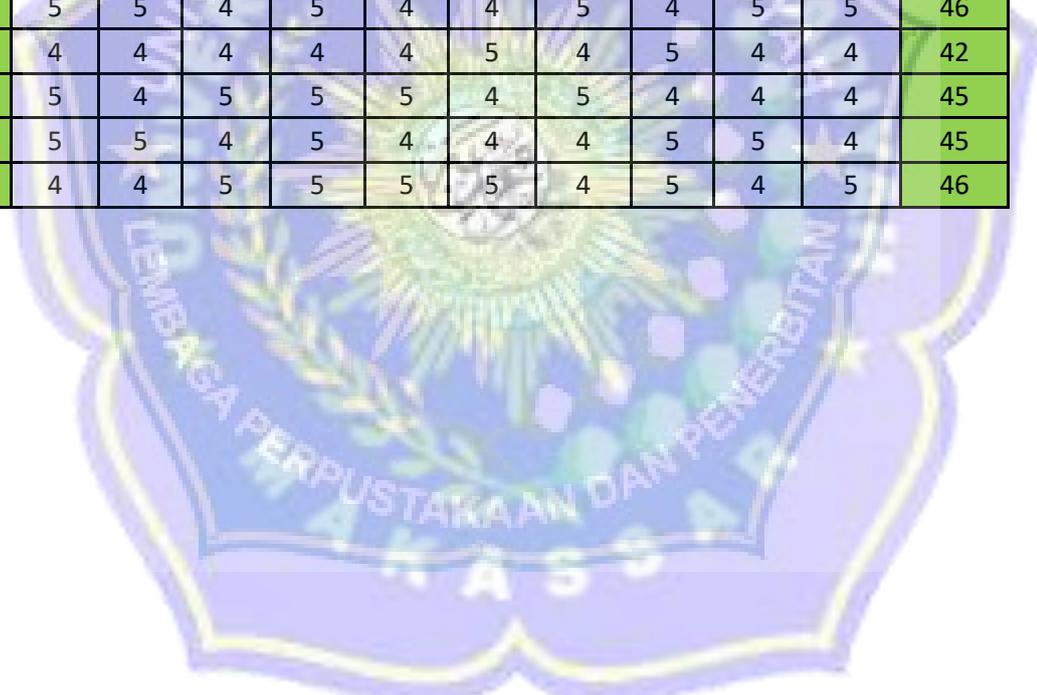
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	3	3	4	4	4	4	4	4	30
41	4	4	3	4	4	4	4	5	32
42	5	4	4	3	4	4	3	4	31
43	4	4	3	4	3	4	4	4	30
44	5	4	4	3	4	4	3	4	31
45	3	3	3	4	3	4	4	4	28
46	4	4	5	3	3	4	4	4	31
47	4	3	4	4	4	4	4	4	31
48	3	3	3	4	3	4	3	4	27
49	5	4	5	3	4	4	4	4	33
50	4	3	4	4	3	4	4	4	30
51	4	4	3	3	4	4	4	4	30
52	5	4	4	4	4	5	4	4	34
53	5	3	3	4	3	4	4	4	30
54	4	4	4	3	3	3	4	4	29
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	4	3	4	3	3	4	4	4	29
57	4	3	3	3	4	4	3	4	28
58	5	4	4	4	4	5	3	4	33
59	5	4	5	4	3	4	4	4	33
60	4	3	4	4	4	4	3	4	30
61	4	3	3	3	4	4	3	4	28
62	5	5	5	5	4	4	4	5	37
63	5	5	5	5	4	5	4	4	37
64	4	2	3	4	4	4	4	4	29
65	5	4	5	4	3	4	4	4	33
66	3	3	4	3	4	4	3	4	28
67	4	4	4	3	2	4	3	4	28
68	4	4	3	4	3	4	3	4	29
69	4	3	4	4	3	4	3	5	30
70	5	4	4	5	4	4	4	4	34
71	4	4	3	4	4	4	4	5	32
72	5	3	4	4	3	4	4	4	31
73	4	4	4	5	4	4	4	4	33
74	5	3	4	4	3	4	4	4	31
75	5	4	3	4	3	3	4	4	30
76	4	4	5	5	4	4	4	4	34
77	4	3	4	4	2	4	3	4	28
78	5	4	3	5	4	5	4	5	35
79	5	4	5	5	4	5	4	4	36

80	4	3	4	3	4	4	4	4	30
81	5	5	5	5	4	4	4	5	37
82	5	5	5	5	5	4	4	4	37
83	5	5	4	5	4	4	4	5	36
84	5	4	5	5	4	4	4	4	35
85	4	4	3	4	4	4	4	4	31
86	5	4	4	5	5	5	4	4	36
87	4	3	4	3	4	3	4	4	29
88	5	5	5	5	4	4	4	4	36
89	5	5	5	5	4	5	4	5	38
90	4	3	3	4	3	4	4	4	29
91	5	5	5	4	4	5	4	5	37
92	5	5	5	4	4	5	4	5	37
93	4	3	4	4	3	4	4	4	30
94	5	4	5	5	4	5	4	5	37



No	KUALITAS PELAYANAN (X2)										TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
2	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	45
3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	46
4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
6	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
7	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
9	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	46
10	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
11	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
12	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
13	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
14	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
15	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
16	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
17	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
22	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46
23	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	45
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
25	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
26	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
27	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	45
28	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
29	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
30	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
33	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
34	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
35	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
36	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	47

