

ISSN 2620-9551

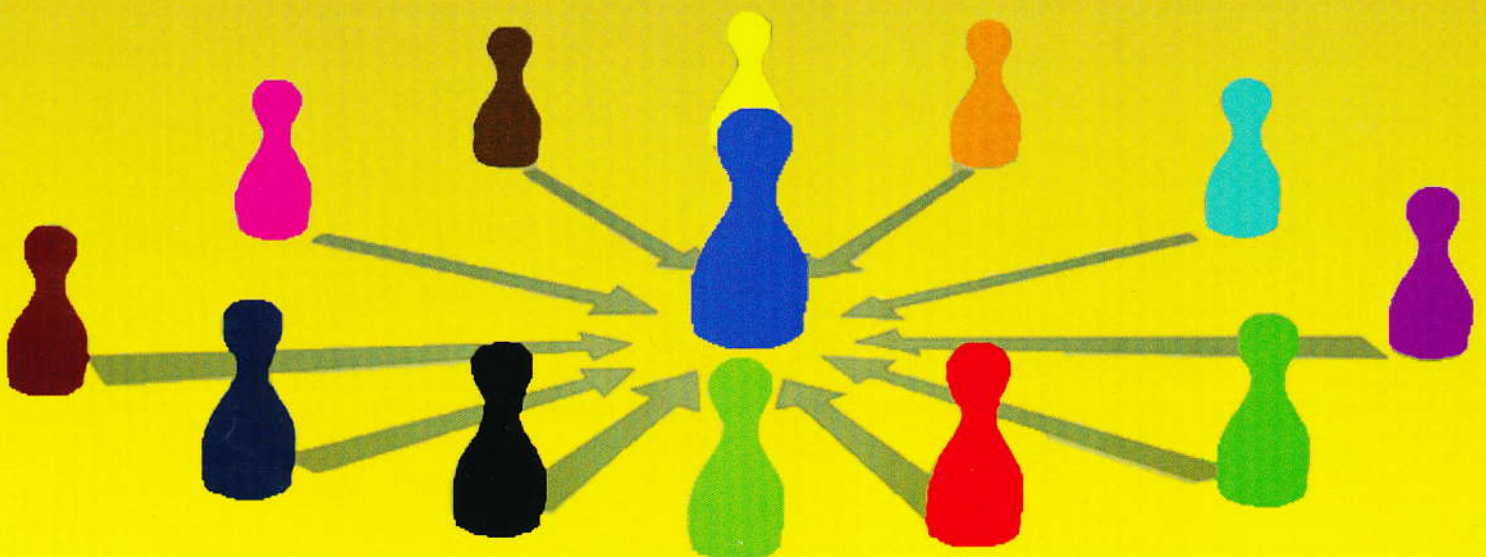
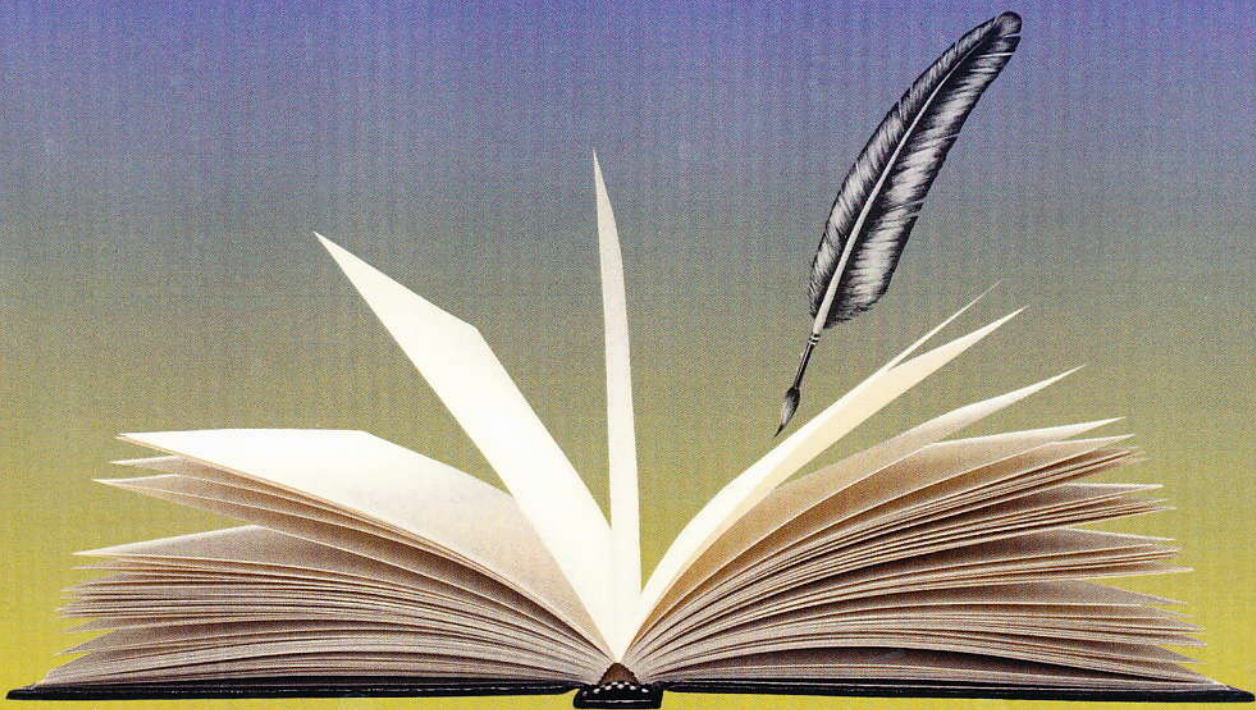
JAMBURA

