

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**Pada Kedai Mutia Di Jl A. Yani Kec. Kertosono Kab. Nganjuk Jawa Timur****Eka Nur Farida**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, ekanurfarida32@gmail.com**Agung Pujianto, MM**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Agung@untag-sby.ac.id**Diana Juni Mulyati**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, diana@untag-sby.ac.id**Abstract**

Kedai Mutia is a coffee shop in Kertosono, Nganjuk, East Java, which is still a lot of visitors. Kertosono is one of the districts in Nganjuk Regency which is quite busy. Entrepreneurs must use the right strategy to satisfy consumers, namely with quality service, a variety of distinctive and varied products and appropriate and affordable prices so that the products offered are different from other competitors. The formulation of the problem in this study is whether there is an influence of service quality, product diversity, and price on consumer satisfaction at Mutia Store JL. A. Yani. Kertosono District, Nganjuk, East Java. With the aim of research is to know and analyze to determine the effect of Service Quality, Product Diversity, and Prices on Consumer Satisfaction, customers of Kedai Mutia. This type of research uses quantitative methods with correlation research types with data collection techniques using questionnaires. The population in this study were consumers who had visited Kedai Mutia with a sample of 96 respondents. The analytical method used in this study is multiple regression analysis, validity and reliability tests, classic assumption test which consists of, linearity test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and hypothesis testing which consists of t test, determination test, test r with the help of the IBM SPSS version 20 for windows program. The results of this study indicate that the variable Service Quality has a positive and significant effect on the variable of Consumer Satisfaction of Mutia Shop, then the variable of Product Diversity has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction of Mutia Shop, then the price variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction of Mutia Kertosono Shop.

Keywords: Service Quality, Product Diversity, Price, Consumer Satisfaction.

Abstrak

Kedai Mutia adalah salah satu tempat ngopi di Kertosono, Nganjuk Jawa Timur yang sampai saat ini masih banyak pengunjungnya, Kertosono adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Nganjuk yang cukup ramai. Pengusaha harus menggunakan strategi yang tepat untuk memuaskan konsumen yaitu dengan kualitas pelayanan, keragaman produk yang khas dan bervariasi dan harga yang sesuai dan terjangkau agar produk yang ditawarkan beda dengan pesaing lainnya. Perumusan Masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia JL. A. Yani. Kecamatan Kertosono, Nganjuk Jawa Timur. Dengan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen, pelanggan Kedai Mutia. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Kedai Mutia dengan sampel yang diambil 96 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, uji validitas, dan reabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari, uji linearitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta pengujian hipotesis yang terdiri dari uji t, uji determinasi, uji r dengan bantuan program IBM SPSS versi 20 for window. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen Kedai Mutia, Kemudian variabel Keragaman Produk

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Mutia, selanjutnya variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Mutia Kertosono.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Harga, Kepuasan Konsumen.

Pendahuluan

Indonesia adalah negara penghasil kopi terbesar ke empat di dunia setelah Brazil, Colombia, dan Vietnam dengan sentra produksi di daerah Sumatra Utara, Sumatra Selatan, Aceh, Bengkulu, Lampung, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Nusa Tenggara Timur. Jenis kopi yang dihasilkan terdiri atas kopi robusta dan kopi arabika (Suharto & Suryoko, 2017). Kopi merupakan salah satu jenis minuman global yang sangat dicintai oleh sebagian besar manusia dan memang sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Minuman kopi sangat mudah ditemukan, mulai dari warung di pinggir jalan, *caffe*, sampai restoran mewah maupun hotel berbintang juga menyediakan minuman kopi dengan variasi jenis dan harga yang berbeda-beda.

Caffe shop di Indonesia biasa disebut dengan warung kopi atau kedai kopi, bermunculan ditengah - tengah kota, di kota-kota besar maupun kecil seperti di Kabupaten Nganjuk, salah satu kecamatan yang berada di Nganjuk kecamatan Kertosono sangat banyak *caffe shop* berdiri, bukan saja yang berlabel tradisional maupun yang sudah mengglobal. Kertosono semakin marak dengan beragam *caffe shop* baru yang berdiri dan tidak semua *caffe shop* yang berada di Kertosono dikunjungi konsumen (Itsua et al., 2018).