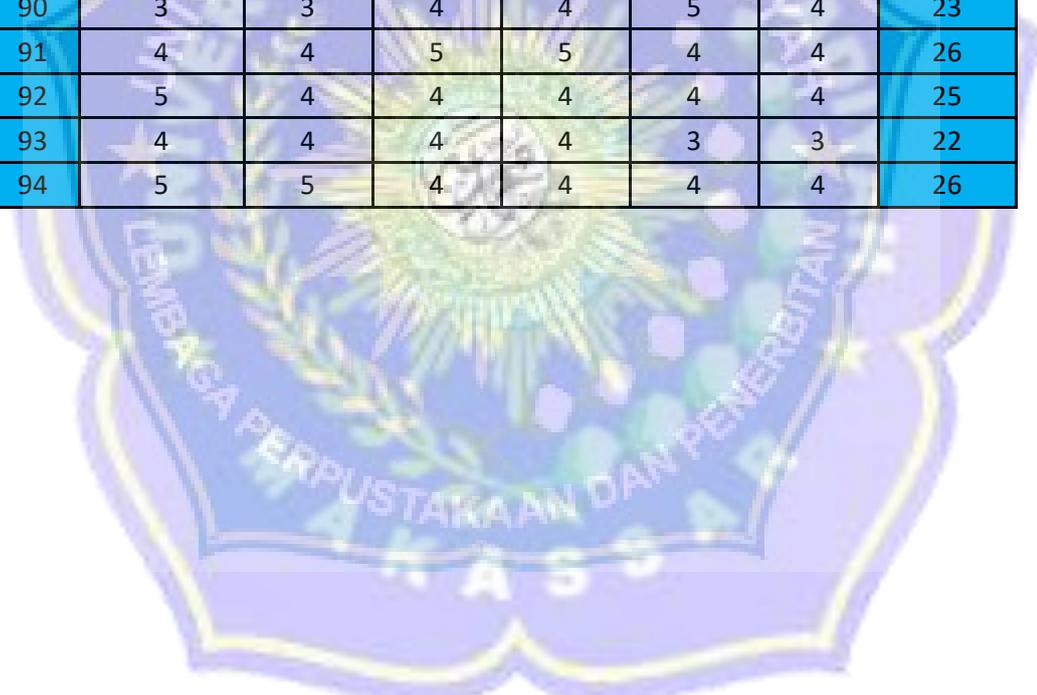
75	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44
76	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
77	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
78	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
79	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
80	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45
81	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	44
82	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
83	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
84	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	46
85	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
86	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
87	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	45
88	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
89	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	47
90	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	46
91	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
92	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	45
93	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	45
94	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	46



No	KEPUASAN KONSUMEN (Y)						TOTAL Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
1	4	4	4	4	5	5	26
2	5	5	5	4	4	4	27
3	5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	5	5	4	4	26
5	5	3	4	4	5	4	25
6	4	4	4	5	4	4	25
7	5	5	5	4	4	4	27
8	4	4	4	4	5	5	26
9	5	5	4	5	4	4	27
10	4	4	5	4	4	4	25
11	4	4	4	4	5	4	25
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	5	4	4	25
14	4	4	4	5	4	4	25
15	4	3	3	4	3	3	20
16	5	4	4	4	4	4	25
17	5	4	4	4	4	4	25
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	4	4	4	4	4	25
20	4	4	4	4	4	4	24
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	3	4	4	3	3	21
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	3	3	22
25	3	4	4	3	3	3	20
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	5	4	5	4	4	26
28	4	4	5	4	5	5	27
29	5	4	4	4	4	4	25
30	4	4	3	4	4	4	23
31	4	4	4	4	4	4	24
32	3	4	4	4	4	4	23
33	3	4	4	4	4	4	23
34	3	4	4	4	4	4	23
35	4	4	4	4	3	3	22
36	4	3	4	4	3	3	21

37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	3	4	4	4	4	4	23
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	4	4	4	4	4	23
43	3	4	4	4	4	4	23
44	3	4	4	4	4	4	23
45	4	3	3	4	4	4	22
46	3	4	4	4	4	4	23
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	3	3	22
49	4	4	4	5	4	4	25
50	4	3	4	4	4	4	23
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	3	23
54	4	4	3	4	4	3	22
55	4	4	4	4	4	4	24
56	3	3	4	4	4	4	22
57	4	3	4	3	4	4	22
58	4	4	4	5	4	4	25
59	4	4	4	4	3	3	22
60	4	3	4	4	4	4	23
61	4	3	5	3	3	4	22
62	4	4	4	4	5	5	26
63	4	4	4	4	5	5	26
64	4	3	4	4	4	4	23
65	4	4	4	4	4	4	24
66	3	3	4	4	4	4	22
67	3	3	4	4	4	4	22
68	4	4	4	3	4	4	23
69	3	3	5	4	4	4	23
70	4	4	4	4	4	5	25
71	4	3	4	4	4	4	23
72	4	3	4	4	4	4	23
73	4	4	4	4	4	4	24
74	3	3	4	4	4	4	22

