

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTIN YUANK KOTA BIMA

Fandi ardiansyah¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima
ardiansyah.stiebima16@gmail.com

Kartin Aprianti²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima
kartinaprianti93@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui (1) ada tidaknya pengaruh keragaman produk terhadap keputusan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima (2) ada tidaknya pengaruh lokasi penjualan terhadap keputusan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima (3) ada tidaknya pengaruh keragaman produk dan lokasi penjualan terhadap keputusan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah asosiatif. Penelitian ini dilakukan di Kantin Yuank Kota BIMA yang sarannya untuk para konsumen yang pernah mengunjungi Kantin Yuank Kota Bima. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji analisis koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji parsial dan uji simultan. Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) variabel keberagaman menu tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. (2) variabel lokasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. (3) variabel keberagaman menu dan lokasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima.

Kata Kunci : keragaman produk, lokasi penjualan, Dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine (1) whether there is an influence of product diversity on consumer decisions in the City of Bima Yuank Canteen (2) whether or not the influence of sales location influence on consumer decisions on the City of Bima Yuank Canteen (3) whether or not the influence of the influence of product diversity and sales locations to consumer decisions in the Bima City Yuank Canteen. This type of research in this research is associative. This research was conducted in the BIMA City Yuank Canteen which was targeted at consumers who had visited the Bima City Yuank Canteen. The sampling technique used was purposive sampling with 96 respondents. Data analysis techniques used are validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression, coefficient of determination analysis test, correlation coefficient, partial test and simultaneous test. Based on the results of the study showed that: (1) the variable diversity of the menu does not affect consumer satisfaction in the Bima Yuank Canteen. (2) sales location variable does not affect consumer satisfaction in Bima City Yuank Canteen. (3) variable menu diversity and sales location does not affect consumer satisfaction at the Bima Yuank Canteen.

Keywords: product diversity, sales location, and customer satisfaction

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Masyarakat Indonesia, sebagian besar familiar dengan bisnis ritel. Berapa tahun terakhir, perkembangan industri ritel berkembang pesat. Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat, membuat pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para konsumen. Persaingan yang semakin ketat, menuntut semua pemilik bisnis untuk lebih inovatif dan kreatif agar dapat bertahan.

Apa yang dibutuhkan oleh konsumen harus mampu dipenuhi oleh perusahaan, oleh karena itu dalam memilih yang dibutuhkan konsumen sudah mulai kritis dan cerdas serta harus mampu mengetahui manfaat dari apa yang dikonsumsi. Menurut Wowor (2013) dalam penelitiannya, Agar dapat menarik konsumen melakukan pembelian, maka perusahaan harus dapat memunculkan keunikan dan perbedaan produk dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Bisnis cafe merupakan salah satu bisnis yang berkembang saat ini. Caffe sudah banyak di kota bima sehingga mengharuskan pelaku usaha bersaing agar dapat menarik minat konsumen. Untuk dapat menjadi lebih unggul dari pesaing maka pemilik usaha harus lebih berusaha dalam melakukan inovasi atau perubahan sehingga dapat menarik konsumen.

Bicara mengenai bisnis ritel, Kantin Yuank merupakan salah satu tempat destinasi para generasi milenial bukan hanya untuk kalangan anak milenial saja, bahkan untuk kalangan semua umur. Kantin Yuank menyediakan berbagai macam hidangan berupa makanan dan minuman siap saji dan tentu nya harga nya yang relatif terjangkau untuk semua kalangan. Selain dijadikan untuk tempat makan dan minum, kantin Yuank juga merupakan tempat tongkrongan dan spot

instagramable bagi kalangan milenial.

Ini merupakan salah satu teknik kantin Yuank untuk memuaskan konsumen. Karena ini kunci keberhasilan dari usaha yang dijalani kantin Yuank sendiri. Keberagaman produk dan kualitas pelayanan menjadi salah satu sumber kepuasan konsumen. Perusahaan bergantung pada konsumen untuk meningkatkan keuntungan dan merebut pangsa pasar yang lebih luas.

