

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, PROMOSI, INOVASI
TEKNOLOGI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
MINIMARKET PONOROGO JAYA KELURAHAN TALANG
BETUTU KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



**Diajukan Oleh :
CHOIRUL RIZKY VIHAD
NPM. 2201110148**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG**

2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

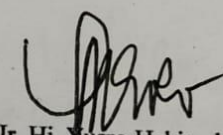
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : CHOIRUL RIZKY VIHAD
No. Pokok/NIM : 2201110148
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Diferensiasi Produk, Promosi, Inovasi
Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang
Betutu Kota Palembang.

Pembimbing Skripsi

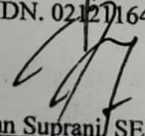
Tanggal 20/26
8

Pembimbing I :


Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, MM
NIDN. 0212016401

Tanggal 20/26
8

Pembimbing II :


Yun Suprani, SE, M.Si
NIDN. 0207066701

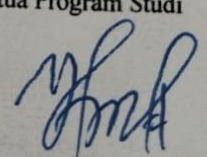
Mengetahui,



Dekan,


Dr. Hj. Msy. Mikial, SE, M.Si.Ak.CA.CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi


Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M. Si
NIDN. 0226028303

159 /PS/DFEB/26

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

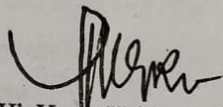
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : CHOIRUL RIZKY VIHAD
No. Pokok/NIM : 2201110148
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Diferensiasi Produk, Promosi, Inovasi
Teknologi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang
Betutu Kota Palembang.

Penguji Skripsi

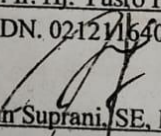
Tanggal.....20/26
/8

Ketua Penguji :


Dr. Ir. Hj. Yusto Hakimah, MM
NIDN. 0212116401

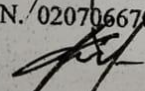
Tanggal.....20/26
/8

Penguji I :


Yun Suprani, SE, M.Si
NIDN. 0207066701

Tanggal.....20/26
/8

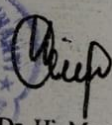
Penguji II :


Venny Mayasari, SE., MM
NIDN. 0204078902

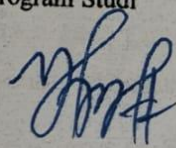
Mengesahkan,

Dekan,




Dr. Hj. Msy. Mikial, SE, M.Si.Ak.CA.CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi


Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M. Si
NIDN. 0226028303

159 /PS/DFEB/ 26

MOTTO

"Kesuksesan bukan tentang seberapa cepat mencapai tujuan, tetapi tentang ketekunan untuk terus melangkah ketika keadaan terasa sulit, keberanian untuk bangkit setelah kegagalan, serta ketulusan dalam berbuat baik kepada sesama. Karena pada akhirnya, perjalanan yang dijalani dengan kerja keras, kesabaran, dan hati yang tulus akan memberikan makna yang jauh lebih berharga daripada sekadar hasil yang dicapai."

Kupersembahkan Hasil Skripsi Kepada

- Allah SWT Puji dan syukur penulis panjatkan senantiasa memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini
- Tereimakasih Kepada Orang Tua ku Tersayang dan Tercinta Yang Mendorong Saya Menjadi Pribadi Yang Lebih baik dan tidak ada letih nya selalu memberi saya pelajaran yang terbaik selama perjalanan hidupnya
- Terimakasih juga kepada kakak saya Nurvi karna dengan adanya dia di dunia ini saya bisa menyelesaikan semua masalah yang saya hadapi belakangan ini
- Dosen – Dosen Universitas Tridianti Terutama Buat Dosen Pembimbing PA Maupun Pembimbing Skripsi
- Dan Untuk Pasangan Saya Yang Sudah Merubah Mindset Saya Menjadi Lebih Baik
- Diriku Sendiri Dan Teman Saya Luthfi Yang Sudah Membimbing Saya Walaupun Saya Hilang Arah
- Dan Almamater yang saya banggakan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Diferensiasi Produk, Promosi, dan Inovasi Teknologi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Ponorogo Jaya Talang Betutu Kota Palembang**" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Manajemen (S.M.)** pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Dr. Ir. H. Edrizal AE, M.S.**, selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu **Dr. Hj. Msy. Mikial, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu **Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Ibu **Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M.**, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Ibu **Yun Suprani, S.E., M.Si.**, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

6. Seluruh dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pelayanan, dan bantuan kepada penulis selama menempuh pendidikan.
7. Kedua orang tua tercinta beserta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta semangat kepada penulis.
8. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen.