75	4	3	4	4	4	4	23
76	5	4	4	4	4	4	25
77	3	3	4	4	4	4	22
78	5	4	4	4	4	4	25
79	5	4	4	4	4	4	25
80	3	3	4	4	4	4	22
81	5	4	4	4	4	4	25
82	4	4	4	4	5	5	26
83	5	4	4	4	4	4	25
84	5	4	4	4	4	4	25
85	4	4	4	3	4	4	23
86	5	4	4	4	4	4	25
87	3	3	4	4	4	4	22
88	4	4	4	4	5	5	26
89	4	4	4	4	5	5	26
90	3	3	4	4	5	4	23
91	4	4	5	5	4	4	26
92	5	4	4	4	4	4	25
93	4	4	4	4	3	3	22
94	5	5	4	4	4	4	26



Lampiran 3. Karakteristik responden dan Distribusi Frekuensi

1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	33	35,1%
2	Perempuan	61	64,9%
	Total	94	100%

Umur Responden

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase
1	15-19 Tahun	5	5,3%
2	20-25 Tahun	65	69,1%
3	26-30 Tahun	17	18,1%
4	31-35 Tahun	5	5,3%
5	36-40 Tahun	2	2,1%
	Total	94	100%

Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SD	3	3,2%
2	SMP	4	4,3%
3	SMA	63	67%
4	Diploma/Sarjana	24	25,5%
	Total	94	100%

Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Petani/Nelayan	5	5,3%
2	PNS	2	2,1%
3	Wiraswasta	3	3,2%
4	Karyawan	20	21,3%
5	Pelajar/Mahasiswa	37	39,4%
6	Guru	2	2,1%
7	IRT	6	6,3%
8	Pegawai Bank BRI	5	5,3%
9	Polisi	2	2,1%
10	Staff Perpustakaan	1	1,1%
11	Arsitek	1	1,1%
12	Ners	1	1,1%
13	Bidan	1	1,1%
14	Pengangguran	1	1,1%
	Total	94	100%

Jumlah Kunjungan

No	Kunjungan	Jumlah Responden	Persentase
1	< 1 tahun	49	52,1%
2	1 - 2 tahun	39	41,5%
3	3 - 4 tahun	5	5,3%
4	> 4 tahun	1	1,1%
	Total	94	100%

Jumlah Pembelian

No	Pembelian	Jumlah Responden	Persentase
1	1 - 2 kali	31	33%
2	3 - 4 kali	37	39,4%
3	5 - 6 kali	14	14,9%
4	> 6 kali	12	12,8%
	Total	94	100%

2. Disitribusi Frekuensi

a. Distribusi Frekuensi Variabel Keragaman Produk (X1)

Statistics									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
N	Valid	94	94	94	94	94	94	94	94
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	4.36	3.93	4.05	4.04	3.68	4.10	3.89	4.27

X1.1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	9	9.6	9.6	10.6
	Setuju	39	41.5	41.5	52.1
	Sangat Setuju	45	47.9	47.9	100
	Total	94	100	100	

X1.1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	28	29.8	29.8	30.9
	Setuju	42	44.7	44.7	75.5
	Sangat Setuju	23	24.5	24.5	100
	Total	94	100	100	

X1.2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	23	24.5	24.5	24.5
	Setuju	43	45.7	45.7	70.2
	Sangat Setuju	28	29.8	29.8	100
	Total	94	100	100	

X1.2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	19	20.2	20.2	21.3
	Setuju	49	52.1	52.1	73.4
	Sangat Setuju	25	26.6	26.6	100
	Total	94	100	100	

X1.3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.4	6.4	6.4
	Kurang Setuju	25	26.6	26.6	33
	Setuju	56	59.6	59.6	92.6
	Sangat Setuju	7	7.4	7.4	100
	Total	94	100	100	

X1.3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Kurang Setuju	8	8.5	8.5	9.6
	Setuju	66	70.2	70.2	79.8
	Sangat Setuju	19	20.2	20.2	100
	Total	94	100	100	

X1.4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	15	16	16	16
	Setuju	74	78.7	78.7	94.7
	Sangat Setuju	5	5.3	5.3	100
	Total	94	100	100	

X1.4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	65	69.1	69.1	71.3
	Sangat Setuju	27	28.7	28.7	100
	Total	94	100	100	

b. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Statistics											
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
N	Valid	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.61	4.47	4.55	4.56	4.57	4.53	4.52	4.57	4.49	4.44

X2.1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	29	30.9	30.9	33
	Sangat Setuju	63	67	67	100
	Total	94	100	100	

X2.1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	42	44.7	44.7	46.8
	Sangat Setuju	50	53.2	53.2	100
	Total	94	100	100	

X2.2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	34	36.2	36.2	38.3
	Sangat Setuju	58	61.7	61.7	100
	Total	94	100	100	

X2.2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	33	35.1	35.1	37.2
	Sangat Setuju	59	62.8	62.8	100
	Total	94	100	100	

X2.3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	32	34	34	36.2
	Sangat Setuju	60	63.8	63.8	100
	Total	94	100	100	

X2.3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	36	38.3	38.3	40.4
	Sangat Setuju	56	59.6	59.6	100
	Total	94	100	100	

X2.4.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	37	39.4	39.4	41.5
	Sangat Setuju	55	58.5	58.5	100
	Total	94	100	100	