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS

Volume 1

Nomor 1

Mei 2018



Penerbit
Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DEMAJOR CAFE KOTA GORONTALO

Nur Ain.S.Usman¹, Andi Yusniar Mendo²

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo

Alamat Korespondensi: nur_S1manajemen2014@mahasiswa.ung.ac.id

Abstract: This study aims to determine how much influence Product Diversity to Customer Satisfaction At Demajor Cafe City Gorontalo. The type of this research is quantitative descriptive analysis by using survey method which is done by distributing questioner to respondent and analyzed statistically. The selection of respondents involves visitors from Demajor Cafe Town of Gorontalo which is known as 96 people. The results of this study obtained the regression equation that is $\hat{Y} = 9,364 + 0,907$, which explains that if product differentiation offered in Demajor Cafe Gorontalo increase 1 point / unit then it will increase value of customer satisfaction equal to 0,907 point. Besides, R² value of 0.828 explains that 82.8% of product differentiation in Demajor Cafe Gorontalo affect customer satisfaction. The rest of 17.2% influenced by other factors not explained in this study such as price, promotion, service, trust, and so forth.

Keyword: Product Diversity, Customer Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Di Demajor Cafe Kota Gorontalo. Jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survey yang dilakukan melalui penyebaran kuisioner pada responden dan dianalisis secara statistik. Pemilihan responden melibatkan pengunjung dari Demajor Cafe Kota Gorontalo yang diketahui sebanyak 96 orang. Hasil penelitian ini memperoleh persamaan regresi yakni $\hat{Y}=9,364+0,907$, yang menjelaskan bahwa jika diferensiasi produk yang ditawarkan di Demajor Cafe Gorontalo mengalami kenaikan 1 point/satuan maka hal tersebut akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,907 point. Disamping itu nilai R² sebesar 0,828 menjelaskan bahwa sebesar 82,8% dari diferensiasi produk yang ada di Demajor Cafe Gorontalo mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun sisanya sebesar 17,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini seperti harga, promosi, pelayanan, kepercayaan, dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Kepuasan Pelanggan

Pada era globalisasi saat ini persaingan antar perusahaan semakin

ketat, khususnya persaingan perusahaan yang sejenis, baik dalam

hal persaingan produk, harga, ataupun promosi. Hal tersebut harus dilihat secara jeli baik sebagai ancaman sekaligus sebagai peluang oleh perusahaan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan ataupun memenangkan persaingan dalam bisnis.