Perkembangan dunia usaha saat ini telah membawa pelaku dunia usaha ke persaingan yang sangat ketat untuk memperebutkan konsumen. Salah satunya usaha warung kopi. Umumnya, yang disebut dengan *Coffee Shop*, adalah kedai minum kopi yang tempatnya didesain semenarik mungkin dan menyediakan banyak menu kopi dan makanan. Persaingan bisnis ini sangatlah ketat dengan perkembangan dan meningkatnya jumlah kompetitor dalam dunia usaha.

Kedai Mutia adalah usaha *Coffee Shop* yang berdiri sejak tahun 1995 yang berada di Jl A. Yani Kec Kertosono Kab Nganjuk Jawa Timur, dulu terdapat menu yang sangat sederhana pada zamannya seperti warung kopi biasa, dari kedai yang sederhana dan sempat lama vakum lalu lanjut dikelola kembali oleh anaknya. Usaha ini adalah usaha turun - temurun dan setelah vakum kedai mutia lanjut dibuka kembali pada tahun 2019 dengan mengikuti perkembangan zaman pada saat ini persaingan usaha yang sangat pesat Kedai Mutia menggunakan sistem digital marketing dan strategi marketing yang baik, Kedai Mutia menyediakan makanan dan minuman yang sesuai dengan selera anak muda pada saat ini, Kedai Mutia terus mengembangkan usahanya agar terus dapat bersaing dalam persaingan usaha *Coffee Shop*.

Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Sikap konsumen dan minat beli di sebuah *caffe shop* dipengaruhi beberapa hal seperti kualitas pelayanan yang terjamin, keragaman produk yang baik, dan harga yang sesuai (Pramessti, 2021). Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha. Semakin baik pelayanan yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan memuaskan, maka usaha tersebut juga dinilai kurang bermutu. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Ridwan, 2022).

Keragaman produk (*product assortment*) adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual (Ridwan, 2022). Harga sangat berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen pada produk atau jasa. Daryanto (2013) mendefinisikan harga jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Agar sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi. Kepuasan diukur dari sebaik apa harapan pelanggan dipenuhi. Sedangkan loyalitas adalah ukuran semau apa pelanggan melakukan pembelian lagi.

Berdasarkan tabel data dari buku kasir Kedai Mutia menunjukkan jumlah pendapatan dan keuntungan Kedai Mutia Kertosono Nganjuk dari bulan Februari 2022-Februari 2023 yang tidak stabil, marketing pada kedai mutia tidak pernah ada target dalam pencapaian penjualan. Dari data tabel di atas dapat dilihat pada 3 bulan terakhir mengalami penurunan pendapatan dikarenakan bisa karna faktor cuaca yang pada saat ini sedang musim penghujan, sehingga menjadikan orang tidak keluar rumah untuk pergi nongkrong di luar rumah, faktor yang lainnya karena banyaknya pesaing dan banyaknya cafe cafe baru yang berada di wilayah kec. Kertosono.

Berdasarkan observasi awal yang telah penulis lakukan pada Kedai Mutia Kertosono, Nganjuk, serta beberapa review dari konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Kedai Mutia belum cukup baik, hal tersebut dapat dilihat dari konsumen yang menunggu terlalu lama dalam penyajian makanan dan minuman. Selain itu terbatasnya menu makanan dan minuman yang disediakan oleh Kedai Mutia juga menjadi faktor menurunnya konsumen. Konsumen merasa bosan karena menu yang disediakan kurang bervariasi atau beragam. Selain dari segi pelayanan dan produk, faktor penyebab yang lain yaitu harga makanan dan minuman pada Kedai Mutia. Harga tersebut terbilang masih terlalu mahal, karena mengingat Kedai Mutia yang berada di Kertosono dimana wilayah tersebut masih tergolong dalam wilayah pedesaan, apabila harga makanan dan minuman yang disediakan terlalu mahal maka menyebabkan konsumen enggan membeli sehingga hal tersebut menjadi faktor menurunnya jumlah konsumen pada Kedai Mutia. Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Mutia Di Jl. A. Yani, Kec. Kertosono, Kab. Nganjuk, Jawa Timur”.