X2.4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	32	34	34	36.2
	Sangat Setuju	60	63.8	63.8	100
	Total	94	100	100	

X2.5.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	40	42.6	42.6	44.7
	Sangat Setuju	52	55.3	55.3	100
	Total	94	100	100	

X2.5.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	45	47.9	47.9	50
	Sangat Setuju	47	50	50	100
	Total	94	100	100	

c. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Statistics							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
N	Valid	94	94	94	94	94	94
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.99	3.81	4.03	4.03	4	3.97

Y1.1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	19	20.2	20.2	20.2
	Setuju	57	60.6	60.6	80.9
	Sangat Setuju	18	19.1	19.1	100
	Total	94	100	100	

Y1.1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	23	24.5	24.5	24.5
	Setuju	66	70.2	70.2	94.7
	Sangat Setuju	5	5.3	5.3	100
	Total	94	100	100	

Y1.2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	5.3	5.3	5.3
	Setuju	81	86.2	86.2	91.5
	Sangat Setuju	8	8.5	8.5	100
	Total	94	100	100	

Y1.2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	6.4	6.4	6.4
	Setuju	79	84	84	90.4
	Sangat Setuju	9	9.6	9.6	100
	Total	94	100	100	

Y1.3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	11.7	11.7	11.7
	Setuju	72	76.6	76.6	88.3
	Sangat Setuju	11	11.7	11.7	100
	Total	94	100	100	

Y1.3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	12	12.8	12.8	12.8
	Setuju	73	77.7	77.7	90.4
	Sangat Setuju	9	9.6	9.6	100
	Total	94	100	100	



Lampiran 4. Validitas dan Reliabilitas

1. Keragaman Produk (X1)

Correlations		
		Keragaman Produk
X1.1	Pearson Correlation	.605**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X1.2	Pearson Correlation	.594**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X1.3	Pearson Correlation	.629**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X1.4	Pearson Correlation	.539**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X1.5	Pearson Correlation	.657**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X1.6	Pearson Correlation	.635**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X1.7	Pearson Correlation	.529**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X1.8	Pearson Correlation	.333**
	Sig. (2-tailed)	0.001
	N	94
X1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	94

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.813	8

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations		Kualitas Pelayanan
X2.1	Pearson Correlation	.838**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2.2	Pearson Correlation	.808**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2.3	Pearson Correlation	.776**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2.4	Pearson Correlation	.808**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2.5	Pearson Correlation	.809**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2.6	Pearson Correlation	.753**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2.7	Pearson Correlation	.809**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2.8	Pearson Correlation	.801**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2.9	Pearson Correlation	.827**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2.10	Pearson Correlation	.750**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
X2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	94

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.937	10

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations		
		Kepuasan Konsumen
Y1.1	Pearson Correlation	.589**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
Y1.2	Pearson Correlation	.651**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
Y1.3	Pearson Correlation	.450**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
Y1.4	Pearson Correlation	.482**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
Y1.5	Pearson Correlation	.650**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
Y1.6	Pearson Correlation	.673**
	Sig. (2-tailed)	<.001
	N	94
Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	94

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.611	6

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linear Berganda

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.57188403
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.058
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.220
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.209
	Upper Bound	.231

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.591	.768		8.587	<.001		
	KERAGAMAN PRODUK	.465	.017	.939	26.581	<.001	.996	1.004
	KUALITAS PELAYANAN	.049	.011	.163	4.605	<.001	.996	1.004

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

c. Uji Autokorelasi

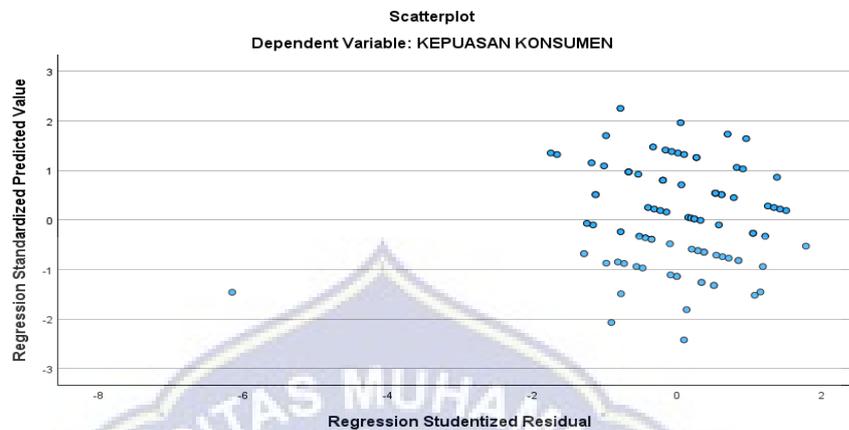
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.942 ^a	.887	.885	.578	1.970

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

d. Uji Heterokedastisitas



2. Regresi Linear Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.942 ^a	.887	.885	.578	1.970

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

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	238.861	2	119.430	357.320	<.001 ^b
	Residual	30.416	91	.334		
	Total	269.277	93			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.591	.768		8.587	<.001		
	KERAGAMAN PRODUK	.465	.017	.939	26.581	<.001	.996	1.004
	KUALITAS PELAYANAN	.049	.011	.163	4.605	<.001	.996	1.004

