PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN CUSTOMER PADA PT. RAJAWALI NUSINDO CABANG PADANG

Lidiana Putri, Febsri Susanti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

febsrisusanti@akbpstie.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of product diversity, product quality and location partially and simultaneously on customer satisfaction at PT. Rajawali Nusindo Padang Branch. The research method used is quantitative. The sampling technique used is non-probability sampling method with accidental sampling so that from the population a sample of 100 respondents was taken, the data collection method used was observation, questionnaire and literature review. Data analysis techniques used are classical assumptions, multiple linear regression and t test. Based on multiple regression analysis, get $Y = 6.029 + 0.238 X_1 + 0.171 X_2 + 0.334 X_3 + e$. From the t-test, it was found that the product's threat variable had a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Rajawali Nusindo Padang Branch. Product quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Rajawali Nusindo Padang Branch. Location variables have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Rajawali Nusindo Padang Branch. It is expected that the results of this study can be used as a reference for further researchers to increase the number of respondents to be used, and carried out with a longer time span, besides using variables that are more suitable to increase customer satisfaction.

Keywords: *Product Diversity, Product Quality, Location and Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini sangat pesat, membuat para pelaku bisnis harus saling bersaing untuk menarik para pelanggan. Para pelaku bisnis dituntut untuk inovatif/kreatif supaya bisa bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Perusahaan diharapkan bisa memenuhi permintaan pelanggan.

Kepuasan pelanggan yaitu suatu hal yang sangat penting diperhatikan oleh pelaku usaha, supaya usaha yang didirikan dapat berjalan dengan baik. Menurut Lopiyoadi (2013:228), kebanyakan program kepuasan pelanggan bertujuan untuk meningkatkan kinerja/hasil positif pada atribut. Jadi atribut yang dianggap paling penting akan diketahui dan peningkatan kinerja dilakukan melalui atribut tersebut dengan menggunakan hubungan yang simetris, kinerja positif ditingkatkan dan kinerja yang negatif dihilangkan dimana dilakukan untuk mencapai tujuan bergantung pada sifat atau karakter atribut-atribut tersebut.

Untuk menentukan kepuasan *customer* tersebut dapat diketahui dari banyaknya jumlah produk yang ditawarkan oleh PT. Rajawali Nusindo, karena dengan banyaknya jumlah produk yang ditawarkan maka pelanggan akan leluasa

memilih produk yang diinginkan. Tingkat kepuasan customer PT. Rajawali Nusindo saat sekarang sangat memprihatinkan karena masih terdapat sebagian dari jenis produk yang dimiliki oleh PT. Rajawali Nusindo yang belum dapat memenuhi permintaan pasar, sehingga customer tersebut memilih produk yang disalurkan oleh perusahaan lain dengan memiliki spesifikasi yang sama. Tingkat kepuasan customer tersebut dapat dilihat dari keragaman produk yang dimiliki oleh perusahaan.

Keragaman produk sebagai seperangkat (keanekaragaman) lini produk dan unsur yang ditawarkan oleh penjual tertentu pada para pembeli. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat diketahui *team marketing* PT. Rajawali Nusindo tersebar di seluruh wilayah Indonesia dengan dibekali *product knowledge* yang sangat memadai dan siap membantu tenaga Paramedis dan Analis untuk lebih mengenal produk dari segi spesifikasi, kualitas sampai penggunaannya. Pola pembinaan dan program training yang diadakan secara berkesinambungan dan kontinyu menghasilkan tenaga-tenaga marketing yang ada handal dan profesional dibidangnya, namun dalam pemasaran produk tersebut masih terdapat kekurangan dalam memenuhi permintaan pasar, karena terdapat pada sebagian dari produk memiliki stock terbatas sehingga permintaan tersebut belum bisa terpenuhi, hal ini akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan PT. Rajawali Nusindo.

Selain keragaman produk yang dapat menentukan kepuasan customer kualitas produk juga perlu diperhatikan oleh PT. Rajawali Nusindo karena dengan kualitas produk yang baik maka PT. Rajawali Nusindo akan dapat memberikan kepuasan kepada customernya. Namun dari kualitas produk yang dimiliki tersebut memiliki persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan farmasi lainnya dengan memiliki spesifikasi yang sama serta memiliki fungsi yang sama sehingga customer tersebut memiliki pertimbangan dalam menggunakan produk tersebut, hal ini nantinya akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan PT. Rajawali Nusindo.

