



Mengeksplorasi Strategi Variasi Produk Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Studi Kualitatif di Palapa Toserba Wadung Asri

Rohmawati Rohmawati^{1*}, Siti Aisyah², Eli Masnawati³

¹⁻³ Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia

Alamat: Jl. Brigjen Katamso II, Bandilan, Kedungrejo, Kec. Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur
Korespondensi penulis: watirohma00956@gmail.com*

Abstract.. Customer loyalty is a key aspect for the success and desirability of a retail business. Product variations can be an effective approach to increasing customer loyalty. However, in-depth understanding of various product strategies that can increase customer loyalty is still limited. The aim of this research is to explore and understand the variations in product strategies that can be implemented by Palapa Toserba to increase customer loyalty. This research uses a qualitative approach, data is collected through interviews with customers and observation. The results of this research can increase customer loyalty. This research provides valuable insight for Palapa Toserba Wadung Asri and other retail companies in implementing effective product variety strategies to increase customer loyalty

Keywords: explore, Product Variation, customer loyalty

Abstrak. Loyalitas pelanggan merupakan aspek kunci bagi keberhasilan dan keinginan bisnis ritel. Variasi produk dapat menjadi salah satu pendekatan yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun pemahaman mendalam mengenai variasi strategi produk yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan masih terbatas. Tujuan penelitian ini untuk mengeksplorasi dan memahami variasi strategi produk yang dapat diterapkan oleh Palapa Toserba untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pelanggan serta observasi. Hasil penelitian ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi Palapa Toserba Wadung Asri dan perusahaan ritel lainnya dalam menarapkan strategi variasi produk yang efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan

Kata kunci: mengeksplorasi, variasi produk, loyalitas konsumen

1. LATAR BELAKANG

Industri ritel saat ini dihadapkan pada berbagai tantangan termasuk perubahan perilaku konsumen yang semakin dinamis, persaingan yang ketat dari bisnis yang sama serta mencukupi kebutuhan konsumen agar terus berinovasi untuk mempertahankan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan menjadi kunci utama bagi bisnis ritel untuk menangkal persaingan dan mempertahankannya posisinya dipasar, karena pelanggan yang royal berbelanja lebih sering membelanjakan banyak uang dan merekomendasikan toko kepada orang lain secara positif sehingga dapat meningkatkan brand awareness dan reputasi toko. Strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan menjadi krusial untuk keberhasilan jangka Panjang pada sebuah toko ritel, sehingga membutuhkan strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan agar dapat bersaing dan mempertahankan pangsa ritel, dengan perubahan perilaku konsumen dan kebutuhan yang beragam menuntut untuk terus berinovasi dalam menjaga daya Tarik dan kepuasan pelanggan yang mana hal ini terjadi di salah satu toko ritel yaitu toko Palapa Toserba

. Palapa Toserba Merupakan sebuah toko serba ada yang terletak di Jl. Letjen Suprpto No 7A, Kundi, KepuhKiriman, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Toko ini menawarkan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari, seperti produk makanan, kebutuhan rumah tangga, alat-alat elektronik, fashion dan sebagainya. Toko ini memiliki lahan parkir yang cukup luas yang dapat menampung semua kendaraan pelanggan dan mendukung kenyamanan pelanggan saat berbelanja, pelanggan toko palapa toserba memiliki berbagai latar belakang usia, Pendidikan, dan penghasilan. Palapa Toserba Wadung Asri sangat berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang efektif dan berusaha membangun hubungan yang baik dengan pelanggan agar dapat meningkatkan dan mempertahankan basis pelanggan ditengan persaingan pasar ritel. Namun perubahan pada perilaku konsumen dan kebutuhan yang beragam menuntut toko Palapa Toserba Wadung Asri untuk terus berinovasi dalam menjaga daya Tarik dan kepuasan pelangga, sehingga salah satu startegi yang dapat digunakan untuk mencapai hal tersebut melalui variasi produk