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN



Lampiran 6. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Model)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	238.861	2	119.430	357.320	<.001 ^b
	Residual	30.416	91	.334		
	Total	269.277	93			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

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

b. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.942 ^a	.887	.885	.578	1.970

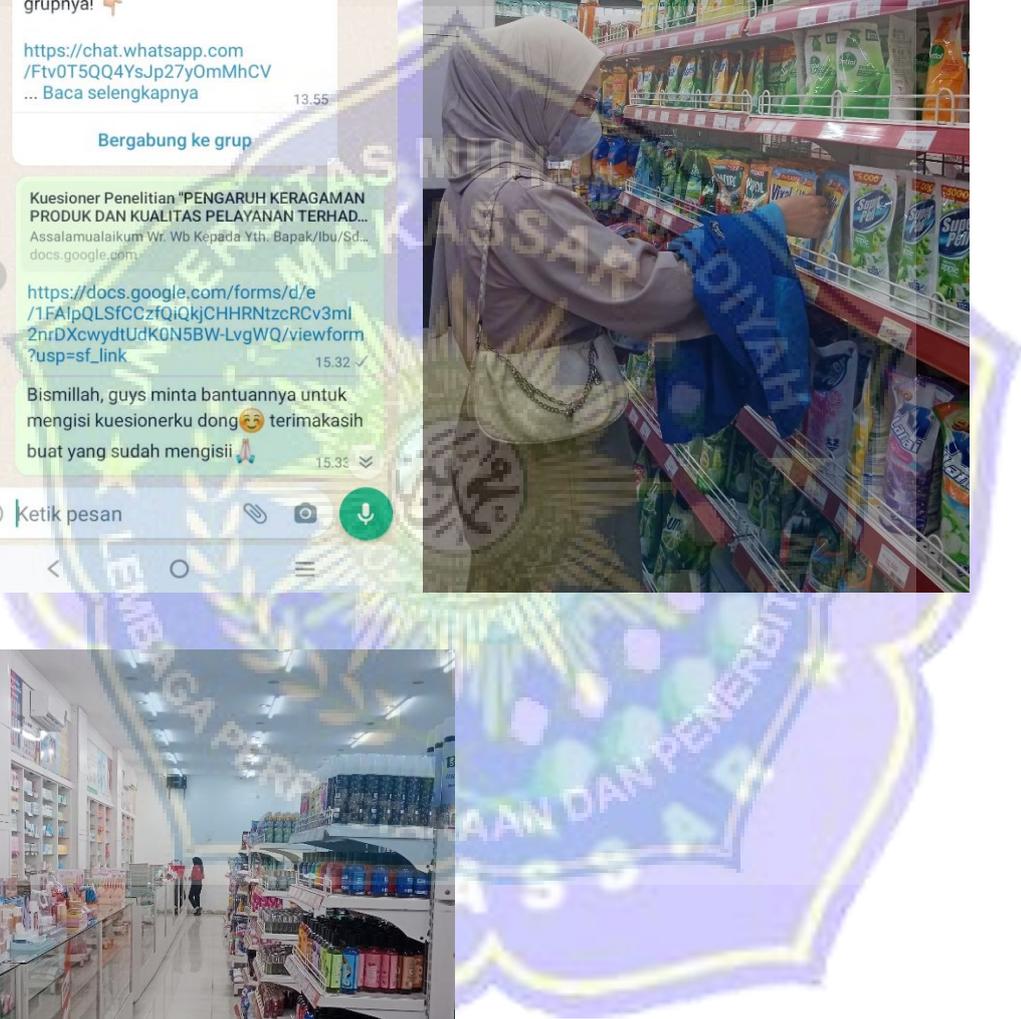
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KERAGAMAN PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Lampiran 7. Dokumentasi

DOKUMENTASI





Lampiran 8. Surat Izin Penelitian LP3M



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 111 Makassar, 15 Desember 2023

Lamp : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Murniati

Stambuk : 105721105720

Jurusan : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terimakasih.



Drs. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
 NPM. 651 507

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip

Lampiran 9. Surat Izin Penelitian PTSP Prov. Sulsel



**PEMERINTAH KABUPATEN GOWA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Alamat Jl. Masjid Raya No. 38 Tlp. 0411-887188 Sungguminasa 92111 Website: dpmptsp.gowakab.go.id email perizinan.kab.gowa@gmail.com

Nomor : 503/053/DPM-
Lampiran : PTSP/PENELITIAN/I/2024
n :
Perihal : Surat Keterangan Penelitian

KepadaYth.
Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa
di-

Tempat

Berdasarkan Surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sul-Sel Nomor: 287/S.01/PTSP/2024 tanggal 1 Mei 2024 tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan kepada saudara bahwa yang tersebut di bawah ini:

Nama : **MURNIATI**
Tempat/Tanggal Lahir : Makassar / 26 Juni
2002Jenis Kelamin : Perempuan
Nomor Pokok : 105721105720
Program Studi : Manajemen
Pekerjaan/Lembaga :
Mahasiswa(S1)
Alamat : 009

Bermaksud akan mengadakan Penelitian/Pengumpulan Data dalam rangka penyelesaian Skripsi/Tesis/Disertasi/Lembaga di wilayah/tempat Bapak/Ibu yang berjudul :

"Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Citra Cosmetic di Kabupaten Gowa"

Selamat : 4 Januari 2024 s/d 4 April 2024

a :
Pengikut

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum melaksanakan kegiatan kepada yang bersangkutan harus melapor kepada Bupati Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab.Gowa;
2. Penelitian tidak menyimpang dari surat yang diberikan.;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Surat Keterangan akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat keterangan ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian disampaikan dan untuk lancarnya pelaksanaan dimaksud diharapkan bantuan seperlunya.

