

**Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Konsumen Brandan Donuts Di Pangkalan Berandan**

<sup>1</sup>Muhammad Tulus Pekerti, <sup>2</sup>Erni Junaida, <sup>3</sup>Rahmi Meutia

<sup>1</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, [caktull12@gmail.com](mailto:caktull12@gmail.com)

<sup>2</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, [ernijunaida@unsam.ac.id](mailto:ernijunaida@unsam.ac.id)

<sup>3</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, [rahmi.meutia@unsam.ac.id](mailto:rahmi.meutia@unsam.ac.id)

***Abstract***

*This study aims to determine the effect of product diversity and price on consumer satisfaction of Brandan Donuts in Pangkalan Berandan. This study used a sample of 96 respondents with a minimum purchase frequency of two or more times. The method of analysis used multiple linear regression, t test, F test and coefficient of determination test. The results of this study show  $Y = 5.484 + 0.612X_1 + 0.313X_2$ . The results of the t test show that the product diversity factor has a significant effect on consumer satisfaction of Brandan Donuts in Pangkalan Berandan, price has a significant effect on consumer satisfaction of Brandan Donuts in Pangkalan Berandan. The results of the coefficient of determination test (adjusted R<sup>2</sup>) obtained a value of 0.556 or 55.6%, this means that product diversity and price variables affect Brandan Donuts consumer satisfaction in Pangkalan Berandan. While the remaining 44.4% is influenced by other variables not examined in this study.*

***Keyword:*** Product Diversity, Price, Customer Satisfaction

**Pendahuluan**

Memiliki sebuah bisnis atau usaha merupakan hal yang sering diimpikan oleh banyak orang terutama di Indonesia, mendirikan sebuah bisnis atau usaha juga menjadi pilihan masyarakat Indonesia khususnya bagi mereka yang kesulitan dalam mendapatkan lowongan pekerjaan, namun ada juga yang memang menjadikan bisnis sebagai pilihan utama mereka dalam mendapatkan penghasilan. Dunia bisnis yang begitu luas menjadi hal yang sangat menarik untuk dipelajari dan dijalani, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya pelaku usaha baru yang bermunculan, terutama di Indonesia. Bisnis di Indonesia terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun, persaingan di dalam dunia bisnis juga semakin ketat. Salah satu yang paling banyak melahirkan pelakubisnis atau usaha ialah bisnis di bidang kuliner. Minat masyarakat Indonesia yang tinggi terhadap kuliner memicu munculnya pelaku usaha baru dalam bidang ini, hal ini pula yang menjadikan bisnis di bidang ini sangat mudah untuk kita dijumpai. Dengan semakin banyak pesaing yang bermunculan di bidang kuliner sehingga mengharuskan pelaku usaha untuk berusaha memuaskan keinginan konsumennya.

**Landasan Teori**

**Kepuasan Konsumen**

Kotler dan Keller (2018:138), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen juga menjadi salah satu penentu keberlangsungan hidup suatu bisnis. Adapun hal yang dapat diperhatikan oleh pelaku usaha di bidang kuliner agar dapat

memuaskan konsumennya ialah dalam hal keragaman produk, harga dan juga kualitas pelayanan yang diberikan.

Buchari Alma (2014:144) berpendapat bahwa “keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu pada para konsumen”. Semakin banyak keragaman produk yang disediakan maka konsumen akan merasa lebih puas ketika melakukan pembelian di suatu toko, untuk itu pelaku usaha di bidang kuliner harus menawarkan keragaman produk agar konsumen yang datang ke toko mereka merasa puas.

Purnamasari (2015:3) menjelaskan bahwa harga bagi konsumen merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Winata dan Nuansyah (2017:3), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang dirasakan konsumen (persepsi) dengan kualitas pelayanan yang diharapkan dan *control excellence* untuk memenuhi kepuasan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumennya. Untuk itu pelaku usaha harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik, karena dapat kita lihat bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek vital dalam rangka untuk terus bertahan di dalam dunia bisnis.

Brandan Donuts adalah sebuah usaha yang bergerak dibidang kuliner. Usaha ini lahir di Kota Pangkalan Brandan yang merupakan sebuah kota kecil di daerah Sumatera Utara. Brandan Donuts diciptakan oleh seorang pemuda yang bernama Jumardani. Didirikan pada tahun 2015, Jumardani memulai perjalanan bisnis Brandan Donut dengan cara berjualan keliling. Kini, beliau meyakini bahwa produk dari Brandan Donut mampu bersaing dengan kompetitor dan menjadi salah satu icon di Kota Pangkalan Brandan. Hal ini yang memotivasi Brandan Donut untuk terus berusaha semaksimal mungkin dalam melakukan perbaikan dan pengembangan produk, demi kemajuan usahanya dan agar dapat menjaga kepuasan konsumennya.

Saat ini Brandan Donutshanya menyediakan 3 varian donat yaitu, Donut Klasik, Donut Mini, dan Donut Choccomoise dan juga varian rasa yang masih sedikit. Produk dari Brandan Donuts masih terbilang sedikit dan kurang beragam. Sehingga para konsumen tidak memiliki pilihan lain ketika mereka ingin membeli produk Brandan Donuts. Dari ke 3 produk yang ditawarkan oleh pihak Berandan Donuts, masing masing memiliki harga yang berbeda beda. Dimana untuk harga produk tersebut berkisaran dari Rp. 23.000 hingga Rp. 35.000/kotak. Untuk harga donut klasik harganya Rp. 23.000, donut mini Rp. 28.000, dan donut choccomoise dengan harga Rp. 35.000. Harga tersebut dirasa cukup mahal oleh beberapa konsumen untuk keragaman produk yang didapatkan terlebih tidak tersedianya pilihan lain untuk dipilih.

