

Ediyanto

by Turnitin Official

Submission date: 28-Mar-2023 12:03PM (UTC+0700)

Submission ID: 2002935508

File name: 8._2309-206-11749-1-10-20221018_-_Belum.docx (43.04K)

Word count: 2435

Character count: 20948

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE DEPOUR DI KABUPATEN SITUBONDO

Mohammad Yahya Arief^{1*)}, Moh. Rifaldi²⁾, Ediyanto³⁾,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo
*Email Korespondensi : yarief104@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh variabel keragaman produk, harga, dan kualitas pelayanan secara parsial, Simultan dan dominan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo. 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 adalah Konsumen Cafe Depour. Hasil penelitian secara parsial variabel keragaman produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Sementara secara simultan produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) 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.

Kata kunci: Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

The purpose of this study was to analyze the effect of the variable product diversity, price, and service quality partially, simultaneously and dominantly on the consumer satisfaction variable at Cafe Depour in Situbondo Regency. Data collection techniques using literature studies, interviews, questionnaires, and documentation. The method of analysis used multiple regression analysis. Hypothesis testing using t test and f test. The object of this research is the Consumer Cafe Depour. The results of the research partially variable product diversity (X_1), price (X_2) and service quality (X_3) affect consumer satisfaction (Y). Meanwhile, simultaneously product (X_1), price (X_2) and service quality (X_3) affect consumer satisfaction (Y). All independent variables (diversity of products, prices and service quality) have a contribution of 43.8% to the dependent variable of consumer satisfaction and the remaining 56.2% is influenced by other factors not included in the study.

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

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi pemasaran tingkat yang baik adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan (Kotler dan Keller, 2016). Secara umum, pengertian pemasaran adalah kegiatan pemasar atau perusahaan untuk menjalankan biasanya dalam memenuhi kebutuhan pasar dengan barang ataupun jasa, menetapkan harga, mendistribusikan, serta mempromosikannya melalui proses pertukaran agar perusahaan dapat memuaskan konsumen sehingga perusahaan dapat memuaskan konsumen sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan perusahaan dapat mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Kotler dan Armstrong (2011), pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Menurut Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Daryanto (2013), Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, maka yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tersebut puas.

Indikator kepuasan konsumen terhadap suatu produk dapat dilihat dari keragaman produk, harga, dan kualitas pelayanan. Menurut F. Engel (2013), bahwa keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut ke dalam luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Adanya keragaman produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hal ini harus diperhatikan oleh suatu perusahaan adalah bagaimana membuat berbagai kebutuhan dan keinginan seorang konsumen untuk tertarik dan membeli produk tersebut. Kotler dan Armstrong (2015), produk (juga disebut berbagai macam-macam produk) adalah rangkaian semua ini produk yang ditawarkan oleh penjual untuk dijual kepada pembeli. Keragaman produk ini dapat berjalan apabila perusahaan inovatif dalam menciptakan produk baru atau variasi pada produk yang sudah dihasilkannya. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Persepsi harga juga merupakan faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli suatu produk yang akan dilakukan oleh konsumen. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel di mana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempat. Menurut Tjiptono (2015), penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap harga para pesaing. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka seorang konsumen akan beranggapan bahwa produk yang dibeli mahal maka konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2012). Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas Memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan karena dalam jangka panjang dari ikatan hubungan tersebut perusahaan dapat memahami harapan konsumen lebih baik dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan.

Objek dalam penelitian ini adalah Café Depour yang didirikan pada tanggal 6 Juni 2015 yang beralamat di Jalan Melati No 7, Dawuhan, Situbondo dan setiap harinya buka pada hari Senin sampai Minggu dari jam 11.00 - 22.00. Café Depour sudah memiliki penilaian tersendiri di masyarakat sebagai café termurah dan tempat yang nyaman untuk menikmati menu yang tersedia. Terdapat beberapa menu makanan pada Café Depour

yang sangat beragam, yaitu nasi lalapan ayam, nasi pecel, nasi goreng, salad buah, kentang goreng, *chicken nuget*, pisang coklat keju, siomay ayam goreng, tahu *crispy*, omelet sosis, sosis goreng dan bakso goreng. Harga yang dipatok untuk satu porsi dengan berbagai menu yang tersedia yaitu Rp. 10.000 untuk nasi lalapan ayam, nasi pecel Rp. 6.000, nasi goreng Rp. 10.000, salad buah Rp. 10.000, kentang goreng Rp. 10.000, *chicken nuget* Rp. 10.000, pisang coklat keju Rp. 10.000, siomay ayam goreng Rp. 10.000, tahu *crispy* Rp. 7.000, omelet sosis Rp. 8.000, sosis goreng Rp. 10.000 dan bakso goreng Rp. 10.000,.