Diterbitkan di Sungguminasa, tanggal : 10 Januari 2024

Ditandatangani secara elektronik Oleh:

a.n. Bupati Gowa
Kepala DPMPSTP Kabupaten Gowa,



H.INDRA SETIAWAN ABBAS.S.Sos.M.Si

Pangkat : Pembina Utama Muda
Nip : 19721026 199303 1 003

Tembusan Yth:

1. Bupati Gowa (sebagai laporan)
2. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar
3. Arsip

Lampiran 10. Surat Balasan Penelitian**CitraCosmetic**

Jl. Sultan Hasanuddin No.179, Pandang Pandang, Kec. Somba Opu,
Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan 90221 Telepon: 0821-9533-5470

Nomor : 001/PP/PT.CC/II/2024

Lampiran : -

Perihal : Permohonan Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth,
Pimpinan Universitas Muhammadiyah Makassar

Di
Tempat

**Assalamualaikum Wr.Wb
Dengan Hormat.**

Sehubung dengan surat permohonan dengan No 503/053,DPM-PTSP/PENELITIAN/1/2024 mengenai permohonan melaksanakan Penelitian, maka dengan ini kami sampaikan bahwa perusahaan kami bersedia menerima peserta bapak/ibu dengan data sbb:

Nama Mahasiswa : MURNIATI
No. Mahasiswa : 105721105720
Program Studi : MANAJEMEN

Demikian Surat ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



CitraCosmetic
MICHAEL CHENJAYA

Lampiran 11. Lembar Kontrol Validasi dan Data Abstrak



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA**

Jl. Sultan A'aududin 259 Makassar, Gedung I qra l t. 0|e-mil|: pvd.feb@uni smuh.ac.id

**LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF**

NAMA MAHASISWA		MURNIATI		
NIM		105721105720		
PROGRAM STUDI		MANAJEMEN		
JUDUL SKRIPSI		PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO CITRA COSMETIC DI KABUPATEN GOWA		
NAMA PEMBIMBING 1		Moh. Aris Pasigai, S.E., M.M		
NAMA PEMBIMBING 2		Syarhini Indrayani, S.E., M.Si		
NAMA VALIDATOR		A. Nur Achsanuddin UA, S.E., M.Si		
No	Dokumen	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)		✓	
2	Sumber data (data sekunder)		✓	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)		✓	
4	Hasil Statistik deskriptif		✓	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen		✓	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik		✓	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis		✓	
8	Hasil interpretasi data		✓	
9	Dokumentasi		✓	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui

Lampiran 12. Surat Keterangan Bebas Plagiasi dan Hasil Turnitin



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp (0411) 866972,881593, Fax (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Murniati
Nim : 105721105720
Program Studi : Manajemen

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	5 %	10 %
2	Bab 2	18 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 30 April 2024
Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



BAB I Murniati 105721105720

by TahapTutup



Submission date: 30-Apr-2024 08:36AM (UTC+0700)

Submission ID: 2366217387

File name: BAB_I_-_2024-04-30T093437.316.docx (20.09K)

Word count: 1536

Character count: 10043

BAB I Murniati 105721105720

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to iGroup Student Paper	1%
2	id.123dok.com Internet Source	1%
3	salingamanah.com Internet Source	1%
4	www.bukalapak.com Internet Source	1%
5	konsultasiskopsi.com Internet Source	1%
6	www.coursehero.com Internet Source	1%
7	www.panactual.com Internet Source	1%
8	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1%



Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off



BAB II Murniati 105721105720

by TahapTutup



Submission date: 30-Apr-2024 08:37AM (UTC+0700)

Submission ID: 2366218089

File name: BAB_II_-_2024-04-30T093439.798.docx (45.4K)

Word count: 2405

Character count: 16189

BAB II Murniati 105721105720

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

bajangjournal.com

Internet Source

5%

2

Annisa Rahma Diantika. "PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KETERSEDIAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HIKMAH MART JAJAR WATES", JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS, 2022

Publication

1%

3

garuda.kemdikbud.go.id

Internet Source

1%

4

Ni Made Maria Magdalena, Saortua Marbun. "PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA YAMUNA PASTRY", Journal Research of Management, 2022

Publication

1%

5

Submitted to Universitas Jambi

Student Paper

1%

6

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

1%





7	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1 %
8	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	1 %
9	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	1 %
10	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.stei.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.unpas.ac.id Internet Source	1 %
14	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1 %
15	jmbr.ppm-school.ac.id Internet Source	<1 %
16	simki.unpkediri.ac.id Internet Source	<1 %
17	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	<1 %

18	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %
20	Husnia Najmah. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tax Avoidance Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2018", STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 2020 Publication	<1 %
21	alimmmuhammad.blogspot.com Internet Source	<1 %
22	id.123dok.com Internet Source	<1 %
23	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	<1 %
24	repository.upstegal.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes OffExclude matches OffExclude bibliography Off

