Pengaruh Variasi Produk dan *Servicespace* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken di Lumajang)

Eka Novia Firda Lestari¹, Zainul Hidayat², Hesti Budiwati³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email: noviafirda193@gmail.com¹

Email: zd4y4t@gmail.com²

Email: hestibudiwati1404@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 2

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2019

Halaman 16-19

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Penelitian bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variasi produk dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Rocket Chicken di Lumajang) baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan tidak terdapat pengaruh variasi produk terhadap kepuasan konsumen, terdapat pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen, dan terdapat pengaruh variasi produk dan *servicescape* secara simultan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Rocket Chicken di Lumajang). Hasil penelitian terhadap 60 responden dengan menggunakan analisis regresi linier berganda adalah tidak terdapat pengaruh variasi produk terhadap kepuasan konsumen, terdapat pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan konsumen, dan terdapat pengaruh variasi produk dan *servicescape* secara simultan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Rocket Chicken di Lumajang). Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $Y = 10,410 + 0,081X_1 + 0,142X_2$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 16,9 % kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel independen yaitu variasi produk dan *servicescape*, sedangkan sisanya yaitu 83,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti variasi produk dan *servicescape* sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode dan tempat yang berbeda.

Kata Kunci: Variasi Produk, *Servicescape*, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research is a quantitative study with multiple linear regression analysis techniques. The study aims to determine the effect of product variations and servicescape on consumer satisfaction (case studies on Rocket Chicken in Lumajang) both partially and simultaneously. This study tests the hypothesis that there is no effect of product variation on customer satisfaction, there is a influence of servicescape on consumer satisfaction, and there are effects of product variation and servicescape simultaneously on customer satisfaction (a case study on Rocket Chicken in Lumajang). The results of the study of 60 respondents using multiple linear regression analysis is that there is no effect of product variation on customer satisfaction, there is a influence of servicescape on customer satisfaction, and there are simultaneous effects of product variations and servicescape on customer satisfaction (case study on Rocket Chicken in Lumajang). The resulting multiple linear regression function is $Y = 10.410 + 0.081X_1 + 0.142X_2$. The results of the determination coefficient indicate that 16.9% of customer satisfaction is influenced by independent variables namely product variation and

servicescape, while the remaining 83.1% customer satisfaction is influenced by other variables not examined in this study. The limitations of this study are only examining product variations and servicescape as factors that influence consumer satisfaction, while other variables that can influence customer satisfaction are expected to be investigated by future researchers in different periods and places.

Keywords: *Product Variation, Servicescape, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat, membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para konsumen melakukan pembelian. Para pelaku bisnis diharapkan mampu untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh para konsumen. Pola pikir konsumen juga dapat berkembang serta berubah-ubah tidak luput dari pengaruh kemajuan teknologi dan juga memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan konsumen sekarang, terutama di lihat dari gaya hidup. Budaya bersantai dan menikmati makanan cepat saji di restoran telah menjadi kebiasaan masyarakat masa kini, baik para pelajar maupun orang dewasa. Setelah jam pelajaran, diantara jam kuliah, bahkan sepuluh jam kantor, maupun hari libur, remaja dan kalangan orang dewasa cenderung menghabiskan waktu mereka dengan bersantai dan menikmati makanan cepat saji di restoran. Sedikitnya waktu seseorang untuk membuat sendiri masakan untuk dirinya sendiri atau orang lain membuat seseorang ingin sesuatu yang bisa dinikmati dengan cepat. Maka untuk itu kebanyakan orang memilih untuk pergi ke restoran. Salah satu faktor yang dapat menumbuhkan kepuasan di hati konsumen adalah variasi produk dan kondisi lingkungan fisik (*servicescape*).

Variasi produk (*product variant*) adalah unit yang berbeda di dalam lini produk atau merek yang dibedakan berdasarkan ukuran, harga, tampilan, atau beberapa atribut lain (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009:15). Dengan memunculkan menu yang bervariasi, ini merupakan salah satu taktik pemasaran para pelaku bisnis untuk menarik kepuasan di hati konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Titik Efnita (2017) penelitian yang berjudul Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel variasi produk terhadap kepuasan konsumen.

Lingkungan layanan, atau *servicescape*, adalah gaya dan tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran layanan (Christopher Lovelock.dkk, 2011:4).

Kondisi lingkungan layanan dapat mempengaruhi perasaan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Faris L. Lumentut.dkk. (2014) penelitian yang berjudul Fasilitas, *Servicescape*, Dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald's Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial fasilitas, *servicescape*, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan atau keinginan yang dimiliki konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan atau keinginan konsumen maka konsumen tersebut puas, dan sebaliknya (Donni Juni Priansa, 2017:196).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variasi produk dan *servicescape* berpengaruh signifikan baik secara parsial dan simultan terhadap terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Rocket Chicken di Lumajang).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) (Sugiyono, 2015:62). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah konsumen yang berkunjung ke Restoran Rocket Chicken di Lumajang.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah teknik insidental sampling. Insidental sampling merupakan pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti, dalam artian orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data peneliti. Sedangkan responden penelitian ini yaitu konsumen yang berkunjung ke Restoran Rocket Chicken di Lumajang dengan jumlah responden 60 konsumen. Langkah analisis data penelitian ini terdiri dari Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Linier Berganda, Uji Hipotesis, dan Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digambarkan oleh Tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Data