Cafe Depour ini merupakan salah satu usaha di bidang kuliner yang mampu menciptakan keunggulan bersaing atas keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan dalam upaya menarik perhatian pasar dan menghadapi persaingan dalam bisnis yang sejenis. Di Cafe ini menawarkan jumlah maupun jenis makanan dan minuman bahkan juga telah meningkatkan variasi keragaman produk atau menu makanan dan minuman untuk menarik perhatian konsumen. Menu yang bervariasi dengan harga yang terjangkau membuat konsumen melakukan pembelian ulang berkunjung lagi untuk menikmati menu-menu yang lain. Meski harga lebih murah dari pesaing, namun Cafe Depour ini tetap tidak merubah harga yang sudah ada di daftar menu dan juga ketersediaan fasilitas dan tempat untuk menarik perhatian konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Café Depour telah memenuhi dan memberikan kepuasan pada konsumen seperti tersedianya tempat parkir, toilet, mushollah, wifi, tempat untuk mengisi daya *handphone* serta tempat yang bersih. Dengan tercapainya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen maka tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat terpenuhi. Cafe Depour terletak di Jalan Melati no 7, Dawuhan, Situbondo, setiap harinya buka pada hari Senin sampai Minggu dari jam 11.00 – 22.00.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, penelitian di tempat tersebut dengan judul “Pengaruh Keragaman produk, Harga dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo” dengan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel Keragaman produk, Harga, dan Kualitas pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel Keragaman produk, Harga, dan Kualitas pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo.
3. Untuk mengetahui di antara variabel-variabel Keragaman produk, Harga, dan Kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo.

METODE PENELITIAN

Waktu penelitian ini dilakukan selama tiga bulan yaitu pada bulan Maret sampai dengan Mei 2021. Tempat penelitian dilaksanakan di Jl. Melati, Dawuhan, Kecamatan Situbondo, Kabupaten Situbondo di Cafe Depour Situbondo. Penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen di Cafe Depour pada bulan maret sampai dengan bulan mei adalah sebanyak 2.760 konsumen. ($30 \text{ pembeli} \times 92 \text{ hari} = 2.760 \text{ konsumen}$). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling*. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari keragaman produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) dengan variabel terikat kepuasan konsumen (Y). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner serta dokumentasi. Analisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu keragaman produk (X_1), harga (X_2) dan

kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y) pada Cafe Depour menggunakan analisa regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (Y) maupun variabel bebas (X₁, X₂, dan X₃) yang diolah menggunakan bantuan program SPSS 25 for Windows 10, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisa Regresi Linear Berganda

Model	B	Uji t	Sig
Constants	-5,575	0,000	1,000
Keragaman Produk (X1)	0,138	1,735	0,086
Harga (X2)	-0,146	-1,687	0,095
Kualitas Pelayanan (X3)	0,679	7,855	0,000

Berdasarkan tabel 16 diatas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -5,575 + 0,138X_1 - 0,146X_2 + 0,679X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan arti dan dapat dijelaskan bahwa :

