



PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BASKIN ROBBINS CABANG CIBUBUR

Adnan Fauzi¹, Mega Indah Edityawati²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, Depok

Adnanfauzi0897@gmail.com¹, meganugraha182@gmail.com²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 42,00% faktor-faktor kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh keragaman produk, dan harga sedangkan sisanya 58,00% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel keragaman produk, dan harga secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (36,811) > F_{tabel} (3,090)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel keragaman produk menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (5,800)$ dimana $t_{tabel} (1,980)$, dan variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (3,325)$ dimana $t_{tabel} (1,980)$, maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur. Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur adalah keragaman produk.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen.

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product and price diversity on consumer satisfaction at Baskin Robbins Cibubur Branch. The type of research used is associative quantitative research with the research method of collecting data using a questionnaire. Sample selection was done by purposive sampling. The sample is 100 respondents, using multiple linear regression analysis. The results of the regression test showed that 42.00% of consumer satisfaction factors could be explained by the variety of products and prices while the remaining 58.00% were explained by other factors not examined in this study. While the results of the F test indicate that simultaneously the variable product diversity and price simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction with the results of the analysis namely the value of $F_{count} (36.811) > F_{table} (3.090)$. The results of the t test showed that the product diversity variable showed the results of the tcount analysis (5.800) where $t_{table} (1.980)$, and the price variable showed the results of the analysis tcount (3.325) where $t_{table} (1.980)$, so partially these two variables had a positive and significant effect on customer satisfaction Baskin Robbins Cibubur Branch. The dominant variable influencing customer satisfaction at Baskin Robbins Cibubur Branch is product variety.

Keywords : Product Diversity, Price, and Consumer Satisfaction.

(*) Corresponding Author : Adnan Fauzi, Adnanfauzi0897gmail.com¹, 083872237591

INTRODUCTION

Perkembangan bisnis food and beverage di era globalisasi saat ini semakin berkembang pesat, hal tersebut ditandai dengan berbagai banyaknya usaha makanandan minuman dari mulai usaha yang besar maupun kecil yang bergerak di bidang retail. Peluang bisnis food and beverage di Indonesia sejauh ini sangat besar. Salah satu persaingan yang paling sengit dan memuncak tiap tahunnya di Indonesia adalah persaingan di bidang bisnis Food and Beverage (FnB). Hal itu ditandai dengan banyak bermunculannya merek-merek baru baik merek lokal maupun merek asing yang hadir dengan kelebihan dan keunggulan masing-masing produk. Industri food and beverage di Indonesia diperkirakan akan semakin baik dan berkembang lebih pesat seiring dari besarnya jumlah pengguna internet di tanah air.

Dengan berbagai sentuhan kreativitas, Bisnis Food and Beverage terus berkembang serta inovasi yang unik merupakan sesuatu yang terpenting dalam bisnis ini, salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak dibidang food and beverage PT Trans Ice Baskin Robbins yang dahulunya bernama PT Narya Delta Prarthana karena sahamnya telah dibeli oleh Para Group milik Bapak Chairul Tanjung, maka berubah menjadi PT Trans Ice Baskin Robbins yang berpusat di Jakarta. Sebagai perusahaan Ice Cream Baskin Robbins merupakan salah satu jenis retail Ice cream yang ada di Indonesia, Baskin Robbins dioperasikan oleh perusahaan milik Chairul Tanjung, yaitu Trans Corp. Baskin Robbins sendiri telah tersebar di beberapa kota besar di Indonesia, diantaranya Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, dan lain-lain.

Salah satu brand es krim yang juga paling banyak dijumpai di kota-kota besar khususnya di cabang Cibubur tepatnya di Trans Studio Mall Cibubur dan memiliki 3 buah outlet yang berada di lantai LG, Lantai 3, dan juga Lantai 5. Baskin Robbins memiliki beberapa produk jual yang berbahan dasar Ice Cream antara lain cup 'n cones, sundae 'n splits, fountain drink, ice cake, ready pack, fresh pack. Dari logo Baskin Robbins sendiri memiliki makna angka 31 yang dibuat dari bagian huruf B dan R yang memiliki arti 31 varian rasa ice cream yang berbeda disetiap bulannya, meski saat ini 31 sudah tidak merepresentasikan betul jumlah pilihan rasa Baskin Robbins, namun tetap dipakai karena sejarahnya yang begitu melekat. Saat ini Baskin Robbins sudah membuat lebih dari 1.000 pilihan rasa, mereka bahkan kerap membuat pilihan rasa unik seperti Cotton Candy Wonderland, Caramel Turtle Truffle, hingga Chocolate Hazelnut Chunk.