Disamping itu kantin Yuank memiliki beberapa masalah diantaranya kurangnya ketersediaan lahan parkir, masih kurangnya fasilitas duduk

dan kurang cepat mengantarkan pesanan konsumen. Sehingga banyak konsumen yang merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh kantin Yuank sendiri dan juga lokasi kantin Yuank yang kurang strategis sangat dekat dengan perkampungan sehingga aktifitas lalu lalang masyarakat terganggu

Oleh karena peneliti merasa perlu melakukan penelitian yang berjudul **“pengaruh keragaman produk dan lokasi lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima”**.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu adakah pengaruh secara parsial maupun simultan keragaman produk dan lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada kantin Yuank Kota Bima ?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial maupun simultan keragaman produk dan lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada kantin Yuank Kota Bima.

B. TINJAUAN TEORITIS

1. Keragaman Produk

Menurut Kotler dan Keller (2015:15) kelompok barang yang berhubungan dan berfungsi dengan cara yang kompetibel namun berbeda tetapi berhubungan, hal ini disebut dengan sistem produk.

Keragaman produk (features) dapat berbentuk tambahan dari suatu produk inti yang menambah nilai suatu produk.

Adapun yang menjadi indikator dari keragaman produk adalah sebagai berikut:

- a) Ukuran produk yang beragam, meliputi penambahan ukuran volume atau isi, ukuran berbeda setiap jenis kemasan, ukuran sesuai dengan keinginan konsumen.
- b) Jenis produk yang beragam, meliputi inovasi baru, berbagai macam variasi rasa.
- c) Bahan produk yang beragam, meliputi label, dan varian rasa.
- d) Desain produk yang beragam, meliputi

faktor penampilan, dan kinerja produk.

- e) Kualitas produk yang beragam, meliputi kualitas produk dan nilai kepuasan konsumen.

2. Lokasi Penjualan

Kiki (2017) dalam penelitiannya menyebutkan konsumen yang datang ketempat bisnis untuk memenuhi kebutuhannya, lokasi bisnis dapat dijadikan keputusan penting dalam bisnis untuk menarik minat berkunjung Konsumen.

Hurriyati (2015) menjelaskan tempat atau lokasi sebagai bahan pertimbangan customer dan juga sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa bisnis akan diserahkan kepada customer.

Yang menjadi indikator lokasi penjualan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Keterjangkauan adalah, lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b) Kelancaran adalah, terjadi ketika seorang atau kelompok akan mencapai tujuan.
- c) Kedekatan dengan kediamannya adalah, kedekatan tempat lokasi yang berada di suatu wilayah dengan wilayah kediaman.

3. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2009, pp.15) produk yang dirasakan setelah pemakaian sebagai respon evaluasi kepuasan dan ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Menurut Zeithaml (2013:75) dan Nainggalon (2016) dalam penelitiannya menjelaskan respon atau tanggapan mengenai ciri atau keistimewaan produk/ jasa tersebut atau berkaitan dengan tingkat kesenangan konsumen dalam pemenuhan kebutuhan disebut dengan kepuasan konsumen.

Berikut ini beberapa indikator yang digunakan dalam variabel penelitian kepuasan konsumen:

- a) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) yaitu pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan yang direspon dengan ungkapan perasaan puas atau tidaknya, perasaan senang atau tidaknya.
- b) Selalu membeli produk yaitu konsumen akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apa bila tercapainya harapan

yg mereksinginkan.

- c) Akan merekomendasikan pada orang lain yaitu konsumen yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan konsumen baru bagi suatu perusahaan.
- d) Terpenuhinya harapan konsumen setelah membeli produk yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang di inginkan konsumen.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif, penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh pada variabel keragaman menu dan lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada kantin Yuank kota bima

2. Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian dilakukan pada Kantin Yuank Kota Bima. Jl. Kartini, Paruga, Rasanae barrat, Bima, Nusa Tenggara Barat. Waktu penelitian dilakukan mulai maret -juni 2020

3. Jenis dan Sumber Data

Kuantitatif menjadi jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang dapat dihitung dan diukur, yang berupa angka-angka disebut dengan data kauntitatif. Jawaban angket yang diberi skor kemudian dihitung dengan alat analisis menjadi data kuantitatif penelitian ini. Data primer dan data sekunder menjadi sumber data yang digunakan pada penelitian ini.

4. Populasi dan Sampel

menurut Sugiyono (2008), Populasi adalah generalisasi dari obyek maupun subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu sebagai bahan untuk dipelajari kemudian diambil kesimpulan.

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung ke Kantin Yuank Kota Bima yang jumlahnya tidak dapat diketahui (*unknown population*).