Palembang, 2026

Choirul Rizky Vihad

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : CHOIRUL RIZKY VIHAD
No. Pokok/NIM : 2201110148
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : Pengaruh Diferensiasi Produk, Promosi,
Inovasi Teknologi Terhadap Kepuasan
Pelanggan Pada Minimarket Ponorogo
Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota
Palembang.

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Juli 2026



Choirul Rizky Vihad

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	XIV
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.2 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.5 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2 Diferensiasi Produk	12
2.2.1 Definisi Diferensiasi Produk.....	12
2.2.2 Faktor-Faktor Diferensiasi Produk.....	13
2.2.3 Manfaat Diferensiasi Produk.....	14
2.2.4 Dimensi Diferensiasi Produk.....	15
2.2.5 Indikator Diferensiasi Produk.....	15
2.3 Promosi.....	16
2.3.1 Definisi Promosi	16
2.3.2 Faktor-Faktor Promosi.....	16
2.3.3 Manfaat Promosi	17
2.3.4 Dimensi Promosi	18
2.3.5 Indikator Promosi.....	18
2.4 Inovasi Teknologi	19

2.4.1 Definisi Inovasi Teknologi.....	19
2.4.2 Faktor-Faktor Inovasi Teknologi.....	19
2.4.3 Manfaat Inovasi Teknologi.....	20
2.4.4 Dimensi Inovasi Teknologi.....	21
2.4.5 Indikator Inovasi Teknologi.....	21
2.5 Penelitian Terdahulu.....	22
2.6 Kerangka Berpikir	25
2.7 Hipotesis.....	27
BAB II I METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.1.1 Tempat Penelitian.....	28
3.1.2 Waktu Penelitian.....	28
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.2.1 Sumber Data	29
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	31
3.3.3 Teknik Sampling	32
3.4 Rancangan Penelitian	32
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	33
3.6 Instrumen Penelitian	38
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	40
3.7.2 Uji Kualitas Data.....	41
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	42
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.7.4 Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Bisnis	47
4.1.1 Sejarah singkat bisnis.....	47
4.1.2 Visi Bisnis	48
4.1.3 Misi Bisnis	48
4.1.4 Struktur Organisasi Usaha.....	49
4.1.5 Tugas Pokok dan Tanggung Jawab.....	50
4.2 Pembahasan dan Hasil Penelitian	51
4.2.1 Karakteristik Responden.....	51

4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	53
4.3.1 Uji Validitas	53
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.1 Uji Normalitas	57
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	59
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	61
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.5 Uji Hipotesis	64
4.5.1 Uji Simultan (Uji F).....	64
4.5.2 Uji Parsial (Uji t).....	65
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
4.6.1 Pengaruh Diferensiasi Produk, Promosi, dan Inovasi Teknologi terhadap Kepuasan Pelanggan	69
4.6.2 Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	70
4.6.3 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	71
4.6.4 Pengaruh Inovasi Teknologi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Omzet Minimarket Ponorogo	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	29
Tabel 3. 2 Definisi Oprasional Variabel	34
Tabel 3. 3 Skala Likert	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 3 Uji Validitas Deferensiasi Produk.....	53
Tabel 4. 4 Uji Validitas Promosi	54
Tabel 4. 5 Uji Validitas Inovasi Teknologi	55
Tabel 4. 6 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	57
Tabel 4. 8 Uji Normalitas	58
Tabel 4. 9 Uji Multikolienaritas	60
Tabel 4. 10 Uji Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4. 12 Uji Simultan(F)	64
Tabel 4. 13 Uji Parsial (T)	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Usaha	50
Gambar 4. 2 Grafik Normalitas	59
Gambar 4. 3 Grafik Heteroskedastisitas	60