Rancangan penelitian adalah rencana umum penelitian, yang mencakup pekerjaan peneliti, mulai dari perumusan hipotesis dan implikasi operasionalnya hingga analisis akhir. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif jenis korelasi, penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan suatu variabel dengan variabel-variabel lain. Hubungan antara satu dengan beberapa variabel lain dinyatakan dengan besarnya koefisien korelasi (*signifikansi*) secara statistik. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yaitu proses pengolahan informasi melalui analisis data dalam bentuk angka atau perhitungan. Pada penelitian ini, metode sampling yang digunakan adalah *probability sampling*.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Kualitas

Pelayanan, Keragaman Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia Jl. A.Yani Kec. Kertosono, Kab. Nganjuk Jawa Timur.

Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Kedai Mutia Jl. A.Yani Kec. Kertosono, Kab. Nganjuk Jawa Timur. Sampel dalam penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen dengan metode probabilitas sampling dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya. Teknik ini dipilih karena populasi dan sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu, antara lain : Merupakan Konsumen yang pernah berkunjung di Kedai Mutia Jl. A.Yani Kec. Kertosono Kab. Nganjuk Jawa Timur, Pelanggan yang telah merasakan pelayanan langsung.

Data yang akan dikumpulkan dengan kuesioner sebanyak 96 responden yang pernah melakukan pembelian di Kedai Mutia. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala likert 1-5. Jadi akan ada variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X1), Keragaman Produk (X2), dan Harga (X3) sedangkan yang termasuk dalam variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Teknik analisis data pada penelitian ini setelah penyebaran kuesioner adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas, selanjutna dilanjutkan untuk melakukan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolienaritas, dan uji heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji parsial/ uji t, uji simultan/ uji F, dan Koefisien Determinasi / R^2).

Hasil Dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

Pada penellitian ini menggunakan tiga variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Keragaman Produk (X2), Harga (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y). Sebelum dilakukan uji regresi maka dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik yang digunakan penulis ada empat yaitu: uji liniearitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedasitas.

Uji Linieritas Kualitas Pelayanan

Diperoleh nilai deviation from linearity signifikasi untuk variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen sebesar 0,000. Dengan hasil tersebut menunjukkan signifikasi $> 0,05$ maka hubungan antar variabel tersebut disebut tidak linier.

Uji Linieritas Keragaman Produk

Diperoleh nilai deviation from linearity signifikasi untuk variabel Keragaman Produk dengan Kepuasan Konsumen sebesar 0,439. Dengan hasil tersebut menunjukkan signifikasi $> 0,05$ maka hubungan antar variabel tersebut disebut linier.

Uji Linieritas Harga

Diatas diperoleh nilai deviation from linearity signifikasi untuk variabel Harga dengan Kepuasan Konsumen sebesar 0,01. Dengan hasil tersebut menunjukkan tidak signifikasi $> 0,05$ maka hubungan antar variabel tersebut disebut tidak linier.

Analisis Regresi Dan Determinasi (R^2)

Dari hasil uji asumsi klasik maka ada dua variabel yang tidak memenuhi persyaratan

lineaeritas, sehingga untuk analisis regresi dilakukan dua tahap, linearitas dan nonlinearitas

Hasil Uji Regresi Pendekatan Non Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Dengan Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Kualitas Pelayanan	.669	.051	.803	13.079	.000
(Constant)	2.867	1.097		2.613	.010

Nilai konstanta (α) sebesar 2,867

Yang berarti variabel Kualitas Pelayanan (X1) dalam keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan maka Kepuasan Konsumen sebesar 2,867. Nilai koefisien regresi dari Kepuasan Konsumen (X2) sebesar 0,669 yang artinya bila variabel independen nilainya tetap dan Kualitas Pelayanan akan meningkat sebesar 0,669. Koefisien dari Kualitas Pelayanan, Yang bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen. Jika Semakin baik maka Kepuasan Konsumen akan semakin baik.

