

Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas pelayanan Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lazizaa Fried Chicken Sidoarjo

Oleh :

Dian Shafarina

Dewi Komala Sari,

Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

April, 2023

Pendahuluan

Saat ini bisnis makanan menjadi pilihan usaha bagi banyak pebisnis di Indonesia. Berbagai jenis makanan dan semakin mudahnya bahan makanan untuk didapatkan di Indonesia membuat para pebisnis mencoba me-recook dan memberikan inovasi terhadap makanan luar negeri yang saat ini telah banyak dijual di berbagai kota di Indonesia. Para pebisnis berlomba-lomba untuk menyajikannya guna memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Saat ini kepuasan pelanggan menjadi pelanggan menjadi tujuan utama untuk meraih kesuksesan dalam bisnis makanan. Oleh karena itu, perusahaan harus memikirkan pentingnya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, contohnya dengan menyediakan beragam produk, memberikan kualitas pelayanan yang baik, dan *servicescape* yang menarik dapat membuat pelanggan merasa nyaman.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

Metode

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

Definisi Operasional

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

- **Keragaman Produk (X_1)**
Keragaman produk merupakan berbagai macam varian produk yang ditawarkan penjual kepada pembeli meliputi jenis, bahan, rasa serta ketersediaan dari produk tersebut.
- **Kualitas Pelayanan (X_2)**
Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Metode

- **Servicescape (X_3)**

Servicescape yaitu segala sesuatu yang secara fisik hadir disekitar konsumen selama pertemuan transaksi layanan jasa yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen, baik secara internal maupun eksternal. Contoh *servicescape* dalam restaurant adalah suhu ruangan, desain ruangan, tata letak, tempat parkir, peralatan makan dan lain-lain.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Untuk mendapatkan data yang valid dari sebuah instrumen yang valid, maka perlu dilakukan pengujian validitas sebelum instrumen penelitian dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Pada penelitian uji validitas ini, sebuah butir atau variabel dinyatakan valid apabila r hitung positif, serta r hitung $>$ r tabel. Validitas butir instrumen dapat diketahui dengan membandingkan *corrected item-total correlation* yang diperoleh atau r hitung dengan nilai 0,30. Jika r hitung lebih besar daripada 0,30 maka butir pernyataan akan dikatakan valid terhadap indikator variabel. Dan sebaliknya, maka butir pernyataan tersebut dapat dinyatakan tidak valid.

Metode

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dapat diukur dengan membandingkan *Alpha Cronbach* atau Alpha Hitung dengan alpha tabel. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Demikian jika sebaliknya, maka bisa dikatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas
- Uji Linieritas
- Uji Multikolinearitas
- Uji Autokorelasi
- Uji Heteroskedastisitas

Metode

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dilakukan dengan rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y: Kepuasan Konsumen

a: Konstanta

b_1 : Koefisien regresi dari variabel X_1

b_2 : Koefisien regresi dari variabel X_2

b_3 : Koefisien regresi dari variabel X_3

X_1 : Keragaman Produk

X_2 : Kualitas Pelayanan

X_3 : *Servicescape*

e: *Error* (Tingkat Kesalahan)

Metode

Pengujian Hipotesis

- Uji t (Uji Parsial)
- Uji F (Uji Simultan)
- Koefisien Korelasi Berganda
- Koefisien Determinasi Berganda

Hasil

Uji Validitas

Variabel	(r-hitung)	r-tabel	Sig.	Keterangan	
Keragaman Produk	X1.1	0,825	0,202	0,00	Valid
	X1.2	0,836		0,00	Valid
	X1.3	0,798		0,00	Valid
	X1.4	0,844		0,00	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,855	0,202	0,00	Valid
	X2.2	0,878		0,00	Valid
	X2.3	0,892		0,00	Valid
	X2.4	0,789		0,00	Valid
	X2.5	0,846		0,00	Valid
Servicescape	X3.1	0,873	0,202	0,00	Valid
	X3.2	0,882		0,00	Valid
	X3.3	0,783		0,00	Valid
Kepuasan Konsumen	Y.1	0,830	0,202	0,00	Valid
	Y.2	0,757		0,00	Valid
	Y.3	0,774		0,00	Valid
	Y.4	0,796		0,00	Valid
	Y.5	0,797		0,00	Valid
	Y.6	0,810		0,00	Valid
	Y.7	0,443		0,00	Valid

Dari hasil pengujian validitas diatas menyatakan bahwa seluruh item pernyataan dari seluruh variable memiliki nilai rhitung diatas 0,202 ($>0,202$) sehingga dapat dinyatakan bahwa pengujian diatas valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah diteliti.

Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Hasil
KeragamanProduk	0,844	0,60	Reliabel
KualitasPelayanan	0,905	0,60	Reliabel
Servicescape	0,802	0,60	Reliabel
KepuasanKonsumen	0,840	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh data dengan nilai koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60 ($>0,60$). Pada variabel Keragaman Produk sebesar 0,844, variabelKualitas Pelayanan sebesar 0,905, variabel *Servicescape* sebesar 0,802 dan variabel Kepuasan Konsumen sebesar 0,840. Sehingga seluruh variabel dapat dikatakan bahwa instrument kuesioner yang digunakan memiliki reliabilitas.