Saat ini setiap perusahaan berkonsentrasi untuk mendapatkan posisi terbaik dipasar daripada hanya sekedar bertahan hidup. Karena kondisi persaingan ini, konsumen dengan bebas dapat memilih produk yang diinginkannya sehingga pihak perusahaan harus secara aktif meningkatkan citra perusahaan melalui produk yang ditawarkan. Dengan demikian keadaan perusahaan akan terus bertahan dalam persaingan, bahkan dapat mengungguli perusahaan lain. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berusaha mendapatkan konsumen yang baru tetapi juga berusaha keras untuk mempertahankan pelanggan yang telah mereka dapatkan. Sekarang ini kondisi kekuatan pasar ada ditangan pembeli, sehingga perusahaan harus mampu

mengetahui dan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, persepsi dan gaya hidup guna mencapai kepuasan pelanggan.

Kepuasan merupakan perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dengan baik. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan diprediksi sebelum produk dibeli/dikonsumsi. Jika yang dirasakan konsumen melebihi dugaannya, konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika yang dirasakan lebih rendah dari harapannya, konsumen akan merasa tidak puas (Walker dalam Ali Hasan (2009:57)

Kepuasan pelanggan paling penting bagi pihak perusahaan, karena kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi *income* (pendapatan) suatu perusahaan. jika pelanggan puas terhadap produk yang di tawarkan oleh perusahaan maka pelanggan akan menjadi pelanggan tetap (*loyal*) terhadap perusahaan. dengan pelanggan yang puas dan *loyal* maka akan mengakibatkan

income (pendapatan) perusahaan tersebut meningkat, demikian sebaliknya. Baik perusahaan yang bergerak dibidang layanan atau perusahaan yang memproduksi barang, keduanya harus memperhatikan kualitas produk. Agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan saat berkunjung, pihak perusahaan harus mampu menciptakan strategi-strategi apa yang harus dilakukan agar kepuasan pelanggan terjaga dengan baik, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi *diferensiasi produk*.

Diferensiasi produk (Produk pembeda) merupakan salah satu faktor yang penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Diferensiasi produk* (Produk pembeda) merupakan proses pembedaan suatu produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu. Pembedaan tersebut dilakukan baik terhadap produk kompetitor maupun terhadap produk lain dari produsen produk itu sendiri.

Demajor Cafe merupakan salah satu industri yang bergerak dalam bidang kuliner, menyajikan berbagai macam hidangan makanan dan minuman yang sudah banyak dikenal oleh para pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum dan Demajor cafe juga didalamnya terdapat hiburan alunan musik, sehingga Demajor cafe selain menjadi tempat menikmati makanan dan minuman juga dapat digunakan sebagai tempat untuk bersantai dan untuk berbincang-bincang.. Kuliner unik yang disajikan dicafe ini sudah relatif banyak diminati oleh masyarakat kota Gorontalo, diciptakannya produk unik dicafe ini karena sekarang ini pelanggan semakin kritis dalam memilih produk yang mereka inginkan karena adanya cafe-cafe yang menjual produk yang sama, sehingga Demajor cafe harus mampu bersaing dengan berusaha untuk mendapatkan pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan dengan memberikan tingkat kepuasan yang tinggi diantaranya dengan menjaga dan meningkatkan *image* dimata pelanggan sehingga mereka akan tetap loyal pada cafe

kemungkinan kaitan atau hubungan-hubungannya antar variabel dalam permasalahan yang ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung di Demajor Cafe yang di amsusikan tidak diketahui karena jumlah pelanggan yang berkunjung sudah memiliki jumlah yang besar dari

berbagai kalangan yang setiap harinya tidak diketahui jumlah pelanggannya. Karena jumlah populasi tidak bisa dihitung dalam jumlah yang pasti (infinity), maka menurut Suharsimi Arikunto (2002:117) dasar pengambilan sampel yang digunakan adalah:

$$\left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{1,96}{0,20} \right]^2$$

n = 96 responden

Keterangan :

N = Ukuran sampel

Z_{α/2} = Nilai standar daftar luar normal standar bagaimana tingkat (α) 95%

E = Tingkat ketepatan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya error maksimum secara 20%

Dari perhitungan diatas dapat diketahui sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

Sedangkan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode *accendital sampling*, dimana untuk

memperoleh data peneliti menemui subyek yaitu orang-orang yang secara kebetulan dijumpai pada saat berkunjung dan peneliti melakukan penelitian hingga mencapai jumlah yang dianggap cukup bagi peneliti. Alasan peneliti menggunakan teknik

sampling tersebut adalah peneliti hanya akan meneliti dan mengambil data berdasarkan responden yang datang pada saat dilakukan kegiatan penelitian secara langsung.