Hasil Uji Determinasi (R^2) Kualitas Pelayanan (X1) Dengan Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
.803	.645	.642	1.619	
The independent variable is Kualitas Pelayanan.				

Diperoleh R Square (R^2) Sebesar 0,645 hal ini berarti 64,5% variabel Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya ($100\% - 64,5\% = 35,5\%$) dapat dijelaskan oleh sebab - sebab lainnya diluar model.

Hasil Uji Regresi Variabel Keragaman Produk (X2) Dengan Kepuasan Konsumen (Y) yang memenuhi persyaratan linearitas.

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.938	1.075		.872	.385
	Keragaman Produk	1.252	.083	.842	15.138	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Nilai konstanta (α) sebesar 1,252

Yang berarti variabel Keragaman Produk (X_2) dalam keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan maka Kepuasan Konsumen sebesar 1,252. Nilai koefisien regresi dari Kepuasan Konsumen (X_2) sebesar 0,938 yang artinya bila variabel independen nilainya tetap dan Keragaman Produk akan meningkat sebesar 0,938. Koefisien dari Keragaman Produk, Yang bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Keragaman Produk dengan Kepuasan Konsumen. Jika Semakin baik maka Kepuasan Konsumen akan semakin baik.

Hasil Uji Determinasi (R^2) Keragaman Produk (X_2) Dengan Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 a	.709	.706	1.46622
a. Predictors: (Constant), Keragaman Produk				

Diperoleh R Square (R^2) sebesar 0,709 hal ini berarti 70,9% variabel Keragaman Produk, sedangkan sisanya ($100\% - 70,9\% = 29,1\%$) dapat dijelaskan oleh sebab - sebab lainnya diluar model.

Hasil Uji Regresi Pendekatan Non Linearitas Variabel Harga (X_3) Dengan Kepuasan Konsumen (Y)

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Harga	.989	.068	.833	14.609	.000
(Constant)	-.078	1.183		-.066	.947

Nilai konstanta (α) sebesar 0,078

Yang berarti variabel Harga (X_3) dalam keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan maka Kepuasan Konsumen sebesar 0,078. Nilai koefisien regresi dari Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,989 yang artinya bila variabel independen nilainya tetap dan Harga akan meningkat sebesar 0,989. Koefisien dari Harga Yang bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Harga dengan Kepuasan Konsumen. Jika Semakin baik maka Kepuasan Konsumen akan semakin baik.

Hasil Uji Determinasi (R^2) Harga (X_3) Dengan Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary				
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
.833	.694	.691	1.503	
The independent variable is Harga.				

Diperoleh R Square (R^2) sebesar 0,694 hal ini berarti 69,4% variabel Harga, sedangkan sisanya ($100\% - 69,4\% = 30,6\%$) dapat dijelaskan oleh sebab - sebab lainnya diluar model.

Uji Hipotesis

Hipotesis pertama, Uji t hitung diperoleh sebesar 13,079 dimana t hitung > t tabel ($13,079 > 1,660$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia. Hipotesis Kedua Uji t hitung diperoleh sebesar 15,138 dimana t hitung > t tabel ($15,138 > 1,660$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia. Hipotesis Ketiga Uji t hitung diperoleh sebesar 14,609 dimana t hitung > t tabel ($14,609 > 1,660$) dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia.