- 5,575 : Merupakan nilai konstanta, dengan demikian nilai konstanta ini menunjukkan besarnya nilai variabel Kepuasan konsumen di Cafe Depour Kabupaten Situbondo jika variabel lain (variabel bebas) sama dengan nol atau konstan.
- 0,138 X₁ : Besarnya koefisien variabel Keragaman produk yang berarti bahwa setiap peningkatan variabel Keragaman produk sebesar 1 satuan maka Kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,138 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya (Harga dan Kualitas pelayanan) konstan.
- 0,146 X₂ : Besarnya koefisien variabel Harga yang berarti bahwa setiap peningkatan variabel Harga sebesar 1 satuan maka Kepuasan konsumen menurun sebesar 0,146 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya (keragaman produk dan kualitas pelayanan) konstan.
- 0,679X₃ : Besarnya koefisien variabel Kualitas pelayanan yang berarti bahwa setiap peningkatan variabel Kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka Kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,679 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya (Keragaman produk dan Harga) konstan.
- e : nilai residu/kemungkinan kesalahan dari persamaan regresi yang disebabkan adanya kemungkinan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi variabel Kepuasan konsumen di Cafe Depour Kabupaten Situbondo (Y) tetapi tidak dimasukkan kedalam model persamaan. Standart error sebesar 0,078 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS 25 for windows 10 memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 0,078

Hasil analisa regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Keragaman produk, Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan konsumen di Cafe Depour di Kabupaten Situbondo **Uji Statistik Parsial (t-test)**

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Caranya adalah dengan membandingkan nilai statistik signifikansi dengan tingkat signifikansi (α) yang digunakan yaitu 5%. Masing-masing variabel bebas dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata) apabila nilai statistik signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\text{sig.} < \alpha$). Berdasarkan hasil pengujian parsial mengenai analisis faktor yang mempengaruhi Keragaman produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan konsumen (Y) pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo, sebagai berikut:

a) Keragaman produk (X_1)

Nilai thitung untuk variabel Keragaman produk ini sebesar 1,735. Sementara itu nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,986, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ 1,735 < 1,986. Maka H_0 ditolak, hal ini berarti variabel Keragaman produk tidak mempunyai pengaruh positif signifikan. Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan $0,086 > 0,05$ artinya variabel Keragaman produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan konsumen terhadap Cafe Depour di Kabupaten Situbondo.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Keragaman produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap produktivitas Kepuasan konsumen karena nilai thitung untuk variabel Keragaman produk sebesar 1,735, sementara itu nilai t_{tabel} distribusi 5% sebesar 1,986, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ 1,735 < 1,986. Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan $0,086 > 0,05$. Berdasarkan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa tidak berpengaruh secara parsial antara Keragaman produk terhadap Kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo tidak dapat diterima. Hasil ini mengidentifikasi bahwa jika persepsi konsumen tentang keragaman produk Cafe Depour meningkat maka Kepuasan konsumen juga akan meningkat, dan sebaliknya jika persepsi konsumen tentang Keragaman produk menurun maka Kepuasan konsumen akan menurun. Bagi konsumen Keragaman produk tidak berpengaruh karena sejauh apapun keragaman produk apabila kualitas produk sangat baik maka konsumen tetap akan menjangkaunya untuk membeli, jadi pihak produsen harus pandai dalam menentukan apa yang menjadi keinginan konsumen. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2017) yang menyatakan hasil penelitiannya bahwa Keragaman produk berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada Rumah makan Bebek Goreng Bang Alex di Situbondo.

b) Harga (X_2)

Nilai t hitung untuk variabel Harga ini sebesar -1,687. Sementara itu nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,986, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ -1,687 > -1,986. Maka H_0 ditolak, hal ini berarti variabel Harga tidak mempunyai pengaruh. Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan $0,095 > 0,05$ artinya variabel Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan konsumen terhadap Cafe Depour di Kabupaten Situbondo.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen karena nilai thitung untuk variabel Harga sebesar -1,687 sementara itu nilai t_{tabel} distribusi 5% sebesar 1,986, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ -1,687 > -1,986. Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan $0,095 > 0,05$. Berdasarkan hipotesis pertama yang menyatakan tidak berpengaruh secara parsial antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo tidak dapat diterima. Hasil ini mengidentifikasi bahwa jika persepsi konsumen tentang Harga Cafe Depour meningkat maka Kepuasan Konsumen juga akan meningkat, dan sebaliknya jika persepsi konsumen tentang Harga menurun maka kepuasan konsumen akan menurun. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu (2016) yang menyatakan hasil penelitiannya bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan

menyatakan hasil penelitiannya bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada Konsumen di Goebox coffe Yogyakarta Jl. Perumnas, Caturungga, Depok, Sleman Yogyakarta.

c) Kualitas pelayanan (X_3)

Nilai thitung untuk variabel Kualitas pelayanan ini sebesar 7,855. Sementara itu nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,986, maka thitung $7,855 > t_{tabel}$ 1,986. Maka H_0 diterima, hal ini berarti variabel Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif signifikan. Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya variabel Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan konsumen terhadap Cafe Depour di Kabupaten Situbondo.