Semakin lengkap varian produk yang dimiliki oleh Baskin Robbins maka semakin besar kepuasan konsumen yang membelinya. Yang mana konsumen tidak perlu mencari produk di outlet lain karena konsumen telah mendapatkan berbagai keragaman produk yang sesuai keinginannya di Baskin Robbins Pengusaha harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang ditawarkan, karena dengan adanya keragaman produk akan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih dan melakukan keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen, serta dapat mempertahankan konsumen agar dikemudian hari bisa datang kembali untuk membeli produk lagi.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur”.

METHODS

Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat potivisme, dilakukan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, Sugiyono (2018 ; 81). Penelitian ini menggunakan angka – angka dan analisis statistik untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Keragaman Produk

NO	PERYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Jenis Produk yang ditawarkan cukup lengkap (Jenis Produk)	0,431	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
2	Variasi Ukuran produk cukup lengkap (Ukuran Produk)	0,433	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
3	Ketersediaan rasa bervariasi (Ukuran Produk)	0,619	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
4	Menjaga Kelengkapan dan kualitas produk (Kualitas Produk)	0,767	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
5	Memberikan Kualitas produk terbaik (Kualitas Produk)	0,603	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
6	Menjamin kualitas terbaik (Kualitas Produk)	0,540	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
7	Produk yang ditawarkan unik dan inovatif (Desain Produk)	0,642	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
8	Menyediakan beragam bentuk dan ukuran (Desain Produk)	0,662	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai 0,3 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan tentang variabel keragaman produk tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

NO	PERYATAAN	Rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Harga produk kompetitif (daya saing harga)	0,563	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
2	Harga promo mempengaruhi minat beli (daya saing harga)	0,691	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
3	Harga yang ditawarkan bervariasi (daya saing harga)	0,776	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
4	Harga tertulis jelas pada produk (keterjangkauan harga)	0,803	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
5	Harga sesuai dengan kualitas (kualitas sesuai harga)	0,808	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
6	Harga sesuai dengan keinginan (harga sesuai manfaat)	0,723	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai 0,3 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan tentang variabel Harga tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

NO	PERYATAAN	rhitung	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Menerima keluhan dengan baik (konfirmasi harapan)	0,619	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
2	Tanggap atas keluhan (konfirmasi harapan)	0,798	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
3	Memiliki banyak pilihan rasa (konfirmasi harapan)	0,807	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
4	Memberikan informasi produk dengan baik (konfirmasi harapan)	0,830	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
5	Akan menjadi konsumen setia (niat beli ulang)	0,848	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
6	Memberikan pelayanan terbaik (dimensi kepuasan pelanggan)	0,847	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
7	Senang dengan promosi yang diberikan (dimensi kepuasan pelanggan)	0,796	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
8	Senang dengan proses dan pelayanan (dimensi kepuasan Pelanggan)	0,783	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
9	Merasa aman karena bersertifikat halal (Kepuasan Pelanggan)	0,720	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3
10	Akan merekomendasi produk (kesediaan untuk merekomendasikan)	0,661	Valid	Karena nilai rhitung > 0,3

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai 0,3 sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan tentang variabel kepuasan konsumen tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

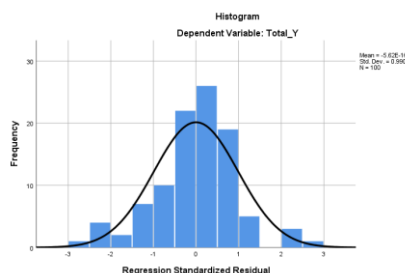
NO	VARIABEL	Cronbach α	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Keragaman Produk	0,848	Reliabel	Karena Cronbach α > 0,6
2	Harga	0,894	Reliabel	Karena Cronbach α > 0,6
3	Kepuasan Konsumen	0,942	Reliabel	Karena Cronbach α > 0,6

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* yang tertera dalam Tabel *Reability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen penelitian ini *reliabel* dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan sebelum seseorang melakukan analisis regresi linier berganda. Adapun uji klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan, (3) uji heteroskedastisitas.