Model	R	t	sig.
-------	---	---	------

variasi produk	5.789	0.169	0.622	0.536
servicescape			2.171	0.034

Sumber: Data diolah 2019

Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t pada variabel X1 yaitu variasi produk diperoleh nilai $t_{hitung} = 0,622$ dengan nilai signifikansi 0.536. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh $t_{tabel} = \pm 2,00172$. Ini berarti $t_{hitung} = 0,622 < t_{tabel} = \pm 2,00172$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak dengan tingkat signifikansi 0,536 yang berada diatas batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variasi produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Rocket Chicken di Lumajang.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Variasi Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang berkunjung ke Rocket Chicken di Lumajang. Hal ini tidak sependapat dengan hasil penelitian Nopika Indrasari (2017) dalam studinya Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yes Delivery Di Plosokandang Tulungagung. Hasil penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara variasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Yes Delivery di Plosokandang Tulungagung. Variasi produk yang ditawarkan di Rocket Chicken kurang beragam menu produk makanannya sehingga sebagian konsumen merasa bosan dengan menu yang ditawarkan sehingga tidak terbentuk kepuasan di hati konsumen sendiri.

Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t pada variabel X2 yaitu servicescape diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,171$ dengan nilai signifikansi 0,034. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh $t_{tabel} = 2,001$. Ini berarti $t_{hitung} = 2,171 > t_{tabel} = \pm 2,00172$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima dengan tingkat signifikansi 0,034 yang berada dibawah batas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *servicescape* yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Rocket Chicken di Lumajang.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Servicescape* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken di Lumajang. Hal ini sependapat dengan hasil penelitian Mega Silvia Ransulangi.dkk, (2015) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan penataan lingkungan fisik yang baik (*servicescape*) membuat konsumen merasa puas. Restoran Rocket Chicken di Lumajang begitu memperhatikan penataan lingkungan fisik (*Servicescape*) sehingga memiliki pengaruh terhadap kepuasan untuk konsumen sendiri. Karena sebagian konsumen beranggapan bahwa penataan lingkungan fisik (*Servicescape*) sudah dinilai bagus dan ditata sesuai dengan kegunaannya masing-masing.

Pengaruh Variasi Produk dan Servicescape Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji F pada variabel penelitian diperoleh nilai $F_{hitung} = 5,789$ dengan tingkat signifikansi 0,000 dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh $F_{tabel} = 3,16$. Ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 5,789 > F_{tabel} = 3,16$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada dibatas signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variasi produk dan *servicescape* yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Rocket Chicken di Lumajang.

Hasil perhitungan menggunakan program SPSS 16 menunjukan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0.169, Hal ini berarti 16,9 % kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variasi produk dan *servicescape*, sedangkan 83,1 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya promosi, harga dan lain sebagainya.

Hasil perhitungan menggunakan program SPSS 16 menunjukan bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0.169, Hal ini berarti 16,9 % kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variasi produk dan *servicescape*, sedangkan 83,1 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya promosi, harga dan lain sebagainya.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variasi produk dan *servicescape* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken di Lumajang. Hal ini sependapat dengan hasil penelitian Mega Silvia Ransulangi.dkk, (2015) dan Nopika Indrasari (2017) dengan hasil penelitian menunjukkan secara simultan Kualitas Produk, Harga, *Servicescape* dan Variasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini berarti kedua variabel variasi produk dan *servicescape* dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen memutuskan untuk memilih berkunjung ke restoran Rocket Chicken karena adanya variasi produk yang ditawarkan lumayan beragam pilihannya dan penataan lingkungan fisik (*Servicescape*) di tata dengan baik dan sesuai dengan fungsinya masing-masing.

KESIMPULAN

Dari hasil pengujian hipotesis pertama, menunjukkan bahwa Variasi Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang berkunjung ke Rocket Chicken di Lumajang. Dari hasil pengujian hipotesis kedua, menunjukkan bahwa *Servicescape* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken di Lumajang. Dari hasil pengujian hipotesis ketiga, menunjukkan bahwa variasi

produk dan *servicescape* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken di Lumajang.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,169. Hal ini berarti 16,9 % kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variasi produk dan *servicescape*, sedangkan 83,1 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya promosi, harga dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran (Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada *Wedding Organizer*. *AdBispreneur*, 2(2), 107-115.
<https://www.google.com/search?q=gambar-harga-menu-rocket-chicken>
- Indrasari, N. (2017). Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada YES DELIVERY di Plosokandang Tulungagung. *Simki-Economic*, 1(7), 1-13.
- Indrianto, N., & Supomo, B. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lin, I. Y., & Mattila, A. S. (2010). *Restaurant Servicescape Service Encounter and Perceived Congruency on Customers Emotions and Satisfaction*. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19, 819-841.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)*. Jakarta: Erlangga.
- Lumentut, F. L., & Palandeng, I. D. (2014). Fasilitas, *Servicescape*, dan Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen MCDONALD'S MANADO. *EMBA*, 2 (3), 126-136.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016b). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Nugroho, Y. A. (2011). *Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Media Creative.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2011). *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.