

Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hop Hop Bubble Drink (Studi Kasus Mal Kota Kasablanka, Jakarta)

Fani Fadilah¹⁾, Mariah²⁾

Manajemen, Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾ Email: fanifadilah422@gmail.com

²⁾ Email: mariah@kalbis.ac.id

Abstract: This study aims to see the effect of product influence, product quality and service quality on customer satisfaction of Hop Hop bubble drink in Casablanca City. There are three independent variables in this study, namely product variation, product quality and service quality, and one customer satisfaction variable. Researchers used quantitative methods and the sample used in this study was 130 respondents who had purchased the Hop bubble drink Mal Kota Kasablanka, Jakarta. The technique used in this research is purposive sampling which is part of the non-probability sampling. Data were analyzed by SPSS 22.0, with the results showing that the research variables that affect customer satisfaction of Hop Hop bubble drinks, product quality that affect customer satisfaction of Hop Hop bubble drinks, service quality that affect customer satisfaction of Hop Hop bubble drinks and product variations, quality product quality and service quality have a joint effect on customer satisfaction of Hop Hop bubble drink.

Keywords: product variation, product quality, service quality and customer satisfaction.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hop Hop bubble drink di Kota Casablanca. Terdapat tiga variabel bebas dalam penelitian ini yaitu variasi produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan, serta satu variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130 responden yang pernah melakukan pembelian minuman Hop Hop bubble drink Mal Kota Kasablanka, Jakarta. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yang merupakan bagian dari non-probability sampling. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan SPSS 22.0, dengan hasilnya menunjukkan bahwa variabel variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hop Hop bubble drink, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hop Hop bubble drink, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hop Hop bubble drink dan variasi produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Hop Hop bubble drink.

Kata Kunci: variasi produk, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

I. PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat di era millennial ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan pola perilaku, dimana pola perilaku ini bagian dari proses modernisasi. Pola perilaku yang dimaksud, yaitu perilaku yang mengikuti budaya luar sehingga hal ini membuat masyarakat memiliki sifat yang konsumtif

terutama terhadap hal yang bercirikan kuliner khususnya minuman.

Dengan kondisi seperti ini, tentu saja hal ini menjadi peluang yang cukup besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan berbagai varian minuman kekinian diantaranya *ada thai tea*, *bubble tea*, *cheese tea*, dan masih banyak lagi hingga produk minuman yang

diolah dengan berbagai varian rasa. (Sinaga & Sitanggang, 2020)

Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar targetnya. Kepuasan konsumen sangat penting bagi pelaku usaha, terutama bagi pelaku usaha kuliner. Saat ini pelaku usaha kuliner dalam menyusun strateginya lebih memperhatikan kepuasan yang diberikan kepada konsumennya, baik dalam hal produk maupun pelayanannya. Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan konsumen akan loyal terhadap produk tersebut. Konsumen juga akan merekomendasikan kepada orang-orang disekitarnya dari mulut ke mulut. (Widiyanto & Tifani, 2015)

Produk Hop Hop the *bubble drink* muncul dari kecintaan pak Michelle Karnadi, penemuan untuk memulai sebuah bisnis berbasis makanan dan minuman. Berbekal pengalaman dan observasi selama di amerika dibuatlah sebuah merek baru mengacu pada sebuah minuman unik yang aslinya berasal dari Taiwan kemudian berkembang pesat di USA dan Kanada pertengahan Tahun 1990-an. Mendapat lisensi dari Kanada dalam bentuk produk, Hop Hop mulai dikenalkan di Indonesia pada tahun 2000, Bapak Michelle Karnadi dengan saudaranya membangun PT. Mata Air Boga Lestari sebagai perusahaan yang

memperproduksi Hop Hop the *bubble drink*. Nama Hop Hop the *bubble drink* sendiri muncul setelah melalui berbagai alternatif nama seperti Bubba, Bubble tea, Bubble king yang dicoba sebelumnya. Akhirnya di putuskan nama Hop Hop karena bubble nya yang kenyal dan dapat seolah meloncat loncat. PT Mata Air Boga Lestari. Secara resmi mendaftarkan produknya, Hop Hop the *bubble drink* 2001. Gerai Hop Hop pertama kali dibuka dipasar raya Gerande, Jakarta, lantai basement hampir sebagian besar bahan baku masih di import dari luar negeri untuk tetap menjaga kualitas dan mutu produk.