1. Hasil Uji Normalitas



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Pada output SPSS, lihat diagram *Histogram*. Jika membentuk lengkung kurva normal maka residual dinyatakan normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

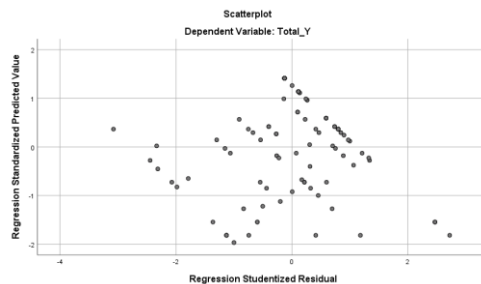
Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak. Multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai toleranc $e > 0,1$ atau $VIF < 10$. Dibawah ini disampaikan hasil uji multikolinieritas dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* nya.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)

VARIABEL	COLLINEARITY STATISTICS			
	TOLERANCE		VIF	
	HASIL	SIMPULAN	HASIL	SIMPULAN
Keragaman Produk	0,826	> 0,1	1,211	< 10
Harga	0,826	> 0,1	1,211	< 10

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance* variabel independen yang ada diatas 0,1 serta nilai VIF variabel independennya semua dibawah 10 yang berarti bawah tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Heteroskidastisitas Dengan Pendekatan Grafik

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan mahasiswa berdasarkan masukan variabel independennya.

Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini antara lain persamaan regresi, uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF	
	1							
	(Constant)	12.097	2.948		4.104	.000		
	Keragaman Produk	.626	.108	.489	5.800	.000	.826	1.211
	Harga	.342	.103	.280	3.325	.001	.826	1.211

Melihat nilai *Unstandardized Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = 12,097 + 0,626X_1 + 0,342X_2$$

Yang berarti bahwa:

- Konstanta sebesar 12,097 yang berarti jika variabel keragaman produk, dan harga dianggap nol maka variabel kepuasan pelanggan hanya sebesar 12,097.
- Koefisien regresi variabel keragaman produk diperoleh nilai sebesar 0,626 yang berarti jika variabel keragaman produk mengalami kenaikan sementara variabel harga diasumsikan tetap maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,626.
- Koefisien regresi variabel harga nilai sebesar 0,342 yang berarti jika variabel harga mengalami kenaikan sementara variabel keragaman produk diasumsikan tetap maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,342.

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	519.949	2	259.975	36.811	.000 ^b
	Residual	685.051	97	7.062		

Total	1205.000	99		
-------	----------	----	--	--

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 36,811. Sementara itu nilai F_{tabel} yang dilihat pada Tabel Nilai- nilai Untuk Distribusi F adalah 3,090. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa nilai $F_{hitung} = 36,811 >$ dari $F_{tabel} = 3,090$. Ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri keragaman produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.657 ^a	.431	.420	2.658	1.893

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,420 atau 42,0%. Ini berarti bahwa variabel independen berupa keragaman produk, dan harga secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan Baskin Robbins Cabang Cibubur sebesar 42,0% sedangkan sisanya sebesar 58,0% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya suasana lingkungan, lokasi, bukti fisik, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lain sebagainya.

4. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji Parsial. Jika Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama, maka Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri.

Tabel 9. Hasil Uji t (Uji Parsial)

VARIABEL	T		sig.		KESIMPULAN
	t-hitung	t-tabel	Hasil	a = 5%	
Keragaman Produk	5,800	> 2,011	0,000	< 0,05	Berpengaruh Signifikan
Harga	3,325	> 2,011	0,001	< 0,05	Berpengaruh Signifikan

Guna menentukan H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} di atas dapat dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 1,980. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Secara parsial keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur karena $t_{hitung} (5,800) > t_{tabel} (1,980)$ serta nilai signifikansinya di bawah 0,05.
- Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur karena $t_{hitung} (3,325) > t_{tabel} (1,980)$ serta nilai signifikansinya di bawah 0,05.

DISCUSSION

Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana sampai saat ini masih

ditemui permasalahan dalam kepuasan konsumen Baskin Robbins cabang Cibubur, sehingga perlu melakukan penelitian diantaranya menggunakan variabel Keragaman Produk, dan Harga maka permasalahan tersebut setidaknya mulai terjawab. Dari kedua variabel tersebut dikatakan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur. Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya tentunya hal ini akan lebih menguatkan penelitian tersebut dimana ada beberapa faktor yang ditambahkan pada penelitian ini diantaranya adalah Keragaman Produk, dan Harga.

Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur. Hasil uji statistik yang diolah menggunakan SPSS versi 26.0, berdasarkan uji t variabel keragaman produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur

yaitu dengan memperoleh nilai thitung 5,800 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu $t_{hitung} (5,800) > t_{tabel} (1,980)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang artinya semakin banyak produk yang ditawarkan di Baskin Robbins Cabang Cibubur maka semakin banyak konsumen yang merasa puas akan produk Baskin. Keragaman produk adalah keragaman mulai dari rasa ukuran kualitas serta ketersediaan produk untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan adanya keragaman produk yang menarik maka dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad (2001), berjudul Pengaruh keragaman produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Baskin Robbins TP3 Tanjungan Plaza Surabaya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Keragaman Produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Baskin Robbins di TP3 Tanjungan Plaza Surabaya.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur. Hasil uji statistik yang diolah menggunakan SPSS versi 26.0, berdasarkan uji t variabel harga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan memperoleh nilai thitung 3,325 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu $t_{hitung} (3,325) > t_{tabel} (1,980)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang artinya semakin baik penetapan harga di Baskin Robbins Cabang Cibubur maka kemampuan produk Baskin tersebut akan semakin baik pula dalam kebutuhan, harapan dan kepuasan konsumen. Harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat menggunakan atau memiliki barang dan jasa. Harga adalah salah satunya unsur bauran pemasaran yang berpengaruh pada besar kecilnya laba dan pangsa pasar yang diperoleh. Harga yang terjangkau akan lebih meningkatkan keinginan konsumen untuk selalu membeli produk yang ditawarkan. Hasil penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizky (2020), berjudul Pengaruh keragaman produk, harga dan tempat terhadap kepuasan pelanggan toko buku Paperclip. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Harga secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko buku Paperclip.

Pengaruh Keragaman Produk, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur. Keragaman produk, dan harga merupakan hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Dari uji F pada tabel 4.18 diperoleh nilai Fhitung sebesar 22,163 dengan tingkat signifikansi 0,000. Pada Ftabel dengan tingkat signifikansi 5%, maka Ftabel adalah 3,090. Sehingga diperoleh Fhitung 22,163 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa $F_{hitung} (22,163) > F_{tabel} (3,090)$, probabilitas signifikasinya 0,000. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Keragaman Produk, Harga, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur sebesar 0,042 atau 42% sedangkan sisanya 58% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Dalam hasil penelitian diatas memberikan bukti semakin banyaknya keragaman produk yang ditawarkan maka konsumen akan merasa puas akan produk tersebut. Hasil penelitian ini juga didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suyono, Mario Paska Halim, Mukhsin, Peri Akri (2020) yang Berjudul Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen di McDonald's Pekanbaru, bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di McDonald's Pekanbaru.

CONCLUSION

Sesuai dengan uraian-uraian diatas serta hasil analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut :

1. Secara simultan Keragaman Produk, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur.
2. Secara parsial Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Baskin Robbins Cabang Cibubur.
3. Secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Cabang Cibubur.

REFERENCES

- Admin (2023)“FnB Adalah: Pengertian, Departemen, Tugas, dan Peluangnya di Indonesia.” Buku Warung. Last modified 2023. <https://bukuwarung.com/fnb%20-adalah-pengertian-departemen-tugas-dan-peluangnya-di-indonesia> diakses padatanggal 15 Februari 2023.
- Ahmad.K.F, Rohman., & Marlana, N. (2021). Pengaruh Kragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1251- 1257.
- Anam, M. K., & Pristiana, U. (2020). Pengaruh persepsi harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen konveksi mahkota galeri sidoarjo.
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi”Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Vol. 5, No. 5.
- Dewi, L., & Sindarko, W. (2018). Pengaruh Keragaman Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen La Cherie. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 9(2), 61–69.
- Gitosudarmo,Indriyo.2018.Manajemen Pemasaran Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Hadita, H. (2018). Dampak Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ramayana Departemen Store. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi*.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.
- Iqbal, M., Riyadi, S., & Lauren, N. (2015). Strategi pengelolaan non performing loan bank umum yang go public.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2022). Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022 dalam www.kemenperin.go.id, diakses pada tanggal 20 Februari 2023.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. dan Grey. A. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Bob Sabran (ed.); 12 Jilid 2). Erlangga.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Satria et al, B., Program, M., Manajemen, S., Batam, U. P., Program, D., Manajemen, S.,& Batam, U. P. (2020). Pengaruh kualitas produk dan keberagaman terhadap minat beli di pasar pagi jodoh kota batam.
- Silaen, S. (2018). Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Bogor: In Media.
- Situmorang, S. H., & Sagia, A. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Personality Dan Korean Wave Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Aloe Vera. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 286-298.
- Stanton, William. J dan Y. Lamarto. (1996). Prinsip Pemasaran. Edisi 7. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono, S., & Susanto, A. (2015). Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel Teori dan Aplikasi untuk

Analisis Data Penelitian. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto (2018). Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi. Yogyakarta: Andi Offset

Suyono, S., Halim, M. P., Mukhsin, M., & Akri, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di MCDonald's Pekanbaru. Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis, 5(1), 70-84.

Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.

Top Brand, "Top Brand Index," Top Brand, 2023. https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/tbi_index=Top Brand&tbi_year=2021 (accessed Feb. 22, 2023).

Widayat, W., & Ni'matuzahroh, N. M. (2017). Entrepreneurial attitude and students business start-up intention: A partial least square modeling. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 19(1), 46-53.