ABSTRAK

Choirul Rizky Vihad. 2026. *Pengaruh Diferensiasi Produk, Promosi, dan Inovasi Teknologi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tridinanti. Dibimbing oleh Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M. dan Yun Suprani, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, promosi, dan inovasi teknologi baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.500 pelanggan, dengan sampel sebanyak 94 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan diferensiasi produk, promosi, dan inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Fhitung sebesar 153,580 dan nilai signifikansi 0,000. Secara parsial, diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung sebesar 3,213 dan signifikansi 0,002. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung sebesar 2,794 dan signifikansi 0,006. Inovasi teknologi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung sebesar 4,803 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,831 menunjukkan bahwa 83,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh diferensiasi produk, promosi, dan inovasi teknologi, sedangkan sisanya sebesar 16,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan adalah inovasi teknologi.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Promosi, Inovasi Teknologi, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Choirul Rizky Vihad. 2026. *The Influence of Product Differentiation, Promotion, and Technological Innovation on Customer Satisfaction at Ponorogo Jaya Minimarket, Talang Betutu Village, Palembang City*. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Tridianti University. Supervised by Dr. Ir. Hj. Yusro Hakimah, M.M. and Yun Suprani, S.E., M.Si.

This study aims to determine the influence of product differentiation, promotion, and technological innovation, both simultaneously and partially, on customer satisfaction at Ponorogo Jaya Minimarket in Talang Betutu Village, Palembang City. The research employed a quantitative method with an associative approach. The population of this study consisted of 1,500 customers, with a sample of 94 respondents determined using the Slovin formula and purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires, while data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, F-test, t-test, and coefficient of determination. The results of the study indicate that product differentiation, promotion, and technological innovation simultaneously have a significant effect on customer satisfaction, with an F-value of 153.580 and a significance value of 0.000. Partially, product differentiation has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t-value of 3.213 and a significance value of 0.002. Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t-value of 2.794 and a significance value of 0.006. Technological innovation also has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t-value of 4.803 and a significance value of 0.000. The coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.831, indicating that 83.1% of the variation in customer satisfaction can be explained by product differentiation, promotion, and technological innovation, while the remaining 16.9% is influenced by other variables not examined in this study. The most dominant variable affecting customer satisfaction is technological innovation.

Keywords: *Product Differentiation, Promotion, Technological Innovation, Customer Satisfaction.*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Choirul Rizky Vihad, lahir di Palembang pada tanggal 11 Desember 2002. Penulis berjenis kelamin laki-laki dan merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Nurhadi dan Ibu Oviani. Penulis bertempat tinggal di Jalan Kolonel Dani Effendi, Talang Betutu, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Pendidikan formal penulis diawali di SD Negeri 18 Palembang dan berhasil menyelesaikan pendidikan pada tahun 2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMP LTI IGM Palembang dan lulus pada tahun 2018. Pendidikan menengah atas ditempuh di SMA LTI IGM Palembang dan diselesaikan pada tahun 2021. Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tridinanti Palembang.

Selama menempuh pendidikan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan organisasi. Pada tingkat Sekolah Menengah Pertama, penulis aktif dalam Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) serta menjabat sebagai Ketua Rohani Islam (ROHIS). Selanjutnya pada masa perkuliahan, penulis turut aktif dalam kegiatan organisasi kemahasiswaan sebagai anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang pada tahun 2022.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, Juli 2026

Choirul Rizky Vihad

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada era globalisasi saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat, khususnya pada sektor perdagangan ritel. Perubahan tersebut diikuti dengan meningkatnya kebutuhan dan harapan pelanggan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha. Pelanggan tidak hanya memperhatikan harga produk, tetapi juga kualitas produk, kenyamanan berbelanja, kemudahan transaksi, serta pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh setiap pelaku usaha agar mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya (Mardhiyah, 2021).

Kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi perhatian perusahaan besar, tetapi juga usaha kecil dan menengah. Usaha kecil memiliki peran penting dalam perekonomian karena mampu menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat. Namun demikian, usaha kecil sering menghadapi berbagai keterbatasan, baik dari segi modal, teknologi, maupun strategi pemasaran. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan (Putri, 2022).