Berdasarkan ulasan rating hop hop aplikasi zomato, maka peneliti ini melakukan pra survey (penelitian pendahuluan) untuk memperjelas permasalahan yang terjadi pada minuman Hop Hop. Pra survei dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 30 responden yang pernah melakukan pembelian minuman Hop Hop di kota Kasablanka mengenai sejumlah faktor yang dianggap dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1 Hasil Pra-Survey Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Responden
		STS	TS	R	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Variasi Produk							
1.	Standar Kemasan yang dipakai minuman Hop Hop <i>bubble drink</i> sesuai kebutuhan pelanggan	1	12	5	10	2	30
2.	Harga minuman Hop Hop <i>bubble drink</i> terjangkau pelanggan	1	10	5	11	3	30
Kualitas Produk							
3.	Gerai Hop Hop <i>bubble drink</i> memiliki fasilitas seperti	5	12	5	7	1	30

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Responden
		STS	TS	R	S	SS	
		1	2	3	4	5	
	tempat duduk bagi pelanggan						
4.	Rasa minuman Hop Hop <i>bubble drink</i> sesuai dengan standar rasa yang ditetapkan perusahaan	4	10	7	9	0	30
5.	Tampilan minuman Hop Hop <i>bubble drink</i> menarik bagi pelanggan	6	10	5	7	2	30
Kualitas Pelayanan							
6.	Pelayanan yang diberikan mampu memuaskan keinginan pelanggan	2	9	8	8	3	30
7.	Karyawan memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan	2	8	6	10	4	30
Kepuasan Pelanggan							
8.	Minuman Hop Hop <i>bubble drink</i> sesuai dengan selera	2	14	4	8	2	30
9.	Berniat berkunjung kembali karena produk sangat memuaskan	6	11	4	8	1	30
10.	Akan merekomendasikan untuk membeli Hop Hop <i>bubble drink</i> karena rasa yang memuaskan	6	11	6	7	0	30
Total		12	37	28	63	10	150

Sumber : Hasil pra-survey, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui pernyataan mengenai variasi produk sebagian besar responden menjawab tidak setuju sebanyak 12 responden mengenai “standar kemasan yang dipakai minuman Hop Hop *bubble drink* sesuai kebutuhan pelanggan” dan sebanyak 10 responden menjawab tidak setuju mengenai “harga minuman Hop Hop *bubble drink* terjangkau pelanggan” hal ini

mengindikasikan bahwa minuman Hop Hop menurut pendapat responden kurang bervariasi.

Pernyataan mengenai diketahui pernyataan mengenai “gerai Hop Hop *bubble drink* memiliki fasilitas seperti tempat duduk bagi pelanggan” sebanyak 12 responden menjawab tidak setuju, selanjutnya pernyataan “rasa minuman Hop Hop *bubble drink* sesuai dengan standar rasa yang ditetapkan perusahaan” dan “tampilan minuman Hop Hop *bubble drink* menarik bagi pelanggan” sebanyak 10 responden menjawab tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk mengalami permasalahan, karena banyaknya responden menjawab tidak setuju.

Pernyataan mengenai “pelayanan yang diberikan mampu memuaskan keinginan pelanggan” sebanyak 9 responden menjawab tidak setuju, selanjutnya pernyataan mengenai “karyawan memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan” sebanyak 8 responden menjawab tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mengalami permasalahan, karena banyaknya responden menjawab tidak setuju.

Pernyataan mengenai “minuman Hop Hop *bubble drink* sesuai dengan selera” sebanyak 14 responden menjawab tidak setuju, selanjutnya pertanyaan mengenai “berniat berkunjung kembali karena produk sangat memuaskan” sebanyak 11 responden menjawab tidak setuju, dan pernyataan mengenai akan merekomendasikan untuk membeli Hop Hop *bubble drink* karena rasa yang memuaskan” sebanyak 11 responden menjawab tidak setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan mengalami permasalahan, karena banyaknya responden menjawab tidak setuju.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Eiteman, et.al. menyatakan bahwa variasi produk dan kualitas layanan

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (Eiteman, David. K., 2018) Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Maulidah et.al., menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan Ramadhani, menyatakan bahwa variasi produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (Romadhani et al., 2018) dan hasil penelitian Sinaga et.al, menyatakan baik secara pasial maupun simultan variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (Sinaga & Sitanggang, 2020)

II. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah 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, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2014)

B. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2017) Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh orang yang melakukan pembelian Hop Hop *bubble drink* Mal Kota Kasablanka, Jakarta. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

C. Sampel

Menurut Hair et. al., bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ *observed variable* (indikator) sampai dengan $n \times 10$ *observed variable* (indikator). (Hair, 2010) Dalam penelitian ini jumlah item adalah 19 item pernyataan, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 95 item pernyataan dikali 5 sama dengan 95, sehingga responden penelitian ini minimal 95, dari angka minimal tersebut, maka peneliti menentukan sampel sebanyak 130 responden.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, kriteria responden yang sudah ditentukan peneliti adalah responden yang melakukan pembelian Hop Hop *bubble drink* Mal Kota Kasablanka, Jakarta.

E. Metode Analisis Data

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Imam Ghozali, 2011) Dalam penelitian ini, untuk menguji validitas pada *pre test* menggunakan metode uji validitas *Pearson Correlation*, (Sunyoto, 2011) yaitu dimana sebuah indikator kuesioner dinyatakan valid apabila angka korelasinya mencapai nilai 0.361 dengan jumlah sampel untuk pre-test sebanyak 30 responden.

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran

tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. (Syofian Siregar, 2014)

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang digunakan terdiri dari :

1. Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi norma. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu dengan melihat *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan menentukan garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. (Ghozali, 2016)
2. Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam regresi maka dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tingkat multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai ≥ 10 .(Ghozali, 2016)
3. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik

adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah *distudentized*. (Ghozali, 2016)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah pernyataan dalam kuesioner dianggap valid dan layak untuk diolah lebih lanjut. Peneliti menggunakan taraf kesalahan sebesar 5%, sehingga tingkat signifikansi menjadi 0,05 dan sampel sebanyak 30, sehingga sebuah pernyataan dinyatakan valid apabila nilai korelasi antar butir pernyataan mencapai 0.361.

Tabel 2 Uji Validitas

Variabel	Keterangan	
	Valid	Tidak Valid
X ₁	4	0
X ₂	7	0
X ₃	5	0
Y	3	0

Sumber : data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa variabel X₁, X₂, X₃ dan Y dari setiap indikator maka data yang teliti bersifat valid dikarenakan nilai total *pearson correlation* lebih besar dibandingkan dengan nilai tabel r yaitu 0.361

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keandalan jawaban dari kuesioner yang telah disebar. Pengujian reliabilitas dalam penelitian

ini menggunakan pengukuran *Cronbach's Alpha* > 0.70.

Tabel 3 Hasil Pre-Test Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
X ₁	0.898	4
X ₂	0.909	7
X ₃	0.901	5
Y	0.952	3

Sumber : data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil pengujian terhadap 30 responden, koefisien *Cronbach Alpha* variabel variasi produk (X₁) sebesar 0.898, variabel kualitas produk (X₂) sebesar 0.909, variabel kualitas pelayanan (X₃) sebesar 0.901 dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.952. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel yang digunakan dalam uji reabilitas ini dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya karena memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* di atas angka 0.7 yang merupakan syarat sebuah data dikatakan reliabel.

C. Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan estimasi model regresi, terdapat asumsi-asumsi dasar yang tidak boleh dilanggar agar hasil estimasinya dapat digunakan sebagai dasar analisis. Ada tiga masalah yang sering kali muncul yang dapat mengakibatkan tidak terpenuhinya asumsi dasar (klasik), yaitu uji normalitas, uji multikolinierity dan uji heterokedastisitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada penjelasan dibawah ini :

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari model regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Pada penelitian ini dilakukan pengujian normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*, apabila signifikan lebih dari 0.05 maka residual terdistribusi secara normal. Dari hasil penelitian diperoleh nilai

signifikansi *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0.200 > 0.05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi yang tinggi diatas variabel bebas. Pengambilan keputusan uji multikolonieritas adalah jika nilai *Inflation Faktor* (VIF) kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0.1 maka model regresi bebas dari multikolonieritas. Dari hasil penelitian diperoleh nilai *Inflation Faktor* (VIF) variabel variasi produk (X₁) sebesar 1.535, kualitas produk (X₂) sebesar 1.200, kualitas pelayanan (X₃) sebesar 1.493 dan nilai *Tolerance* variabel variasi produk (X₁) sebesar 0.652, kualitas produk (X₂) sebesar 0.833, kualitas pelayanan (X₃) sebesar 0.670. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolonieritas karena nilai *Inflation Faktor* (VIF) kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0.1.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastistas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dalam dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Pada penelitian ini dilakukan uji heterokedastistas dengan metode Glejser, yang dimana apabila jika uji t nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastistas, dan jika nilai signifikansi dibawah 0,05 maka terjadi heterokedastistas. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi untuk kedua model regresi variabel