Selanjutnya selain keragaman produk dan kualitas produk yang dapat menentukan kepuasan customer PT. Rajawali Nusindo, lokasi perusahaan juga perlu diperhitungkan oleh PT. Rajawali Nusindo karena dengan lokasi yang strategis dan mudah dilalui oleh kendaraan maka pelanggan merasa mudah untuk berkunjung ke PT. Rajawali Nusindo.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat diketahui bentuk lokasi penjualan yang dimiliki oleh PT. Rajawali Nusindo yaitu mendirikan perusahaan yang mudah dilalui oleh alat transportasi umum, namun dalam pemberian lokasi tersebut yang perlu diperhatikan kembali yaitu lokasi parkir yang disediakan karena lokasi parkir masih terbilang sempit sehingga hanya bisa menampung beberapa kendaraan beroda empat saja, hal ini nantinya akan bisa menimbulkan dampak yang kurang baik pada kepuasan customernya.

Supaya pelanggan dapat mengunjungi PT. Rajawali Nusindo dengan mudah yaitu mendirikan tempat yang dilalui oleh alat transportasi umum supaya pelanggan kesulitan untuk mengunjungi lokasi tersebut, namun dalam pemberian lokasi tersebut yang perlu diperhatikan kembali yaitu lokasi parkir yang disediakan karena lokasi parkir yang telah ada masih terbilang sempit sehingga lokasi parkir tersebut hanya menampung beberapa kendaraan beroda empat saja,

dengan terjadinya permasalahan tersebut maka pelanggan kurang puas dengan lokasi yang disediakan oleh PT. Rajawali Nusindo terutama pada lokasi parkir.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan mengambil judul: Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Customer Pada Pt. Rajawali Nusindo Cab. Padang

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan *customer* pada PT. RajawaliNusindo Cabang Padang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang?
3. Bagaimana pengaruh lokasi penjualan terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang?

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Customer

Menurut Tjiptono (2014:352), kepuasan customer sudah menjadi semacam mantra ajaib yang dijumpai di hampir semua buku teks organisasi bisnis dan non bisnis, kata kepuasan pelanggan/customer seringkali dijumpai dalam memenuhi kebutuhannya. Menurut Oliver dalam Tjiptono (2012:311), indikator kepuasan customer dapat digunakan adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk, respon customer, evaluasi purnabeli, ukuran kinerja produk, tingkat perasaan.

Keragaman Produk

Menurut Kotler dan Keller (2015:15) sistem produk yaitu kelompok barang yang berbeda tetapi berhubungan dan berfungsi dengan cara yang komplektibel. Bauran produk disebut (*product mix*) disebut jugapilihan produk (produk assortment) yaitu kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2015:16) indikator keragaman produk yaitu lebar bauran produk, panjang bauran produk, kedalaman bauran produk, dan konsistensi dari bauran produk.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:205) mengatakan bahwa kualitas kinerja kemampuan produk untuk melakukan fungsinya. Artikan bahwa kualitas produk yaitu sejauh mana suatu produk dapat melaksanakan fungsinya dan memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:272), indikator kualitas produk pada penelitian ini yaitu kinerja (*performance*), daya tahan, keandalan, fitur, keindahan.

Lokasi Penjualan

Menurut Huriyati (2015:56), keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana menyerahkan jasa kepada customer dan dimana itu akan berlangsung. Tempat juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan, sebagai bagian dari nilai dan manfaat dari jasa. Menurut Huriyati (2015:57), indikator dalam lokasi yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir yang luas dan aman, ekspansi, tersedia

tempat yang cukup untuk memperluas usaha dikemudian hari, lingkungan, persaingan dan peraturan pemerintah.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:207), jenis kuantitatif yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Populasi dalam penelitian yaitu terdiri dari 226 outlet atau apotik yang menjadi pelanggan PT. Rajawali Nusindo Cabang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui *non probability sampling*. Berdasarkan teknik ini, tidak semua individu mendapat peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Sedangkan metode yang melalui *accidental sampling* yaitu mereka yang dijumpai peneliti ditempat penelitian. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 100 outlet atau apotik yang menjadi pelanggan PT. Rajawali Nusindo Cabang.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik juga tidak perlu dilakukan untuk analisis regresi linear yang bertujuan untuk menghitung nilai pada variabel tertentu.