Periode waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah selama 3 bulan terhitung dari bulan November 2017 dan Februari 2018. Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi yang dilakukan untuk mengetahui lebih jelas objek penelitian yang akan diteliti, ataupun dari website-website lain yang menginformasikan data yang dilakukan perusahaan yang menjadi sampel penelitian. Data tersebut ditabulasi menggunakan program *Microsoft Office Exel 2007*

agar siap diolah pada program *SPSS*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

HASIL PENELITIAN

Analisis regresi linier sederhana adalah analisis untuk mengetahui hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini berguna untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis regresi pada penelitian ini dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1
Analisis regresi penelitian

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,364	4,154		2,254	,027
	Diferensiasi Produk	,907	,043	,910	21,274	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan analisis regresi pada tampilan output SPSS tabel diatas, maka diketahui persamaan regresinya: $\hat{Y} = 9,364 + 0,907$ Dari persamaan regresi yang diperoleh, dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai Konstan: 9,364

Nilai konstan (konstanta) berlaku untuk variabel Y yakni kepuasan pelanggan di Demajor Cafe Gorontalo, nilai konstan tersebut menjelaskan bahwa apabila seluruh model dalam penelitian atau variabel X yakni diferensiasi produk di Demajor Cafe tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat, maka nilai kepuasan pelanggan saat ini adalah sebesar 9,364 poin.

2. Nilai Regresi variabel Kompetensi: 0,907

Nilai regresi variabel X yakni diferensiasi produk sebesar 0,907 poin, yang menjelaskan bahwa jika diferensiasi produk yang ditawarkan di Demajor Cafe Gorontalo mengalami kenaikan 1 point/satuan seperti: *produk (makanan dan minuman) yang diberikan menggunakan bahan yang berkualitas dan memenuhi*

standar sajian cafe, maka hal tersebut akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,907 poin.

Uji t berguna untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Setelah dianalisis secara regresi, maka selanjutnya dilakukan pengujian lebih lanjut untuk mengetahui koefisien regresi variabel secara lebih spesifik yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Sebelum melakukan pengujian koefisien regresi melalui uji t (parsial), maka terlebih dahulu perlu mencari nilai t tabel. Pencarian nilai t tabel bergantung pada besarnya df (degree of freedom) serta tingkat signifikansi yang digunakan. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan nilai df sebesar $n-k-1$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen), sehingga $96-1-1 = 94$ diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,661. Berdasarkan acuan tersebut, maka dilakukan pengujian berdasarkan nilai t hitung variabel bebas terhadap nilai t tabelnya.

Tabel 2

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,364	4,154		2,254	,027
	Diferensiasi Produk	,907	,043	,910	21,274	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan tampilan output SPSS pada tabel 4.11 diperoleh nilai t-hitung untuk variabel diferensiasi produk Demajor Cafe Gorontalo sebesar 21,274 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sebelumnya bahwa telah diketahui nilai t tabel sebesar 1,661 yang apabila nilai keduanya dibandingkan maka nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Adapun berdasarkan nilai signifikansinya (0,000) masih jauh lebih kecil dari nilai alpha (0,05). Hal tersebut juga didukung oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,910 atau lebih besar dari skala 0,5. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang disusun sebelumnya **terbukti atau**

diterima (H_0 ditolak dan H_a diterima), yang menjelaskan bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Demajor Cafe Gorontalo.

Untuk mengetahui besar pengaruh dari variabel bebas dalam model terhadap variabel terikatnya, digunakan analisis koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi mencerminkan besarnya pengaruh perubahan variabel bebas dalam menjalankan perubahan pada variabel tidak bebas secara bersama-sama. Besarnya nilai R^2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Jika nilai R^2 semakin mendekati satu maka model yang diusulkan dikatakan

baik karena semakin tinggi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel

independen. Adapun nilai determinasi dapat diketahui pada tabel berikut.