Menyediakan variasi produk yang luas dan beragam dapat menjadi strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, dan pelanggan cenderung loyalk terhadap toko yang menawarkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, variasi produk dapat di definisikan sebagai strategi dimana toko menyediakan berbagai macam produk dan versi yang mereka tawarkan serta variasi produk tidak hanya mencakup perbedaan dalam fitur, tetapi juga dalam ukuran, harga, warna dan kategori. Dengan menggunakan startegi ini dapat memberikan pilihan yang lebih luas terhadap pelanggan sehingga mereka dapat menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan pereferensi individual masing-masing pelanggan serta mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dengan menawarkan variasi produk yang relevan, Palapa Toserba Wadung Asri dapat membangun citra merek yang kuat dimata konsumen, oleh karena itu penelitian ini menjadi penting ntuk mengidentifikasi kebutuhan, preferensi dan perilaku pelanggan terkait dengan variasi produk. Dengan memahami faktor-faktor loyalitas pelanggan Palapa Toserba dapat Menyusun strategi peningkatan variasi produk yang sesuai dengan kondisi pasar dan daya saing

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendalami bagaimana implementasi variasi produk di Palapa Toserba Wadung Asri yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi pandangan, preferensi dan pengalaman pelanggan terhadap variasi produk yang ditawarkan oleh toko ini dalam konteks toko ritel lokal

Sehingga hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi toko Palapa Toserba dalam mengoptimalkan strategi variasi produk, dengan informasi yang diperoleh juga dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan pengalaman pelanggan serta dapat memperkuat posisi toko dalam pasar yang kompetitif

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Griffin (2002) loyalitas pelanggan merupakan mesin penggerak kesuksesan suatu bisnis, dimana usaha mempertahankan konsumen merupakan bagian penting, Loyalitas pelanggan di definisikan sebagai pembelian ulang oleh pelanggan selama periode tertentu (Yi dan Jeon, 2003; Ladhari, Ladhari, dan Moreles, 2011) Indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan menurut (Kotler & Keller, 2018) dan (Griffin, 2005) :

1. Melakukan pembelian ulang
2. Kuat dalam menghadapi pengaruh negative terhadap perusahaan
3. Memberikan review positif dan merekomendasikan jasa perusahaan kepada orang lain
4. Mencoba lini produk atau jasa baru yang dikeluarkan perusahaan

Variasi produk adalah strategi yang diterapkan oleh banyak perusahaan ritel untuk meningkatkan daya Tarik mereka di mata konsumen, Menurut Jacobs dan Chase (2018) Variasi produk adalah jumlah produk berebeda yang ditawarkan perusahaan dalam keseluruhan bauran produknya, Studi oleh Kotler dan Keller (2016) menyoroti pentingnya variasi produk sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan yang beragam dari pelanggan, mereka menekankan bahwa variasi produk dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan pilihan yang lebih luas, dan variasi produk merupakan strategi yang diterapkan oleh banyak perusahaan ritel untu meningkatkan daya tarik produk mereka di mata konsumen. Variasi produk dapat mencakup beberapa aspek seperti variasi daalm vitur, warna, ukuran, harga, dan lainnya. Dengan memberikan pilihan yang lebih luas kepada pelanggan, toko dapat meningkatkan preferensi dan kepuasan pelanggan. Menurut Engel *et al* dalam Setianingsih (2016), indikator variasi produk terdiri dari :

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

Penelitian yang dilakukan oleh ngayen *et al* (2018), menemukan bahwa variaais produk secara positif mempengaruhi perilaku pembelian dan tingkat kepuasan pelanggan, mereka menemukan bahwa konsumen cenderung lebih puas dengan variasi produk yang ditawarkan (Browen & Chen 2001). Dan ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek toko tersebut. Dan menunjukkan bahwa variasi produk dapat secara signifikan mempengaruhi perilaku pembelian dan tingkat kepuasan pelanggan. Mereka menemukan bahwa konsumen lebih puas dan lebih setia untuk tetap terhadap merek yang menawarkan variasi produk yang relevan dengan preferensi mereka. Semakin banyak produk yang dimiliki pelanggan dari suatu merek atau toko, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap setia (Jacob & Kyner 1973)

Penelitian oleh Wang *et al* (2020). Mengemukakan bahwa strategi pemasaran yang berfokus pada personalisasi produk dan penyesuain terhadap preferensi pelanggan dapat membantu meningkatkan kinerja toko dan memperkuat loyalitas pelanggan Wang *et al* (2020). Mereka menekankan pentingnya memahami dengan baik pereferensi pelanggan dan menyesuaikan variasi produk yang ditawarkan untuk mencapai keunggulan kompetitif, dan memperluas lini produk untuk menjangkau segmen pelanggna yang beragam (Kotler & Keller, 2016). Mereka mengidentifikasi bahwa personalisasi produk dan penyesuaian terhadap preferensi pelanggan dapat menjadi kunci keberhasilan dalam memabangun loyalitas pelanggan yang kuat