Uji Korelasi

Hasil Uji Korelasi (r)

Correlations			
		RELIUGIUSITAS	AGRESIVITAS
RELIUGIUSITAS	Pearson Correlation	1	.879**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
AGRESIVITAS	Pearson Correlation	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Hasil diatas merupakan hasil penelitian uji korelasi pada tabel (R) secara parsial dengan nilai koefisien sebesar 0,879 hal ini menunjukkan angka yang semakin mendekati angka 1 yang mana nilai interval koefisiensi terletak pada 0,60 – 0,799 maka dapat dijelaskan bahwa tingkat korelasi Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen adalah kuat.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen (X) secara bersama - sama berpengaruh (simultan) terhadap variabel dependen (Y). Mengingat bahwa setelah dilakukan uji asumsi klasik dalam uji linearitas hasil linearitas ada dua variabel yang tidak linear, maka uji F tidak bisa dilakukan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian pertama analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas

Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia. Hal ini terbukti dari hasil analisis uji t, t hitung lebih besar t tabel artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia. Indikator Kualitas Pelayanan yang tertinggi terdapat pada indikator empati yaitu dengan pernyataan "Saya memilih Kedai Mutia karena mengutamakan kepentingan konsumen" menjadi indikator utama konsumen melakukan keputusan pembelian. Ini artinya indikator dengan pernyataan tersebut memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Konsumen.

Penelitian ini memiliki hasil yang sama dan sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Vivian Avianty dan Handoyo Djoko Waloejo 2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Caffe Stove Syndicate Semarang, penelitian tersebut menyatakan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Caffe Stove Syndicate Semarang.

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Sementara itu pada hasil pengujian kedua analisis penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia. Hal ini terbukti dari hasil analisis uji t, t hitung lebih besar t tabel artinya terdapat pengaruh antara Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia. Keragaman Produk yang tertinggi terdapat pada indikator Keragaman Produk yaitu dengan pernyataan "Saya memilih Kedai Mutia sebagai tempat ngopi karena variasi rasa produk yang sangat enak" menjadi indikator utama konsumen melakukan keputusan pembelian. Ini artinya indikator dengan pernyataan tersebut memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini menggambarkan bahwa Keragaman Produk memberikan pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Konsumen variasi rasa produk yang enak akan memuaskan konsumen.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Coffe Culture Jombang oleh (Febbi Nilasari 2020). Penelitian ini menyatakan variabel Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil Pengujian variabel analisis Penelitian menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia. Hal ini terbukti dari hasil analisis uji t, t hitung lebih besar t tabel artinya terdapat pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia. Indikator Harga dengan pernyataan "Saya memilih Kedai Mutia karena harga sangat terjangkau untuk anak muda" menjadi indikator konsumen melakukan keputusan pembelian pada kedai mutia. Hal ini menggambarkan bahwa Kedai Mutia menyediakan dan menawarkan produk dengan harga terjangkau.

Penelitian ini memiliki hasil persamaan dengan penelitian terdahulu oleh (Slamet Widodo, S.E., M.M., M.M., M.B.A. 2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Caffe. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Caffe.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan

Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Mutia Jl. A. Yani Dapat dilihat identifikasi menunjukkan bahwa responden pengunjung Kedai Mutia mayoritas berjenis kelamin perempuan 61 responden sebanyak 51,4%, umur responden paling banyak berasal dari umur 21-25 tahun sebanyak 77 responden dengan presentase 76,2%, pekerjaan sebagian besar adalah mahasiswa sebanyak 51 responden dengan presentase 51,5%, untuk pendapatan <Rp.500.000 sebanyak 34 responden dengan presentase 34,7%.

Hasil analisis terbukti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, terutama Kualitas Pelayanan empati yaitu dengan memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen berupaya memahami keinginan konsumen. Kedai Mutia memberikan fasilitas yang baik untuk kepentingan konsumen.

Untuk Keragaman Produk, dalam analisis membuktikan bahwa Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, terutama terkait variasi rasa. Banyaknya variasi rasa yang ditawarkan Kedai Mutia mempengaruhi puas tidaknya konsumen yang berkunjung.

Sementara pada Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, pengaruh terkuat di harga yang terjangkau. Dengan Harga yang terjangkau sesuai kualitas produk sehingga konsumen akan merasakan puas atas apa yang diperoleh. Harga yang ditawarkan Kedai Mutia dan produk yang diperoleh konsumen menjadikan daya tarik tersendiri untuk konsumen.