BAB III Murniati 105721105720

by TahapTutup



Submission date: 30-Apr-2024 08:38AM (UTC+0700)

Submission ID: 2366218855

File name: BAB_III_-_2024-04-30T093441.045.docx (38.49K)

Word count: 2548

Character count: 16654

BAB III Murniati 105721105720

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

journal.univetbantara.ac.id

Internet Source

1%

2

Submitted to Syiah Kuala University

Student Paper

1%

3

Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan
Tinggi Indonesia Jawa Timur

Student Paper

1%

4

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

1%

5

docplayer.info

Internet Source

1%

6

repository.iainpalopo.ac.id

Internet Source

1%

7

repository.trisakti.ac.id

Internet Source

1%

8

Submitted to Brookdale Community College

Student Paper

1%

9

Syarifah Syarifah, Bambang Utomo, Abdul
Haris, Rosichin Mansur. "Masyarakat Madani

1%



dalam Filsafat Pendidikan Barat dan Islam",
Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan,
2023

Publication

10	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
11	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1%
12	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1%
13	repository.uhn.ac.id Internet Source	<1%
14	docobook.com Internet Source	<1%
15	123dok.com Internet Source	<1%
16	Vilya Dwi Agustini. "Media Sosial Sebagai Tempat Literasi Ibadah di Era Pandemi (Pendekatan Uses and Gratifications Theory pada TV MU Channel Youtube)", Borobudur Communication Review, 2021 Publication	<1%
17	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1%
	repository.ub.ac.id	

18 Internet Source

<1%

19 repository.uin-suska.ac.id
Internet Source

<1%

Exclude quotes Off

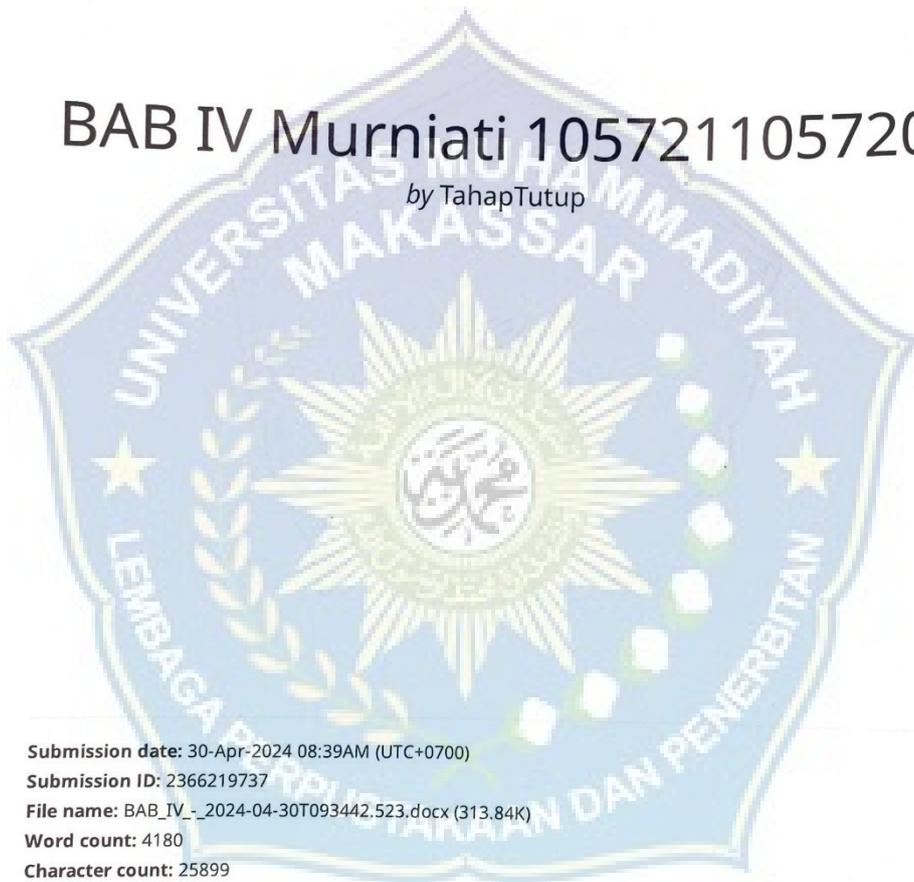
Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



BAB IV Murniati 105721105720

by TahapTutup



Submission date: 30-Apr-2024 08:39AM (UTC+0700)

Submission ID: 2366219737

File name: BAB_IV_-_2024-04-30T093442.523.docx (313.84K)