masing-masing adalah variasi produk (X_1) sebesar 0.079, kualitas produk (X_2) sebesar 0.063 dan kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0.991. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi adanya heteroskedastisitas karena hasil tingkat signifikansinya >0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

D. Koefisien Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk memperkirakan secara sistematis tentang apa yang mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu, dengan tujuan untuk memperkecil kesalahan yang akan terjadi di masa depan. Dari hasil penelitian diperoleh nilai persamaan regresi : $Y = -0.304 + 0.479 + 0.080 + 0.189$. Persamaan tersebut menginformasikan bahwa kecenderungan perubahan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -0.304. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan yang terdiri dari variasi produk (X_1), kualitas produk (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berkurang sebesar 1 point, maka nilai kepuasan pelanggan akan turun sebesar -30.4%.
2. Setiap peningkatan sebesar 1 skor variasi produk maka akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan Hop Hop *bubble drink* di Kota Casablanca, Jakarta sebesar 47.9% skor dengan asumsi variabel lainnya nilainya konstan.
3. Setiap peningkatan sebesar 1 skor kualitas produk maka akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan Hop Hop *bubble drink* di Kota Casablanca, Jakarta sebesar 8% skor dengan asumsi variabel lainnya nilainya konstan.
4. Setiap peningkatan sebesar 1 skor kualitas pelayanan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan Hop Hop *bubble drink* di Kota Casablanca, Jakarta

sebesar 18.9% skor dengan asumsi variabel lainnya nilainya konstan.

E. Koefisien Determinasi

Analisa koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan masing-masing variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel terikat (Y). Dari hasil penelitian diperoleh perhitungan nilai (r^2) sebesar 0.659 (65.9%). Hal ini menjelaskan pengaruh variasi produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hop Hop *bubble drink* di Kota Casablanca sebesar 65.1%, sedangkan sisanya 34.9% di pengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

F. Uji T

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian diketahui :

1. Variabel variasi produk (X_1) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 9.401 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.65694. Selain itu nilai sig pada tabel menunjukkan nilai sebesar 0.000 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 0.05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel variasi produk (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Variabel kualitas produk (X_2) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2.484 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.65694. Selain itu nilai sig pada tabel menunjukkan nilai sebesar 0.014 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 0.05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka, dapat

disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

3. Variabel kualitas pelayanan (X_3) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3.318 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.65694. Selain itu nilai sig pada tabel menunjukkan nilai sebesar 0.001 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 0.05. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Maka, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

G. Uji F

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui keseluruhan variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Hasil penelitian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $81.108 > F_{tabel}$ yaitu 2.68. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk (X_1), variabel kualitas produk (X_2) dan variabel kualitas layanan (X_3), secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

IV. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh variasi produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Hop Hop *bubble drink* di Mal Kota Kasablanka, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel variasi produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
3. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.
4. Variabel variasi produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan

berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hipotesis yang ada, maka dapat disimpulkan bahwa Hop Hop *bubble drink* memiliki variasi produk yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, variabel variasi produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara positif memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- Eiteman, David. K., A. I. S. dan M. H. M. (2018). *Multinational Business Finance* (15th ed.). Pearson.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. et. a. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Romadhani, P. D. W. I., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2018). *ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP (Survey pada pelanggan Coffee shop Cekopi Mendungan) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP (Survey pada pelanggan .*
- Sinaga, A., & Sitanggang, S. S. D. (2020). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEENATICS MEDAN*. 6(1).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sunyoto, S. (2011). *Analisis regresi untuk uji hipotesis*. Caps.
- Syofian Siregar. (2014). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Rajawali.
- Widiyanto, I., & Tifani, A. G. (2015). *Minat Word of Mouth Pada Produk Perumahan Graha Padma Semarang*. *Diponegoro Journal of Management, Volume 4*, 1–11.