Rekomendasi

Diharapkan saran - saran berikut ini dapat menarik masukan berupa gagasan agar nantinya dapat meningkatkan penjualan, antara lain :

Kedai Mutia perlu meningkatkan nilai - nilai Kualitas Pelayanan perlu mempertahankan empati yaitu memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen, seperti memberikan fasilitas yang baik untuk konsumen. Kemudian yang perlu ditingkatkan untuk kedepannya ketepatan dalam proses pelayanan agar konsumen yang menunggu lama pesanan yang dipesan.

Keragaman Produk pengaruh yang paling tertinggi di antara tiga variabel perlu dipertahankan, terutama terkait variasi rasa, setiap cafe shop pasti memiliki rasa khas tersendiri untuk membedakan produknya dengan pesaing lainnya, agar Kedai Mutia lebih menarik konsumen lagi harus mempertahankan keragaman produk terutama terkait variasi rasa pada produk yang di tawarkan.

Harga perlu menjaga keterjangkauan harga yang dapat dijangkau semua kalangan, harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk seperti menggunakan bahan - bahan yang berkualitas baik perlu dipertahankan sehingga harga menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen dan meningkatkan persepsi harga pada Kedai Mutia. Kedai mutia juga bisa melakukan promosi harga seperti memberikan loyalty card pada konsumen, dengan syarat penukaran loyalty card berapa kali pembelian untuk mendapatkan produk gratis.

Daftar pustaka

- Arbiantoro, T., Maduwinarti, A., & Pujiyanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Bakso Gibrass Jl. Kutisari Selatan No. 45 Surabaya). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(45), 188-207.
- Itsuya, M., Septia, C., Pujiyanto, A., & Maruta, I. G. N. A. (2018). Analisis Komparatif Pengaruh Harga Dan Ragam Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Janji Jiwa Dan Kopi Kulo Di Gresik). *Dinamika Administrasi Bisnis*, 7(2), 1-13.

- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01),1-14.
- Muhammad Khoirul, Ayun Maduwinarti, A. P. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Persebaya Store Di Surabaya. *Dinamika Administrasi Bisnis Untag*, 1-7.
- File:///C:/Users/A46cb/Downloads/Documents/4060-11483-1-Sm.Pdf
- Nazaruddin, M. (2015). Jurnalisme Bencana Di Indonesia, Setelah Sepuluh Tahun. *Muzayin Nazaruddin*, 10(1), 1-10.
- Pekerti, M. T., Junaida, E., & Meutia, R. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Brandan Donuts Di Pangkalan Berandan. *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 3(1), 20-25.
- Pramesti, D. Y. . W. S. . & R. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *Jimp*, 1(1), 27-39.
- Pujianto, A. D. A. A., & Maduwinarti, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Ritel Mitra 10 Wiyung Surabaya). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(1), 99-127.
- Ridwan, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(2), 1349-1358.
- Safitri, R. S. N. I., Utami, S. S., & Sunarso. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere , Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe & Resto. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(2), 390-398.
- Suharto, G. P., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gigggle Box Cafe & Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(024), 118-129.
- Suharyanto, S., & Lestari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kedai Kopi Lain Hati Di Grand Galaxy City Bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (Jumpa)*, 9(2), 10-24. <https://journals.stie-yai.ac.id/index.php/jumpa/article/view/459>
- Swastha, Basu, I. (2014). Manajemen Pemasaran Modern. *Liberty*, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>
- Utomo, P., Maduwinarti, A., & Pratiwi, N. Made Ida. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Kopi Mbah Sangkil Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(9), 1-19.
- Wijaya, V. A., & Siswahyudianto. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepuasan Konsumen Agen Pulsa Jaya Reload Kediri. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 20(1), 105-123.
- Yuwana, S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. *Jem17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.30996/Jem17.V2i2.1197>
- Zamroni, M. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bakso Mama Pusat Di Denanyar Jombang. *Jurnal*

Pendidikan Dan Konseling, 1(2), 237-252.