Menurut Priyatno (2010:71), normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval atau pun rasio. Dalam pembahasan ini digunakan uji Liliefors dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05. Uji normalitas ini dapat menggunakan program SPSS Versi 20.0.

Menurut Priyatno (2010:83), heteroskedastisitas yaitu keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser dengan nilai signifikan $< 0,05$ maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

Menurut Priyatno (2010:81), multikolonieritas yaitu keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebas dalam model regresi. Selanjutnya menurut Santoso yang dikutip Priyatno (2010:81), pada umumnya jika *inflation factor* (VIF) lebih dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolonieritas dengan variabel bebas lainnya.

Menurut Priyatno (2010:61), analisis regresi linear berganda yaitu hubungan secara linear antara dua variabel bebas dan variabel terikat. Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel terikat apabila variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif.

Menurut Pardede dan Manurung (2014:28), uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Y). Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya (Y), maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau *fit*.

Menurut Pardede dan Manurung (2014:29), nilai t_{hitung} digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial terhadap variabel terganggunanya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel terganggunanya/tidak.

Menurut Priyatno (2010:66), analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas yaitu secara serentak terhadap variabel terikat (Y). R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat, atau variansi variabel bebas yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variansi variabel terikat.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Menurut Priyatno (2010:71), normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak digunakan uji Liliefors dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.15 yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 1
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,97923263
	Absolute	,082
Most Extreme Differences	Positive	,082
	Negative	-,047
Kolmogorov-Smirnov Z		,818
Asymp. Sig. (2-tailed)		,516

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan pada Tabel 1 hasil uji normalitas yang dilakukan memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,818 dan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,516. Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi dengan normal karena nilai signifikan yang dihasilkan $> 0,05$.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2010:83), heteroskedastisitas yaitu keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi dapat menggunakan Uji Glejser dengan nilai signifikan $< 0,05$ maka terjadi masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil penelitian uji heteroskedastisitas pada Tabel 2 yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 2
Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel	Sig	Keterangan
1	Keragaman produk (X_1)	0,076	Tidak Terjadi Gejala Heteroskedastisitas
2	Kualitas Produk (X_2)	0,455	Tidak Terjadi Gejala Heteroskedastisitas
3	Lokasi (X_3)	0,207	Tidak Terjadi Gejala Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai signifikan variabel keragaman produk, kualitas produk dan lokasi memiliki nilai signifikan $> 0,05$, hal ini berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Uji Multikolonieritas

Menurut Priyatno (2010:81), multikolonieritas yaitu keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel *independend* dalam model regresi pada umumnya jika *inflation factor* (VIF) lebih dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolonieritas dengan variabel bebas lainnya. Berdasarkan hasil penelitian uji multikolonieritas pada tabel 3 yaitu sebagai berikut ini:

Tabel 3
Uji Multikolinearitas

No.	Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Keragaman produk (X_1)	0,985	1,016	Tidak Terjadi Multikolinieritas
2	Kualitas Produk (X_2)	0,964	1,038	Tidak Terjadi Multikolinieritas
	Lokasi (X_3)	0,979	1,022	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa *tolerance value* untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk masing-masing variabel lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan model yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gangguan multikolinieritas.

Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno (2010:61), analisis regresi linear berganda yaitu hubungan secara linear antara dua variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan uji regresi berganda yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4 di bawah ini:

Tabel. 4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,029	5,061		1,191	,236
1 Keragaman_Produk	,238	,098	,197	2,434	,017
Kualitas_Produk	,171	,083	,168	2,061	,042
Lokasi	,334	,049	,548	6,764	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Customer

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan program SPSS 20 for windows, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,029 + 0,238 X_1 + 0,171 X_2 + 0,334 X_3 + e$$

- 1) Nilai constanta yaitu = 6,029 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel keragaman produk, kualitas produk dan lokasi maka nilainya yaitu 0 (nol) sehingga kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang tetap sebesar 6,029 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi keragaman produk yaitu = 0,238 artinya jika variabel keragaman produk (X_1) meningkat sebesar 1 (satuan) dengan

asumsi variabel kualitas produk (X_2), lokasi (X_3), dan konstanta (a) yaitu 0 (nol), maka kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang meningkat sebesar 0,238 satuan.