Word count: 4180

Character count: 25899

BAB IV Murniati 105721105720

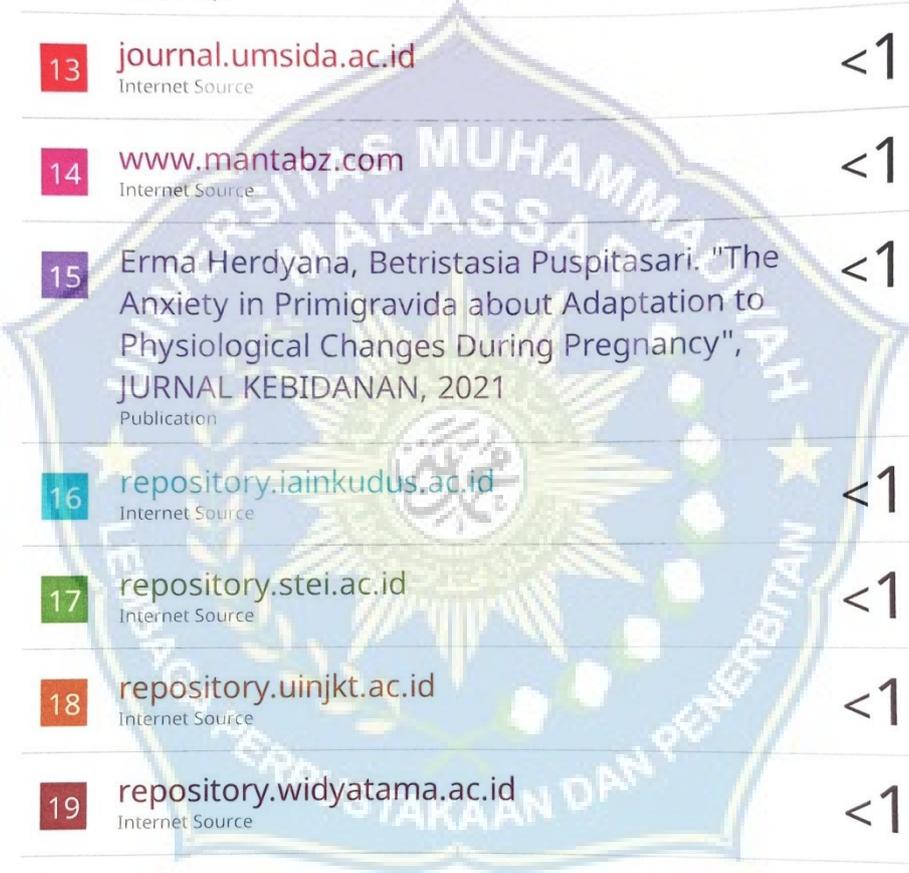
ORIGINALITY REPORT

9 %	9 %	4 %	3 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
2	www.scribd.com Internet Source	<1 %
3	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
4	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
5	core.ac.uk Internet Source	<1 %
6	docplayer.info Internet Source	<1 %
7	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
8	123dok.com Internet Source	<1 %
9	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %





10	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	<1 %
11	ojs.unm.ac.id Internet Source	<1 %
12	Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Student Paper	<1 %
13	journal.umsida.ac.id Internet Source	<1 %
14	www.mantabz.com Internet Source	<1 %
15	Erma Herdyana, Betristasia Puspitasari. "The Anxiety in Primigravida about Adaptation to Physiological Changes During Pregnancy", JURNAL KEBIDANAN, 2021 Publication	<1 %
16	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.stei.ac.id Internet Source	<1 %
18	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %
	gorontalo.tribunnews.com	

20	Internet Source	<1 %
21	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
22	Irna S. Jumadi, Jeannette F. Pangemanan, Grace O. Tambani. "ANALISIS PERAN PEREMPUAN DALAM RANTAI NILAI IKAN KALENG PRODUK TUNA CAKALANG DI PT. DELTA PASIFIC INDOTUNA DI KOTA BITUNG PROVINSI SULAWESI UTARA", AKULTURASI (Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan), 2017 Publication	<1 %
23	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
24	docobook.com Internet Source	<1 %
25	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
26	journals.umkt.ac.id Internet Source	<1 %
27	miniatursepeda.net Internet Source	<1 %
28	moam.info Internet Source	<1 %
29	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %



		<1 %
30	www.semanticscholar.org Internet Source	<1 %
31	Aulia Zuhra Nasution, Jamaluddin Jamaluddin, Jane Caterine Sihombing, Chery Adita Anjani Beru Sinulingga. "PENGARUH STRUKTUR MODAL, CURRENT RATIO, UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SEKTORMAKANAN DAN MINUMAN DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2013-2018", Jurnal Akuntansi AKTIVA, 2020 Publication	<1 %
32	Nur Sadiyah Hasibuan, Fitriasia Fitriasia, Mulyaning Wulan. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Growth dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility", STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 2020 Publication	<1 %
33	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
34	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
35	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %

36	pt.scribd.com Internet Source	<1%
37	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%
38	www.slideshare.net Internet Source	<1%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

On



BAB V Murniati 105721105720

by TahapTutup



Submission date: 30-Apr-2024 08:39AM (UTC+0700)

Submission ID: 2366220560

File name: BAB_V_-_2024-04-30T093446.268.docx (20.12K)

Word count: 580

Character count: 3706

BAB V Murniati 105721105720

ORIGINALITY REPORT

3%
SIMILARITY INDEX

3%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

0%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 adoc.tips
Internet Source

1%

2 repository.upi.edu
Internet Source

1%



Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



BIOGRAFI PENULIS



Murniati panggilan Murni lahir di Makassar pada tanggal 26 Juni 2002 dari pasangan suami istri Bapak Herman dan Ibu Muliati. Peneliti adalah anak kedua dari 2 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Desa Kalemandalle, Kecamatan Bajeng Barat, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Inpres Pannujuang lulus tahun 2014, SMPN 1 Galesong Utara lulus tahun 2017, SMAN 4 Takalar lulus tahun 2020, dan mulai tahun 2020 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