Dari tinjauan literatur ini, dapat disimpulkan bahwa variasi produk memiliki potensi besar untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam konteks toko ritel seperti Palapa Toserba Wadung Asri. Strategi ini tidak hanya membantu memenuhi kebutuhan individual pelanggan tetapi juga memperkuat ikatan emosional mereka terhadap merek. Namun, keberhasilan strategi ini tergantung pada pemahaman yang mendalam tentang preferensi pelanggan dan implementasi yang tepat dari variasi produk yang ditawarkan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali pemahaman mendalam tentang bagaimana implementasi variasi produk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Palapa Toserba Wadung Asri. pendekatan Kualitatif dapat mengeksplorasi pandangan, preferensi dan pengalaman pelanggan secara lebih detail dan kontekstual, penelitian ini dilakukan di Palapa Toserba yang terletak di Jl Letjen Suprpto No 7A, Kundi, KepuhKiriman, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan wawancara mendalam dengan pelanggan untuk mengeksplorasi perspektif, pengalaman dan pandangan mereka terkait dengan variasi produk yang tersedia di Palapa Toserba Wadung Asri. Observasi lapangan untuk mengamati preferensi dan persepsi pelanggan terhadap variasi produk yang tersedia di Palapa Toserba. Sedangkan data sekunder di dapatkan dengan menganalisis terhadap tren dan praktik industri ritel terkait variasi produk dan loyalitas pelanggan dari tinjauan literatur akademik industri terkait variasi produk di sector ritel

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan beberapa pelanggan yang pernah melakukan pembelian di toko Palapa Toserba Wadung Asri. Metode observasi, peneliti melakukan observasi secara langsung di toko untuk memahami bagaimana variasi produk dipresentasikan kepada pelanggan, interaksi pelanggan dengan variasi produk tersebut dan tanggapan pelanggan terhadap penawaran variasi produk

Analisis data kualitatif yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis naratif, analisis ini akan membantu mengidentifikasi pola-pola temuan dari wawancara dan observasi. Temuan-temuan ini akan dikaitkan dengan kerangka teoritis yang telah dibahas dalam tinjauan literature

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di toko Palapa Toserba yang terletak di Jl Letjen Suprpto No 7A, Kundi, KepuhKiriman, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk memainkan peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan di toko ritel. Pelanggan merasa puas dengan ketersediaan beragam pilihan produk yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong pembelian ulang sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan

1. Variasi produk dan preferensi pelanggan

Toko Palapa Toserba merupakan toko yang menawarkan beberapa macam produk dari berbagai kategori produk seperti makanan, peralatan rumah tangga, elektronik dan fashion, namun dari hasil wawancara, pelanggan menilai bahwa variasi produk saat ini belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, hal ini mempengaruhi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap variasi produk adalah

kesesuaian dengan gaya hidup, harga yang terjangkau dan ketersediaan produk baru. Sehingga hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk memainkan peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan, dan pelanggan menghargai beragam pilihan produk yang sesuai dengan preferensi mereka yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan pembelian ulang serta toko ritel harus mengelola variasi produk secara strategis, dengan mempertimbangkan profil pelanggan, tren pasar dan siklus hidup produk. Studi di berbagai toko ritel dengan banyak penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variasi produk berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan

2. Dampak Variasi Produk Dalam Mendorong Loyalitas Pelanggan

Peningkatan kepuasan pelanggan menunjukkan peningkatan kepuasan dengan adanya variasi produk yang lebih banyak yang sesuai dengan kebutuhan mereka, frekuensi kunjungan menunjukkan ke Palapa Toserba Wadung Asri setelah implementasi strategi variasi produk, loyalitas merek dengan banyak pelanggan menunjukkan kecenderungan untuk tetap setia pada Palapa Toserba Wadung Asri karena variasi produk yang memenuhi ekspektasi mereka dengan memahami pemahaman pelanggan tentang variasi produk sebagai ketersediaan beragam jenis, model, ukuran, warna, dan fitur dari suatu produk di toko ritel sehingga pelanggan menghargai variasi produk karena memberikan kesempatan untuk memilih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan individual. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa variasi produk yang optimal dapat meningkatkan pengalaman berbelanja dan mendorong loyalitas pelanggan