- 3) Nilai koefisien regresi kualitas produk yaitu = 0,171 artinya jika variabel kualitas produk (X_2) meningkat sebesar 1 (satuan) dengan asumsi variabel keragaman produk (X_1), lokasi (X_3), dan konstanta (a) yaitu 0 (nol), maka kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang meningkat sebesar 0,171 satuan.
- 4) Nilai koefisien regresi lokasi yaitu = 0,334 artinya jika variabel lokasi (X_3) meningkat sebesar 1 (satuan) dengan asumsi variabel keragaman produk (X_1), kualitas produk (X_2), dan konstanta (a) yaitu 0 (nol), maka kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang meningkat sebesar 0,334 satuan.

Uji Hipotesis

Uji F

Menurut Pardede dan Manurung (2014:28), uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel tergantungnya (Y). Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel tergantungnya. Berdasarkan uji F yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	974,515	3	324,838	19,893	,000 ^b
	Residual	1567,595	96	16,329		
	Total	2542,110	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Customer

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Keragaman_Produk, Kualitas_Produk

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas dapat dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 19,893 dengan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keragaman produk (X_1), kualitas produk (X_2) dan lokasi (X_3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang.

Uji t

Menurut Pardede dan Manurung (2014:29), nilai t_{hitung} digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial terhadap variabel tergantungnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel tergantungnya (Y) atau tidak. Berdasarkan uji t yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6
Hasil Uji t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,029	5,061		1,191	,236
1 Keragaman_Produk	,238	,098	,197	2,434	,017
Kualitas_Produk	,171	,083	,168	2,061	,042
Lokasi	,334	,049	,548	6,764	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Customer

Sumber : Data primer yang diolah, 2018.

Variabel keraaman produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadapkepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,434 sedangkan nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasancustomer pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,061 sedangkan nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Variabel lokasi (X_3) berpengaruh secara positif dansignifikan terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,764 sedangkan nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno (2010:66), analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas yaitu secara serentak terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan uji koefisiendeterminasi yang dilakukan maka dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,619 ^a	,383	,364	4,041	,383	19,893	3	96	,000

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Keragaman_Produk, Kualitas_Produk

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *Adjusted R Square* dengan sebesar 0,364. Hal ini berarti sumbanganvariabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat yaitusebesar 36,4% sisanya 63,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

1) Pengaruh Variabel Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Customer.

Dari hasil analisis uji hipotesapada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ terbukti bahwa variabel keragaman produk (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang dengan

nilai t_{hitung} sebesar 2,434 sedangkan nilai signifikan $< 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang disebabkan karena keragaman produk yang dilakukan oleh perusahaan, hal ini dapat diketahui dari indikator keragaman produk seperti lebar bauran produk, panjang bauran produk, kedalaman bauran produk dan konsistensi dari bauran produk, sehingga dengan memberikan berbagai jenis produk maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, karena permintaan pelanggan tersebut dapat terpenuhi dengan baik.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Nainggolan, dkk (2016) menjelaskan bahwa keragaman produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan *customer*. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa keragaman produk (menu) pada Stove Syndicate Cafe Semarang termasuk dalam kategori bervariasi. Hal ini membuktikan bahwa Stove Syndicate Cafe Semarang sudah dengan baik dalam menciptakan penawaran yang beragam demi pemenuhan kepuasan pelanggan serta keinginan pelanggan yang beragam dan berbeda-beda pula.

2) Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan *Customer*.

Dari hasil analisis uji hipotesa pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ terbukti bahwa variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,061 sedangkan nilai signifikan $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang disebabkan karena kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan, hal ini dapat diketahui dari indikator kualitas produk seperti kinerja (*performance*), daya tahan, kehandalan, fitur dan keindahan, sehingga dengan memberikan kualitas produk yang baik tersebut maka bisa memberikan kepuasan yang baik kepada pelanggan, karena kualitas produk tersebut telah sesuai yang diinginkan oleh pelanggan.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Hanjaya (2016) menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal ini membuktikan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian produk Capra Latte dapat diterima. Kesegaran produk Capra Latte harus terus dijaga dengan cara menjaga tempat penyimpanan dan tidak menyimpan produk terlalu lama agar pelanggan dapat menikmati susu kambing etawa yang segar dan merasakan manfaatnya.

3) Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Kepuasan *Customer*.

Dari hasil analisis uji hipotesa pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ terbukti bahwa variabel lokasi (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,764 sedangkan nilai signifikan $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang disebabkan karena lokasi berdirinya PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang, hal ini dapat diketahui dari indikator lokasi seperti akses, visibilitas, lalu lintas (*traffic*), tempat parkir yang luas dan aman, ekspansi, lingkungan, persaingan dan peraturan pemerintah, dengan berbagai fasilitas lokasi yang dimiliki oleh PT.