Hasil analisa menunjukkan Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen karena nilai thitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 7,855, sementara itu nilai t_{tabel} distribusi 5% sebesar 1,986, maka thitung $7,855 > t_{tabel}$ 1,986. Hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo dapat diterima. Hasil mengindikasikan bahwa jika persepsi konsumen tentang Kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat dan sebaliknya jika persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan menurun maka Kepuasan konsumen akan menurun. Kualitas pelayanan adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Umrela (2017) yang menyatakan hasil penelitiannya bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada Warung Bebek Cak Kim Panarukan Situbondo.

Uji Simultan (F-test)

Secara simultan faktor Keragaman produk (X_1) Harga (X_2) dan Kualitas pelayanan (X_3) secara simultan terhadap Kepuasan konsumen (Y) yang mana ditunjukkan dengan pengujian statistik melalui uji F pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji F

Uji F	Sig
23,883	0,000

Nilai Fhitung $23,883 > F_{tabel}$ 2,70. Berdasarkan pengujian statistik dengan menggunakan metode uji F, dimana tingkat signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian (H_a) yang menyebutkan bahwa Keragaman produk, Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo.

Uji Dominan

Pengujian hipotesis variabel bebas Keragaman produk, Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo dapat disajikan dalam tabel 1. Kesimpulan yang bisa diambil dari penelitian diatas nilai thitung tertinggi adalah variabel Kualitas pelayanan (X_3) sebesar 7,855 maka kesimpulannya adalah nilai dari variabel Kualitas pelayanan tersebut lebih besar dari kedua variabel bebas yang lain dengan demikian, hipotesis penelitian (H_3) yang menyatakan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh paling dominan terhadap Kepuasan konsumen dapat diterima.

Koefisien Determinasi

Berikut ini adalah ukuran kontribusi variabel Keragaman produk (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,662	0,438	0,419

Hasil dari analisis keragaman produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) seperti pada tabel di atas, menunjukkan nilai koefisien determinasi atau *R square* menunjukkan nilai sebesar 0,438 dari hasil tersebut berarti seluruh variabel bebas mempunyai kontribusi sebesar 43,8% terhadap variabel terikat (Kepuasan konsumen) dengan tingkat ketetapannya Cukup Kuat, dan sisanya sebesar 56,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Keragaman produk (X_1) berpengaruh positif, variabel Harga (X_2) berpengaruh negatif dan variabel Kualitas pelayanan (X_3) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

1. Secara parsial variabel keragaman produk dan variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Sementara kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Depour di Kabupaten Situbondo.
2. Keragaman produk, Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan konsumen pada Cafe Depour di Kabupaten Situbondo dapat diterima.
3. Nilai dari variabel kualitas pelayanan tersebut lebih besar dari variabel keragaman produk dan harga yaitu sebesar 7,855 dengan demikian, hipotesis penelitian (H_3) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

REFERENSI

- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Engel, F. 2013. *Perilaku Konsumen*. The Drydn Pres. Jakarta : Bina Aksara.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. dan Armstrong. 2015. *Pengantar Pemasaran* 12th Edition. Inggris : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran. 15th Edition*. Pearson Education.
- Liu, Vivin. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di Gaebox Coffee Yogyakarta Jl. Perumnas, Caturangga, Depok, Sleman Yogyakarta.

Pratama, B.A. 2017. Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bebek Goreng Bang Alex Situbondo.

Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Umrela, Ahmad Alkahfi. 2017 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Bebek Cak Kim Panarukan Situbondo.

Ediyanto

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	unars.ac.id Internet Source	17%
2	Submitted to unars Student Paper	2%
3	media.neliti.com Internet Source	<1%
4	Abdurrahman Abdurrahman. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim di Kabupaten Sumbawa Besar)", Target : Jurnal Manajemen Bisnis, 2019 Publication	<1%
5	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On