Hasil

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		96
NormalParameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	2.17343735
MostExtremeDifferences	Absolute	.055
	Positive	.033
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp.Sig.(2-tailed)		.200 ^{c,d}

Setelah diketahui hasil pengujian tersebut, telah didapat nilai dari uji *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,200 bahwa nilai tersebut lebih besar dari pada 0,05 ($>0,05$). Jadi bisa ditarik kesimpulan data tersebut berdistribusi normal

Uji Linieritas

Variabel	F	Sig. Linearity	Kondisi	Kesimpulan
X1 → Y	119,520	0,000	Sig.<0,05	Linier
X2 → Y	94,074	0,000	Sig.<0,05	Linier
X3 → Y	164,636	0,000	Sig.<0,05	Linier

Berdasarkan hasil pengujian penelitian di atas didapatkan nilai *sig. Linearity* guna variable kepuasan konsumen serta keragaman produk sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), variable kepuasan konsumen serta variable kualitas pelayanan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), dan variable kepuasan konsumen serta servicescape sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dari seluruh variable tersebut usai menunjukkan nilai *sig. Linearity* < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hubungan antar variable bersifat linier, berarti apabila terdapat kenaikan skor variable independen diikuti dengan kenaikan skor variable dependen.

Hasil

Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.836 ^a	.698	.688	2.20859	2.253

Jika $dL < d < 4 - dU$ atau $4 - dU < d < 4 - dL$ dapat diartikan bahwa tidak ada autokorelasi. Sehingga Hasil pengujian autokorelasi di peroleh nilai Durbin Watson sebesar 2,013 dengan $dL < d < 4 - dU$ atau $1,6039 < 2,253 < 2,2674$ yang berarti regresi berganda yang digunakan di dalam penelitian ini tidak mengalami autokorelasi.

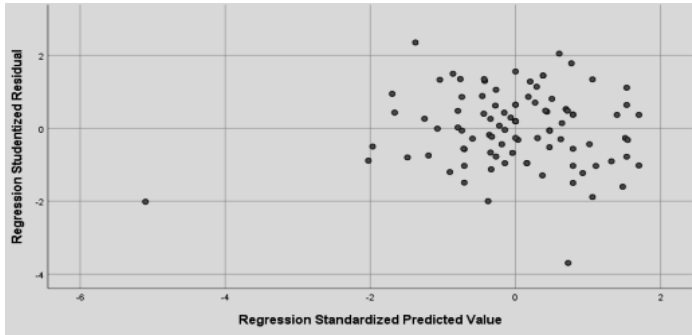
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Keragaman Produk	.410	2.439
	Kualitas Pelayanan	.385	2.600
	Servicescape	.426	2.348

Berdasarkan pengujian diatas, telah kita dapatkan nilai VIF untuk variabel Keragaman Produk sebesar 2,439 (< 10), variabel Kualitas Pelayanan sebesar 2,600 (< 10), dan variabel *Servicescape* sebesar 2,348 (< 10). Menurut hasil pengujian yang didapat maka dapat dikatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan oleh penelitian ini bebas dari multikolinearitas. Artinya diantara variabel bebas sama-sama tidak mempengaruhi.

Hasil

Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar diatas, dapat diamati bahwa tidak terjadi pola tertentu dan scatterplot titik – titik menyebar secara acak, baik dibagian atas angka 0 maupun dibagian bawah angka 0 dari sumbu vertical atau sumbu Y, maka dapat membuktikan bahwasanya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.098	1.597		3.192	.002
	Keragaman Produk	.515	.140	.329	3.684	.000
	Kualitas Pelayanan	.111	.113	.091	.982	.329
	Servicescape	1.001	.177	.497	5.662	.000

Berdasarkan hasil yang seperti table diatas, maka diketahui model regresinya berdasarkan keempat variable sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 5,098 + 0,515 X_1 + 0,111 X_2 + 1,001 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil perolehan persamaan terdapat makna dan arti koefisien regresi yang dapat dijelaskan sebagai berikut

a = Konstanta

Nilai konstanta yang bernilai positif 5,098. Hal ini membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh variable independen yakni keragaman produk, kualitas pelayanan, dan *servicescape*, maka nilai variabel terikat yaitu kepuasan konsumen tetap konstan sebesar 5,098.

Keragaman Produk

Koefisien bernilai 0,515 antara variable Keragaman Produk dengan kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang positif. Jadi dapat diketahui hasil bahwa variabel Keragaman Produk mengalami suatu kenaikan satu satuan, jadi variable kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,515 satuan.

Kualitas Pelayanan

Koefisien bernilai 0,111 antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen memiliki hubungan yang positif. Maka dapat diketahui bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan mengalami sebuah kenaikan satu satuan, jadi variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,111 satuan.

Servicescape

Koefisien memiliki nilai 1,001 antara variabel *servicescape* dengan kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang positif. Jadi diketahui hasil bahwa jika variabel *servicescape* mengalami kenaikan satu satuan, jadi variable kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 1,001 satuan.