Rajawali Nusindo Cabang Padang maka dapat mempermudah pelanggan untuk mengunjungi perusahaan tersebut, sehingga memberikan tersendiri bagi pelanggan yang telah berlangganan dengan PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Nainggolan, dkk (2016) menjelaskan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan customer. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa lokasi Stove Syndicate Cafe Semarang termasuk dalam kategori strategis. Hal ini membuktikan bahwa Stove Syndicate Cafe Semarang sudah dengan tepat memilih lokasi yaitu dekat dengan tempat tinggal para konsumen yang sebagian besar yaitu kalangan mahasiswa. Hal ini membuktikan bahwa lokasi yang mudah dijangkau oleh pelanggan akan menimbulkan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

1. Variabel keragaman produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang dengan nilai signifikan $< 0,05$.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang dengan nilai signifikan $< 0,05$.
3. Variabel lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan *customer* pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Padang dengan nilai signifikan $< 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan kelima. Jakarta: Rajawali Pers.
- Andika, A., & Susanti, F. (2018). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/upgc3>.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/8XKYB>
- Aziz, N. (2019). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Dealer Amanah Lubuk Alung. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/BNDAE>
- Handoko, Hani. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi 1. Cetakan Tujuh Belas. Yogyakarta: BPFE. Yogyakarta Anggota IKAPI.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2012 *Manajemen Operasi* (Buku 1 Edisi 10) Jakarta: Salemba Empat.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV. Alfabeta.

- Kismanto, Anjar, Hari. 2011. *Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Dampo Awang Beach Rembang*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. and Keller, K.L. 2009. *Marketing Management: 13th Edition*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2012. *Marketing Manajemen*. Edisi 14. Global Edision Pearson. Prentice.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, Lane. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tigabelas. Jilid Kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, Arief Rakhman. 2014. *Total Marketing*. Yogyakarta: Kobis.
- Loredah Paulina Nainggolan, Ari Pradhanawati dan Wahyu Hidayat. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang)*. Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2016.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma' ruf, Hendry. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. Jurnal Pundi. Volume 1. No. 1. Hal. 57-66. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.9>
- Marlius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vdqqx>
- Mayliza, R. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Ulang Axis Ditinjau Dari Bauran Pemasaran Kasus Di Kota Padang. <https://doi.org/10.31219/osf.io/e7xhy>
- Mazin. 2016. *Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bahan Bangunan UD Berkat Subur Bujuel Kota Kediri*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia UN PGRI Kediri.
- Meidisa, C., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Preferensi Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/bf7cr>
- Mowen C. John & Minor Michael. 2011. *Perilaku Konsumen*. Diterjemahkan oleh Lina Salim. Bandung: Erlangga.
- Nurhasanah. 2010. *Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Hero Supermarket Tarogong Cilandak Jakarta Selatan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pardede, Ratlan, dan Manurung, Renhard. 2014. *Analisis Jalur/Path Analisis Teori dan Aplikasi Dalam Riset Bisnis*, Cetakan Pertama. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Priyatno, Duwi. 2010. *Pemahaman Analisis Statistik Data Dengan SPSS*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Purnama, Nursya Bani. 2006. *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Qin, H dan Prybutok, V.R. 2010. *Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention in Fast Food Restaurant. International Journal of Quality and Services Sciences*, Vol. 1, pp 78-95.
- Sangadji, Etta, Mamang, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Sanny Hanjaya. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuandan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte*. Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 1, Nomor 2, Juni 2016.
- Sarjita. 2017. *Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Atmosfer Kenyamanan, Keragaman Produk dan Desain Rumah Sakit Terhadap Keputusan Konsumen di Rumah Sakit Bethesda Yakkum Yogyakarta*. Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta. *JBMA - Vol. IV, No. 1, Maret 2017*. ISSN : 2252-5483.
- Sri, Wilujeng dan Mohammad Fakhruddin Mudzakkir. 2015. *Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang*. Prodi Manajemen FEB Universitas Kanjuruhan Malang. *Moderniasi* Volume 11, Nomor 2, Juni 2015.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.
- Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu, dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Manajemen Menwujudkan Pelayanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandi, 2014. *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Umar, Husein. 2008. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia. Pustaka Utama.
- Utami, Christina W. 2008. *Manajemen Ritel*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.