Menurut Kotler dan Keller (2021), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan pelanggan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang akan diperoleh. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha.

Tabel 1.2

Kepuasan Pelanggan Minimarket Ponorogo Jaya

Bulan	Jumlah Ulasan	Ulasan Positif	Ulasan Negatif	Persentase Kepuasan
Januari 2026	10	7	3	70 %
Februari 2026	12	8	4	67 %
Maret 2026	11	8	3	73 %

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2026) berdasarkan observasi dan ulasan pelanggan.

Berdasarkan Tabel 1.2, tingkat kepuasan pelanggan Minimarket Ponorogo Jaya selama tiga bulan sebelum penelitian menunjukkan kondisi yang berfluktuasi. Pada Januari 2026 tingkat kepuasan pelanggan mencapai 70,%, kemudian menurun menjadi 67% pada Februari 2026, dan kembali meningkat menjadi 73% pada Maret 2026. Fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan belum berada pada tingkat yang stabil. Kondisi ini mengindikasikan masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh pihak minimarket agar kepuasan pelanggan dapat terus ditingkatkan, baik melalui penyediaan produk yang lebih beragam, kegiatan promosi yang lebih efektif, maupun pemanfaatan inovasi teknologi dalam pelayanan.

Salah satu faktor yang diduga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah diferensiasi produk. Diferensiasi produk merupakan upaya menciptakan keunikan atau karakteristik tertentu pada produk yang ditawarkan sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Produk yang memiliki keunikan, kualitas, dan manfaat yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan lebih mudah menarik minat pelanggan serta memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik. Dengan demikian, diferensiasi produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Saputra, 2021).

Selain diferensiasi produk, promosi juga menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Promosi merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai produk kepada pelanggan. Melalui promosi yang efektif, pelanggan dapat memperoleh informasi yang jelas mengenai manfaat, kualitas, dan keunggulan produk yang ditawarkan. Informasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan membantu pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian dan pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Rahmawati, 2023).

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah inovasi teknologi. Menurut Chaffey (2022), inovasi teknologi merupakan penerapan teknologi baru atau pengembangan teknologi yang sudah ada untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas pelayanan dalam kegiatan usaha. Pemanfaatan teknologi seperti sistem kasir digital, pembayaran non-tunai, dan media sosial dapat memberikan kemudahan, kecepatan, serta kenyamanan bagi pelanggan dalam melakukan

transaksi. Kemudahan tersebut dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih baik sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan (Hidayat, 2021).

Minimarket Ponorogo Jaya merupakan salah satu usaha ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat di Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang. Dalam menjalankan usahanya, minimarket ini berupaya menyediakan produk yang beragam serta memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Namun berdasarkan hasil observasi awal, masih terdapat beberapa kondisi yang perlu mendapat perhatian, seperti variasi produk yang belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pelanggan, promosi yang masih terbatas, serta pemanfaatan teknologi yang belum optimal dalam mendukung pelayanan dan kemudahan transaksi.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan perlu menjadi perhatian utama bagi Minimarket Ponorogo Jaya. Pelanggan tidak hanya memperhatikan produk yang dibeli, tetapi juga mempertimbangkan kemudahan memperoleh informasi, kenyamanan saat berbelanja, kualitas pelayanan yang diberikan, serta kemudahan dalam melakukan transaksi. Apabila berbagai aspek tersebut belum terpenuhi dengan baik, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun (Rahmawati, 2023).

Selain menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat, Minimarket Ponorogo Jaya juga telah memiliki legalitas usaha dan berbadan hukum, sehingga kegiatan operasionalnya dijalankan secara resmi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Status badan hukum tersebut menunjukkan bahwa minimarket dikelola secara profesional serta memiliki komitmen untuk memberikan pelayanan yang baik

kepada pelanggan. Dengan legalitas yang dimiliki, Minimarket Ponorogo Jaya memiliki peluang yang lebih besar untuk mengembangkan usaha melalui peningkatan kualitas produk, kegiatan promosi, dan pemanfaatan teknologi guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, terdapat beberapa permasalahan lain yang diduga memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya. Variasi produk yang tersedia masih belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam. Dari segi fasilitas, kondisi bangunan minimarket juga belum sepenuhnya memberikan kenyamanan optimal karena belum dilengkapi dengan fasilitas pendukung yang memadai. Penataan produk yang masih sederhana serta keterbatasan jenis produk pada beberapa kategori kebutuhan rumah tangga juga berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan mereka (Pratama, 2022).