Bagian dari karakteritik populasi disebut dengan sampel. Besarnya sampel

menggunakan rumus *unknown population* sehingga diperoleh 96 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

5. Teknik Analisis Data

- a) **Uji validitas.** Validitas menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasi nya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid.
- b) **Uji realibilitas.** Uji Realibilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Syarat dinyatakan reliable adalah >0,60 (Sugiyono, 2012 : 177)
- c) **Uji Asumsi Klasik.** Mengingat data penelitian yang digunakan adalah skunder, maka untuk memenuhi syarat yang di tentukan sebelum uji hipotesis melalui uji T dan uji F maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu normalitas, multikolineritas, autokolerasi, dan heteroskedastisitas yang secara rinci.
- d) **Uji Regresi Linear Berganda.** Adalah hebugan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X^1, X^2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk indenpenden apakah masing-masing variabel indenpenden dengan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel indenpenden mengalami kenaikan atau penurunan.
- e) **Koefisien Determinasi.** Menurut imam Ghozali (2009) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Sehingga kofisien determinasi berguna untuk mengetahui besarnya kontribusi

variable keberagaman produk (X1) dan lokasi penjualan (X2) terhadap kepuasan konsumen.

- f) **Koefisien Korelasi Berganda.** Korelasi berganda adalah suatu korelasi yang bermaksud untuk melihat hubungan antara 2 atau lebih variabel (dua atau lebih variabel dependen dan suatu variabel independen).
- g) **Uji Simultan (Uji F).** Uji simultan yang dimaksud adalah untuk mengetahui pengaruh variable bebas secara bersama-sama terhadap variable terikat. Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk (X1) dan lokasi penjualan (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).
- h) **Uji Parsial (Uji t).** Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variable bebas terhadap variable terikat.

D. HASIL DAN PEMABAHASAN

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas yang dilakukan terhadap item instrumen penelitian menggunakan bantuan *SPSS for Windows* dapat dikatakan valid karena telah memenuhi kriteria pengujian validitas yaitu pada setiap item variabel dinyatakan valid karena koefisien korelasi >koefisien pembanding.

Pada uji reliabilitas dalam penelitian ini diperoleh:

Tabel 1. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha	keterangan
Keberagaman Produk	0,606	Reliabel
Lokasi Penjualan	0,730	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,686	Reliabel

Sumber : *Data Primer diolah, 2020*

Dengan demikian semua item instrumen penelitian dapat dikatakan reliabilitas karena telah memenuhi kriteria pengujian reliabilitas dengan nilai Chrombach's Alpha yaitu > 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.54366513
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.094
	Absolute Negative	-.043
	Positive	.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.922
Asymp. Sig. (2-tailed)		.363

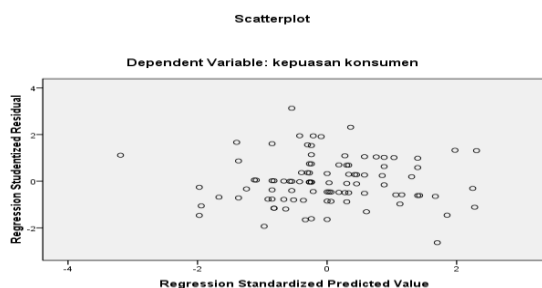
a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan dari hasil uji normalitas menggunakan metode kolmogorov-smirnov di dapatkan hasil signifikan dari uji normalitas 0,363 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat di simpulkan bahwa uji test normalitas dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Dari hasil pengujian dengan metode VIF terlihat bahwa nilai tolerance > 0.100 dan nilai VIF < 10.00 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer diolah, 2020

Bentuk gambar diatas , dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa tidak terjadi residual.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil output SPSS nilai du dicari pada distribusi nilai tabel durbin-watson berdasarkan K(2) dan n(50) dengan signifikansi 5%. Nilai Durbin_Watson (d) sebesar 2,076 > batas atas (du) yakni 1,710 dan < (4-du) 4 – 1,710 = 2,290, sebagaimana dasar keputusan dalam uji Durbin-Watson di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	26.539	3.684		7.203	.000		
	X1	.072	.110	.078	.657	.513	.747	1.339
	X2	.040	.123	.039	.326	.745	.747	1.339

Sumber : Data Primer diolah, 2020

α Nilai konstanta bernilai positif sebesar 26,539 hal ini menunjukkan apabila variabel keberagaman menu dan lokasi penjualan bernilai nol, maka kepuasan konsumen sebesar 26,539 .