Dampak Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Pelanggan yang puas dengan variasi produk di Palapa Toserba merasa lebih dihargai dan diprioritaskan oleh toko. Variasi produk yang baik meningkatkan pengalaman berbelanja dan mendorong rasa loyalitas terhadap toko. Pelanggan merasa bahwa Palapa Toserba berusaha memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka dengan menyediakan produk yang beragam. Peran Variasi Produk dalam Membangun Loyalitas Pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variasi produk yang baik merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan yang puas dengan ketersediaan produk cenderung lebih sering berbelanja di Palapa Toserba dan merekomendasikan toko tersebut kepada orang lain. Selain itu, variasi produk yang luas memungkinkan pelanggan untuk menemukan produk-produk baru yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga mendorong pembelian ulang

3. Strategi Variasi Produk Untuk Membangun Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi variasi produk yang efektif toko ritel harus menyediakan variasi produk yang sesuai dengan profil pelanggan dan kebutuhan pasar, variasi produk perlu dikelola secara strategis dengan mempertimbangkan faktor seperti kategori produk, tren pasar, dan siklus hidup produk, pengaturan tata letak dan display produk yang menarik juga berkontribusi pada pengalaman berbelanja pelanggan. Strategi produk dapat diversifikasi produk dengan Palapa Toserba Wadung asri telah mengimplementasikan berbagai strategi variasi produk seperti memperkenalkan produk baru, mengganti kemasan produk, menambah variasi dalam merek dan harga, serta menawarkan berbagai kategori produk termasuk kebutuhan sehari-hari memberukan dengan rentan harga yang berbeda untuk menarik berbagai segmen pelanggan

4. Tantangan dan peluang strategi

Meskipun pelanggan menghargai variasi produk yang ada, beberapa pelanggan juga mengungkapkan bahwa Palapa Toserba masih perlu meningkatkan ketersediaan produk di beberapa kategori, sehingga Palapa Toserba terus memadukan tren pasar dan preferensi pelanggan agar dapat menyesuaikan portofolio produk secara efektif dan dengan mengelola variasi produk yang optimal, palapa toserba dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Implementasi strategi variasi produk di palapa toserba wadung asri dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menawarkan berbagai pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan sehingga toko ini mampu memenuhi harapan pelanggan dengan lebih baik dan pelanggan menunjukkan peningkatan kunjungan ke Palapa Toserba Wadung asri setelah variasi produk diterapkan. Hal ini menunjukkan bahwa variasi produk yang lebih banyak membuat pelanggan lebih tertarik untuk berbelanja secara rutin

Penelitian masa depan bisa menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan data yang lebih terukur tentang pengaruh variasi produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga mendapatkan pengaruh jangka Panjang dari variasi produk terhadap loyalitas pelanggan, termasuk dengan perubahan tren, preferensi pelanggan, mempengaruhi strategi variasi produk

DAFTAR REFERENSI

- Bowen, JT, & Chen, SL (2001). Hubungan antara loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. *Jurnal internasional manajemen perhotelan kontemporer*
- Griffin jill. (2002). *Customer loyalty : How to earn it, How to keep it. New and Revised Edition.* McGraw-Hill: Kentucky
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : Growing and maintaining Customer Loyalty.* Jakarta: Erlangga
- Jacoby, FR, & Chase, RB (2018). *Operations and Supply Chain Management (edisi ke -15).* McGraw-Hill Education
- Jacoby, J, & Kyner, DB (1973). Loyalitas merek vs Perilaku pembelian berulang. *Jurnal Riset Pemasaran*, 10(1), 1-9
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management.* Pearson Education.
- Kotler, p., & Keller, K.L. (2018). *Marketing Management, Global Edition (15th editi).* Harlow, united Kingdom: pearson
- Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2018). Product variety strategy in retail: How does it influence store loyalty? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 175-183.
- Setianingsih, Nur Fajar (2016). Pengaruh persepsi harga, keragaman produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen dunkin donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta)
- Wang, Y., Hui, M. K., & Zhou, N. (2020). Product variety strategy, customization, and store performance. *Journal of Business Research*, 107, 131-140.
- Yi, Y and Jeon, H. (2003). Effects of loyalty Programme on value perception, Program loyalty and brand loyalty. *Journal of the Academy of Marketing science*, vol.31, No3, pp.229-240