Tabel 3

Keofisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.828	.826	3,93213
a. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan tampilan output SPSS diatas, diketahui bahwa nilai R sebesar 0,910 dan nilai R square (R²) sebesar 0,828. Hal tersebut menjelaskan bahwa sebesar 82,8% dari variabel bebas (diferensiasi produk) memiliki kontribusi untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan di Demajor Cafe Gorontalo yang didominasi oleh oleh indikator *Context* (keadaan/suasana) artinya bahwa responden (pelanggan) sudah merasakan bahwa produk yang ditawarkan di Demajor cafe memiliki unsur diferensiasi (berbeda) dan memiliki ciri khas Demajor cafe. Adapun sisanya sebesar 17,2% memungkinkan untuk dipengaruhi oleh faktor-faktor (variabel) lainnya

yang tidak dijelaskan pada penelitian ini seperti harga, promosi, pelayanan, kepercayaan, dan lain sebagainya.

KESIMPULAN

Setiap indikator yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel penelitian yakni diferensiasi produk dan kepuasan pelanggan di Demajor Cafe Gorontalo memiliki validitas yang baik, dan jawaban yang konsisten dari responden.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Demajor Cafe Gorontalo dengan melihat hasil koefisien regresi dimana t hitung

lebih besar dari t tabel, sehingga hipotesis yang disusun telah terbukti dan diterima.

Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh sebesar Delapan Puluh Dua koma Delapan persen terhadap kepuasan pelanggan di Demajor Cafe Gorontalo, sementara sisanya sebesar Tujuh Belas Koma Dua persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti harga, promosi, kualitas produk, kepercayaan, dan lain sebagainya.

SARAN

Agar Demajor Cafe Gorontalo serta perusahaan kuliner lainnya dapat mempertimbangkan setiap strategi pemasarannya khususnya dengan mengembangkan produk melalui diferensiasi produk sebagai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan cafe.

Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi perusahaan, akademisi, dan pihak lainnya, untuk membahas praktek pengembangan produk khususnya mendiferensiasikan produk usaha

sehingga berbeda dengan produk lainnya dan kepuasan pelanggan.

Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi pihak lain untuk dapat menambah faktor atau variabel lainnya, serta mengubah objek penelitian, dan menguji pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri. 2006. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep Dan Strategi*. Jakarta: PT.Grafindopersada.
- Ashari, Anwar. 2009. *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda*. Universitas Negeri Semarang.
- Covey. 2009. *The Four Roles of Leadership*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Cooper dan Emory. 1996. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Dhamayanti, Shelyani. 2002. *Pengaruh diferensiasi produk*

- terhadap kepuasan konsumen
Distro pocket twentytwo:
Tasikmalaya.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Ghozali. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Jakarta: Media Presindo.
- Indriantoro dan Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Penerbit BFEE UGM.
- Kotler dan Keller. 2009. *Marketing Management*. Penerjemah Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Terjemahan: Alma. Cetakan kedelapan, Bandung: Alfabeta.
- Krama, Novid Wijaya. 2013. *Pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen hotel Rindu*. Sempadan.
- Lupiyoadi, Hamadani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, edisi kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, Michael E. 1998. *Strategi Bersaing* Alih bahasa Sigit Suriyanto . Jakarta : Karisma Publishing Group.
- Raharjo. 2007. *Cooperative Learning*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Samuel, Adewuyi. 2014. *Customer Satisfaction in Fast Food Restaurants in Ibadan Metropolis*: Ibadan
- Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua. Yogyakarta: Andi.
- Utami, Karina dkk. 2014. *Pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pengguna Iphone*. Universitas Brawijaya Malang.
- Walker, et al 2001. *Marketing. Edisi ke-12*. New York, USA: McGraw-Hill Irwin.
- Widiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip
- Yudhiarina, Bobby. 2009. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Merk dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Perusahaan Rokok PT. HM. Sampoerna*. Jurnal Ichsan Gorontalo. Volume.4.No.2 Edisi Mei- Juli 2009.
- Zhao Yang and Harbin, P.R.China. 2015. *Analysis on Product Differentiation Strategy and Product Innovation of Travel Agency in China*: china