β_2 :Nilai Koefisien beta pada variabel keberagaman menu (X₁) sebesar 0,072, artinya setiap perubahan variabel keberagaman menu (X₁) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan kepuasan konsumen sebesar 0,072 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

β_2 : Nilai Koefisien beta pada variabel lokasi penjualan (X₂) sebesar 0,040, artinya setiap perubahan variabel lokasi penjualan (X₂) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan kepuasan konsumen sebesar 0,040 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap.

4. Koefisien Determinasi

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.104 ^a	.011	-.011	2.571	2.076

Sumber : Data Primer diolah, 2020

Dari hasil output SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,011. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keberagaman menu dan lokasi penjualan hanya mempengaruhi sebesar 0,11% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya 99,89% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Koefisien Korelasi Berganda

Berdasarkan nilai koefisien korelasi (R^2) sebesar 0,104 hal ini menunjukkan hubungan antara variable keberagaman menu (X_1) dan lokasi penjualan (X_2) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) dengan tingkat hubungan sangat rendah sesuai dengan tabel pedoman interval koefisien korelasi dalam sugiyono (2010)

6. Uji Simultan (Uji F)

Dari hasil pengujian diperoleh F_{hitung} sebesar 0,504 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,09 ($0,504 < 3,09$) sehingga hipotesis ditolak. Yang berarti variabel keberagaman menu dan lokasi penjualan pada kantin yuank Kota Bima tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima.

7. Uji Parsial (Uji t)

Dari data diatas di peroleh t_{hitung} untuk X_1 sebesar 0,657 dan 0,326 untuk X_2 . Untuk menentukan t_{tabel} dapat dilihat dalam lampiran statistika t_{tabel} , dengan menggunakan $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan (df) $n-k-1$ atau $96-2-1 = 93$. Maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,985. untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam uraian dibawah ini :

Pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan nilai t_{hitung} keberagaman produk (X_1) $0,657 < 1,895$, yang artinya tidak terdapat pengaruh keberagaman menu (X_1) terhadap kepuasan konsumen pada kantin yuank Kota Bima.

Pengaruh lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan nilai t_{hitung} Lokasi penjualan (X_2) $0,326 < 1,895$ yang artinya tidak terdapat pengaruh lokasi penjualan (X_2) terhadap kepuasan konsumen pada kantin yuank Kota Bima.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa keberagaman produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kantin yuank kota bima. Variabel Lokasi penjualan juga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kantin yuank Kota Bima . Hal ini sejalan dengan hasil output secara simultan bahwa keberagaman produk dan lokasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kantin yuank kota bima.

2. Saran

- Pengelola atau Manajer kantin yuank harus menambah beberapa lagi variasi pruduk berdasarkan kebutuhan konsumen agar konsumen tertarik berujung ke Kantin Yuank sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen., serta harus mengelola lahan parkir tersendiri, menngingat lahan parkir tersebut tidak tertata dengan rapi, juga sempit karena langsung berhadapan dengan jalan raya. Berdasarkan hasil penelitian ternyata lokasi penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasaan konsumen. hal ini mungkin terjadi karena kepuasan konsumen bergantung pada variabel lain seperti kualitas produk dan kualitas layanan Kantin Yuank Kota Bima.
- Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan variabel penelitian baru, mengingat pengaruh variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Christina, Widhiya Utami (2010, pp.204). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister, Vol 03.No.02*.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Kiki, Febriana Eka Dkk (2017). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Bu Sur). *Jurnal Manajemen. Universitas Pandamaran Semarang.Vol 01. No. 03*.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, Lane. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tigabelas. Jilid Kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., Keller, K.L. 2009, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 Edisi 13. (Alih Bahasa Bob Sabran, M.M). Erlangga,Jakarta
- Nainggolan, Loredah Paulina. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan *Stove Syndicate Cafe* Di Semarang. *Journal Of Social And Political Of Science. (Hal 1-11)*
- Sugiyono.2010. *Metode penelitian kuantitatif Dan kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Zeithaml dan Bitner, M. J. 2013. *Service Marketing, Sixth Edition*. Mc Graw Hill. America.
- Wowor, Valdy Ronald. (2013) Bauran Pemasaran Jasa Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal EMBA. Vol. 1 No.4 (Hal1229-1239)*