Hasil

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.098	1.597		3.192	.002
	Keragaman Produk	.515	.140	.329	3.684	.000
	Kualitas Pelayanan	.111	.113	.091	.982	.329
	Servicescape	1.001	.177	.497	5.662	.000

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% (0,05) dan *degree of freedom* sebesar $k = 3$ dan $df_2 = n - k - 1$ ($96 - 3 - 1 = 92$) sehingga diperoleh *t* tabel sebesar 1,6615 maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Keragaman produk

H0 = Variabel keragaman produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H1 = Variabel keragaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel uji t diperoleh *t* hitung sebesar 3,648. Hal ini menunjukkan bahwa *t* hitung 3.648 lebih besar daripada *t* tabel 1,6615. Dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak, artinya variabel keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas Pelayanan

H0 = Variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H2 = Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel uji t telah didapat *t* hitung sebesar 0,982. Hal ini membuktikan bahwa *t* hitung 0,982 lebih kecil dari pada *t* tabel 1,6615. Dengan begitu H0 diterima dan H2 ditolak, yang berarti variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Servicescape

H0 = Variabel *Servicescape* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H3 = Variabel *Servicescape* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel uji t diperoleh *t* hitung sebesar 5,662. Hal ini membuktikan bahwa *t* hitung 5,662 lebih besar dari pada *t* tabel 1,6615. Dengan begitu H3 diterima dan H0 ditolak, artinya variabel *Servicescape* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil

Uji f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1038.569	3	346.190	70.972	.000 ^b
	Residual	448.764	92	4.878		
	Total	1487.333	95			

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 5% (0,05) dan df sebesar $k = 3$ dan $df_2 = n - k - 1$ ($96 - 3 - 1 = 92$) maka didapat nilai F_{table} sebesar 2,70 dan F_{hitung} menunjukkan sebesar 70,972. Oleh karena itu $F_{hitung} 70,972 > F_{table} 2,70$ dan table diatas menunjukkan nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ jadi dari hasil tersebut bisa dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Uji Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.698	.688	2.20859

Jangkauan nilai R berkisar antara 0-1, yang artinya ialah semakin mendekati 1 maka semakin kuat hubungan yang dimiliki antara variabel independen serta variabel dependen. Tetapi jika semakin mendekat pada angka 0 maka hubungannya semakin lemah atau bahkan tidak memiliki hubungan sama sekali antara variabel independen dengan variabel dependen. Terdapat di tabel uji R bahwa nilai R sebesar 0,836. Hal ini membuktikan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dinilai cukup kuat karena memiliki nilai yang mendekati angka 1.

Uji Determinasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.698	.688	2.20859

Pada table diatas dapat dijelaskan bahwa nilai dari hasil pengujian determinan berganda (R^2) ialah sebesar 0,698 atau 69,8% jadi dapat dideskripsikan bahwa variabel keragaman produk, kualitas pelayanan, dan servicescape dapat menjelaskan mengenai variabel kepuasan konsumen yang terdapat di penelitian dan sisanya sebesar 30,2% dijabarkan oleh variabel lain yang tidak dijadikan objek dalam penelitian.

Pembahasan

1. Berdasarkan analisis terbukti bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa faktor-faktor pendorong keragaman produk diterapkan dengan baik.
2. Berdasarkan analisis yang dilakukan membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan analisis membuktikan bahwa *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Referensi

- [1] Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke 1). Erlangga.
- [2] Wilujeng, S., & Mudzakkir, M. F. (2015). Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern. *Modernisasi*, 11(2), 93–107.
- [3] Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- [4] Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa* (A. Diana (Ed.); Terbaru). Andi.
- [5] Andriyana, R. (2017). *Simki-Economic Vol. 01 No. 12 Tahun 2017 Issn : BbbbBbbb*. 01(12).
- [6] Ardiansyah, F., & Aprianti, K. (2020). Pengaruh Keberagaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- [7] Abi, Y. I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Master Piece Karaoke Di Kota Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 50–58. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1233>.
- [8] Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>.
- [9] Eko Wirawan, D., Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, S. (2020). Pengaruh Servicescape Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Uma Ilo Peta Kota Bima The Effect Ofervicescape And Product Innovation On Consumer Satisfaction On The Uma Ilo Peta Of The City Of Bima. *Dimensi*, 9(2), 387–396.
- [10] Sepang, J., Mananeke, L., & Sahanggamu, S. (2015). Analisis Kualitas Layanan, Servicescape Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Bitung. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1084–1095. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i1.7868>
- [11] Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (Ed.); Kesatu). Alfabeta.
- [12] Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*.
- [13] Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (Edisi Ke 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [14] Rohman, A. K. F., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Baskin Robbins Tp3 Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jpntn)*, 9(2), 1251–1257.
- [15] Islami, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(01), 1–8. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- [16] Pratama, Meika Puta, & Setyorini, R. (2015). *Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Roti*. 2(1), 749–757.
- [17] Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya*. 5, 510–521.
- [18] Asdhi, T., & Samboro, J. (2018). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Xi Center Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 471–478.