Tabel 1. 1
Konsumen di Minimarket Ponorogo Jaya

No	Bulan	Konsumen
1	Januari	270
2	Februari	240
3	Maret	270
4	April	210
5	Mei	270
6	Juni	240
	Jumlah	1.500

Sumber : Minimarket Ponorogo Tahun 2026

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa konsumen paling sedikit di bulan April sebanyak 210 dan konsumen terbanyak di bulan Januari dan Mei Sebanyak 270. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya upaya peningkatan

kepuasan pelanggan melalui penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, promosi yang efektif, serta pelayanan yang didukung oleh pemanfaatan teknologi. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan penilaian positif terhadap usaha yang mereka kunjungi.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Minimarket Ponorogo Jaya mulai melakukan diversifikasi produk dengan menyediakan berbagai jenis barang non-konsumsi seperti alat listrik, alat bangunan, perabotan rumah tangga, pakaian, kaos kaki, mainan anak-anak, dan sepatu. Selain itu, minimarket juga mulai meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang lebih ramah, cepat, serta memanfaatkan teknologi dalam mendukung proses transaksi. Upaya tersebut dilakukan untuk memberikan nilai tambah serta memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin beragam (Saputra, 2021).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa diferensiasi produk, promosi, dan inovasi teknologi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Heryadi, Yuliyana, dan Komalasari (2024) menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Farizky, Thalib, dan Hendratni (2022) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, penelitian Widya, Anomsari, Ikasari, dan Puspitasari (2025) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka penting untuk dilakukan penelitian guna mengetahui pengaruh diferensiasi produk, promosi, dan inovasi teknologi

terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Minimarket Ponorogo Jaya dalam meningkatkan kualitas produk, strategi promosi, dan pelayanan berbasis teknologi.

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk, Promosi, dan Inovasi Teknologi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis merumuskan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah diferensiasi produk, promosi, dan inovasi teknologi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang?
2. Apakah diferensiasi produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang?
4. Apakah inovasi teknologi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditulis, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, promosi, dan inovasi teknologi terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang?
2. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang?
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang?
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi teknologi terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Ponorogo Jaya Kelurahan Talang Betutu Kota Palembang?

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat untuk Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta saran bagi pelaku usaha, khususnya Minimarket Ponorogo, mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi yang tepat,

terutama dalam hal diferensiasi produk, promosi, dan inovasi teknologi, guna meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan dengan ritel modern seperti Indomaret.

2. Manfaat untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pemahaman peneliti mengenai pengaruh diferensiasi produk, promosi, dan inovasi teknologi terhadap kepuasan pelanggan . Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam bentuk penelitian ilmiah yang nyata.

3. Kelebihan untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik yang sama atau yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan . Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk pengembangan penelitian berikutnya dengan menambahkan variabel lain yang relevan.