Dalam hal kualitas pelayanan Brandan Donutss dinilai masih kurang baik oleh beberapa konsumen, dikarenakan terkadang para pekerja kurang ramah terhadap konsumen yang berbelanja dan juga kurang sigap dalam melayani konsumen yang datang ke toko mereka.

## **Metode Penelitian**

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi :

1. Observasi  
Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi pada penelitian ini dilakukan melalui pengamatan pelanggan Brandan Donut.
2. Wawancara  
Menurut Yusuf (2014:372) Wawancara adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung atau bertanya secara langsung mengenai suatu objek yang diteliti. Wawancara dilakukan terhadap konsumen Brandan Donut.
3. Kuesioner (Angket)  
Berdasarkan Sugiyono (2017:142), kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Cara menentukan nilai jawaban angket dari setiap pertanyaan yang diberikan dimodifikasi dengan skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi tujuh tingkatan jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap pertanyaan yang diberikan pada opsi yang tersedia. Menurut Sugiyono (2017:93) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam list pertanyaan dalam angket tersebut. Bobot nilai angket yang ditentukan adalah sebagai berikut:
  1. Sangat Setuju (SS)
  2. Setuju (S)
  3. Kurang Setuju (KS)
  4. Tidak Setuju (TS)
  5. Sangat Tidak Setuju (STS)Sumber: Sugiyono (2018: 135)

### **Metode Analisis Data**

#### **Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh X terhadap Y. persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Keragaman Produk

X2 = Harga

e = standart error

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi Keragaman Produk

b2 = Koefisien regresi Harga

#### **Uji t**

Digunakan untuk menguji apakah secara individu variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

#### Uji F

Digunakan untuk menguji apakah secara serentak variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

#### Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

#### Hasil Dan Pembahasan

Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yaitu:  $Y = 5,484 + 0,612X_1 + 0,313X_2$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diketahui bahwa :

1. Nilai konstan sebesar 5,484 menunjukkan hasil nilai kepuasan Konsumen (Y), apabila variabel keragaman produk (X1) dan harga (X2) bernilai tetap.
2. Nilai koefisien regresi keragaman produk (X1) bernilai positif sebesar 0,612. Hal ini berarti variabel keragaman produk (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika keragaman produk (X1) dinaikkan sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen Brandan Donut akan meningkat 0,612 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Nilai koefisien regresi harga (X2) bernilai positif sebesar 0,313. Hal ini berarti variabel harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika harga (X2) dinaikkan sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen Brandan Donut akan meningkat sebesar 0,313 dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil nilai signifikansi variabel keragaman produk sebesar  $0,012 < 0,05$  maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Brandan Donut di Pangkalan Berandan.
2. Hasil nilai signifikansi variabel harga sebesar  $0,025 < 0,05$  maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Brandan Donut di Pangkalan Berandan.

Dari uji F dijelaskan bahwa nilai F sig. Sebesar  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima, artinya faktor keragaman produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Brandan Donut di Pangkalan Berandan.

Dari uji koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,556 atau sebesar 55,6% hal ini berarti variabel keragaman produk dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen Brandan Donut di Pangkalan Berandan. Sedangkan sisanya 44,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Kesimpulan Dan Saran

##### Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda maka dapat diperoleh hasil persamaan regresi yang terbentuk adalah  $= 5,484 + 0,612X_1 + 0,313X_2$ .
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Brandan Donut di Pangkalan Berandan, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Brandan Donut di Pangkalan Berandan.

3. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel keragaman produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Brandan Donut di Pangkalan Berandan.
4. Berdasarkan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) maka diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,556 atau sebesar 55,6% hal ini berarti variabel keragaman produk dan harga mempengaruhi kepuasan konsumen Brandan Donut di Pangkalan Berandan. Sedangkan sisanya 55,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **Saran**

Adapun saran dalam penelitian ini ialah:

1. Dalam menentukan kepuasan konsumen Brandan Donut di harapkan dapat menghadirkan ragam produk terbaru untuk masyarakat pada saat ini.
2. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen Brandan Donut dapat lebih memperhatikan harga yang diberikan pada setiap produk yang akan dibeli oleh konsumen.

#### **Daftar Pustaka**

- Alma, 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: C.V Alfabeta.
- Armstrong, Kotler 2015, "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition" , England : Pearson Education, Inc
- Aulia, dan hidayat, 2017, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen AMANDA BROWNIES", Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen ,Volume 6, Nomor 5, Hal 1-17
- Daryanto, dan Setyobudi, I. 2014. Konsumen dan pelayanan prima. Yogyakarta: Gava Media
- Fakhrudin, dan Fiernaningsih, 2019, "Pengaruh Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Amstirdam Coffe dan Roastery Kota", Jurnal Aplikasi Bisnis, Volume:5, Nol, Hal 1-15
- Ghozali, I., 2018, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8), Cetakan ke VIII, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Irawan. 2015. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Elex Media Komputpindo, Jakarta.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kotler and Amstrong. 2016 Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13). Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler and Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler Dan Keller, 2015 Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. and Kevin Lane Keller. 2018. Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran). Terjemahan: Firmansyah, M. A. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Majid. 2015. Strategi Pembelajaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Malau. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta.
- Nainggolan, Pradhanawati dan hidayat, 2016, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Café & Cake", Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science vol 5, no 2, Hal. 1-11.
- Purnamasari. 2015. Panduan Menyusun Sop Standard Operating Procedure. Jakarta: Kobis (Komunitas Bisnis)

- Simamora, 2016, Manajemen Sumber Daya Manusia, Gramedia, Jakarta
- Sugiyono 2015 Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung
- Suliyanto, 2018, Metode Penelitian Binis, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.