4. Kelebihan untuk Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran dan bisnis yang berkaitan dengan strategi persaingan usaha. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan menjadi bahan referensi bagi mahasiswa serta akademisi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N. (2023). Peningkatan Daya Saing Melalui Inovasi Produk dan Branding Pada UMKM Risol dan Gado-gado. *Jurnal Kewirausahaan dan UMKM*, 70.
- Anggraini Soemadi, R. (2023). Definisi Operasional Variabel dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 70.
- Aryani, D. &. (2020). Koefisien Determinasi (R^2) dalam Analisis Regresi Linear. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Statistika*, 70.
- Ayu, L. (2023). Daya Saing Produk UMKM terhadap Maraknya Produk Impor. *Jurnal Ekonomi dan Perdagangan Internasional*, 105.
- Barney, J. B. (2021). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Strategic Management*, 120.
- Chaffey, D. (2022). Digital Technology Innovation in Business and Marketing. *Journal of Digital Marketing*, 140.
- Erwin, A. d. (2023). Analisis regresi linear berganda dalam penelitian kesehatan. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 75.
- Firmansyah, M. (2022). Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 77-80.
- Hakimah et al, Y. (2019). Impact of Intrinsic Corporate Governance on Financial Performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 32-51.
- Hakimah, Y. (2019). Influence of Economic Indicators on Supply Chain: Evidence from Indonesian Fishing Industry. *International Journal of Supply Chain Management*, 854-863.
- Hamzah, R. (2025). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Digital Marketing dan Inovasi Produk. *Jurnal Ekonomi Digital dan Kewirausahaan*, 85.
- Hanifah, S. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, dan Inovasi Layanan terhadap Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 90.
- Heryana, A. (2024). Konsep Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 80.

- Hidayat, A. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Daya Saing Usaha. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 80.
- Hutagaol, B. (2025). Uji Normalitas dalam Analisis Statistik dan Regresi. *Jurnal Statistik Terapan*, 80.
- Irma, S. (2024). Hubungan antara Inovasi Produk dan Daya Saing UMKM di Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*, 70.
- Junaidi, A. (2024). Instrumen Penelitian dalam Metode Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 70.
- Kotler, P. (2021). Marketing Communication and Promotion Strategy. *International Journal of Marketing Studies*, 130.
- Mardhiyah, S. (2025). Teknik Pengambilan Sampel dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Metodologi dan Statistik*, 70.
- Nugraha, A. T., & Hakimah, Y. (2019). Role of Relational Capabilities on the Supply Chain Performance of Indonesian Textile Sector with Moderating Effect of Technology Adoption. *International Journal of Supply Chain Management*, 509-522.
- Porter, M. E. (2021). Competitive Strategy and Business Competition. *Journal of Business Strategy*, 80.
- Prasetyo, A. (2024). Pencapaian Diferensiasi Produk Melalui Strategi Inovasi dan Kreativitas UMKM. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 70.
- Pratama, R. (2022). Dampak Keberadaan Ritel Modern terhadap Penurunan Penjualan Usaha Ritel Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 85.
- Purwaningsih, D. (2024). Inovasi dan Digitalisasi Usaha untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Teknologi dan Kewirausahaan*, 95.
- Rahmawati, S. (2023). Pengaruh Strategi Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan pada Usaha Ritel. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Pemasaran*, 101-120.
- Said, M., Suprani, Y., & Hakimah, Y. (2024). Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Dimediasi oleh Kreativitas pada Humaii Galery. *Equivalent: Journal of Economic, Accounting and Management*, 01-07.
- Sanaky, M. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 70.
- Saputra. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 70.

- Sari, R. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 95.
- Setiawan, B. (2021). Peran Usaha Ritel Tradisional dalam Memenuhi Kebutuhan Pelanggan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Lokal dan Bisnis*, 80.
- Sofwatillah, N. (2024). Teknik Analisis Data Kuantitatif dalam Penelitian. *Jurnal Statistik dan Metodologi Penelitian*, 75.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprani, Y., & Hakimah, Y. (2019). Analisis Pengaruh Efektifitas Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Bunga Mas Kikim Palembang. *Jurnal Ekonomi*, 114-122.
- Suryani, L. (2023). Peran Inovasi Teknologi dalam Meningkatkan Efisiensi dan Daya Saing Usaha. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Bisnis*, 70.
- Tjiptono, F. (2021). Strategi Diferensiasi Produk dalam Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 80.
- Tustiati, R. (2024). Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 75.
- Vega, P. (2024). Analisis Inovasi Produk Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis*, 80.
- Wahyuni, S. (2021). Analisis Statistik Deskriptif dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Statistik dan Penelitian*, 70.
- Wibowo, A. (2022). Pengaruh Strategi Promosi terhadap Peningkatan Penjualan pada Usaha Ritel. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 75-95.
- Yunita, D. (2024). Analisis Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pempek. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 70.
- Yusra. (2024). Penelitian Asosiatif dalam Metode Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 80.

