

Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Bolen Si Teteh Paciran Lamongan

Suyitno^{1*}, Mega Barokatul Fajriyah^{2*}, Haziqoh Sania Izyany^{3*}

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, 62218, Indonesia.

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, 62218, Indonesia.

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Lamongan, 62218, Indonesia.

Abstract

Introduction: This study aims determine whether there is an effect of product differentiation on consumer satisfaction at the home of Bolen Si Teteh Paciran Lamongan. **Method:** The method used in this research is sampling technique used was a simple random sampling technique, namely taking samples from the population at random without regard to the existing strata in the population. **Finding/Results:** The results of the R2 correlation test are known that the R Square results are 0.481. This means that the contribution of the independent variable to the dependent variable is 48.1% while the remaining 51.9% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Product Differentiation, Consumer Satisfaction.

Article Info

Affiliation:

Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
Univeristas Muhammadiyah
Lamongan, Jawa Timur,
Indonesia.

*Correspondence:

E-mail address:

yitnomasdar@gmail.com.

Megabarokatulf1@gmail.com

Article History:

Received : 2022 - 02 - 10

Reviewed: 2022 - 02 - 25

Revised : 2022 - 03 - 05

Accepted : 2022 - 05 - 28

1. Pendahuluan

Usaha bisnis kuliner merupakan usaha yang tidak pernah kehabisan ide untuk membuat terobosan baru dalam menjual berbagai jenis makanan dan minuman. Usaha ini juga menjadi usaha yang tergolong sangat mudah untuk dilakukan bagi sebagian orang yang memiliki modal kecil, menciptakan lapangan pekerjaan yang layak dan mengurangi tingkat pengangguran. Bisnis kuliner merupakan fenomena yang mudah ditemukan di kota maupun di desa. Dengan perkembangannya yang semakin pesat, membuat persaingan menjadi semakin meningkat. Gencarnya serangan produk baru dan situasi pasar yang terus berubah memaksa produsen harus melakukan efisiensi dan peningkatan pada produk yang ditawarkan. Menghadapi situasi tersebut produsen harus terus bersaing dengan melakukan berbagai strategi. Salah satu strategi yang digunakan adalah strategi diferensiasi, dimana strategi dilandasi pemikiran agar perusahaan tetap dapat mempertahankan posisi produk dan tidak mengalami penurunan dalam daur hidup produk (product life cycle).

Salah satu tempat kuliner di desa paciran yang relatif banyak dikenal masyarakat baik dikalangan anak-anak sampai orang dewasa yaitu Bolen Si Teteh. Bisnis ini didirikan pada tahun 2017. Bolen Si Teteh merupakan produk kue yang berasal dari Bandung dengan bahan baku dasarnya berupa tepung yang diolah menjadi adonan, dengan isian varian rasa yang bermacam-macam. Bolen Si Teteh merupakan nama yang diambil dari owner yang biasanya dipanggil dengan Teh Dita. Pemilik (owner) melakukan strategi pemasaran yaitu diferensiasi produk, dimana diferensiasi produk yang dilakukan dengan cara menciptakan varian rasa baru dan menciptakan beberapa produk makanan lain.

Bolen Si Teteh merupakan salah satu industri di Paciran yang memproduksi Bolen, hal ini memberikan keunggulan untuk dapat menguasai pangsa pasar kuliner di Paciran. Strategi diferensiasi produk merupakan penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen. "Diferensiasi produk adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghasilkan dan memasarkan produk yang berbeda dari tawaran pesaing. Dimana perbedaan yang diciptakan mempunyai keunggulan nilai dan manfaat lebih untuk memenuhi kebutuhan konsumen" (Dejawata, et.al, 2014). Selaras dengan pernyataan Kotler (2018), bahwa strategi diferensiasi produk yang membuat produk berbeda dengan competitor bahkan melebihinya sehingga hasil yang dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat memengaruhi pilihan dan kepentingan konsumen yang istimewa. Maka strategi merupakan bagaimana suatu perusahaan mampu mengelola sumber daya dan kemampuan tersebut dapat disampaikan kepada konsumen.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengaruh

Menurut kamusbesar Bahasa Indonesia (2005:849), pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan/perbuatan seseorang, serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada disekitarnya.

2.2 Produk

Menurut Kotler dalam Mursid, (2014:71) menyatakan bahwa produk sebagai hasil akhir yang mengandung elemen-elemen fisik, jasa dan hal-hal yang simbolis yang dibuat dan dijual oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan dan keuntungan bagi pembelinya.

2.3 Strategi Pemasaran

Tjiptono dalam Tambajong, (2013:1293) menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah suatu alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Hartono (2012:889), menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu dari masing-masing tingkatan serta lokasinya.

2.4 Diferensiasi Produk

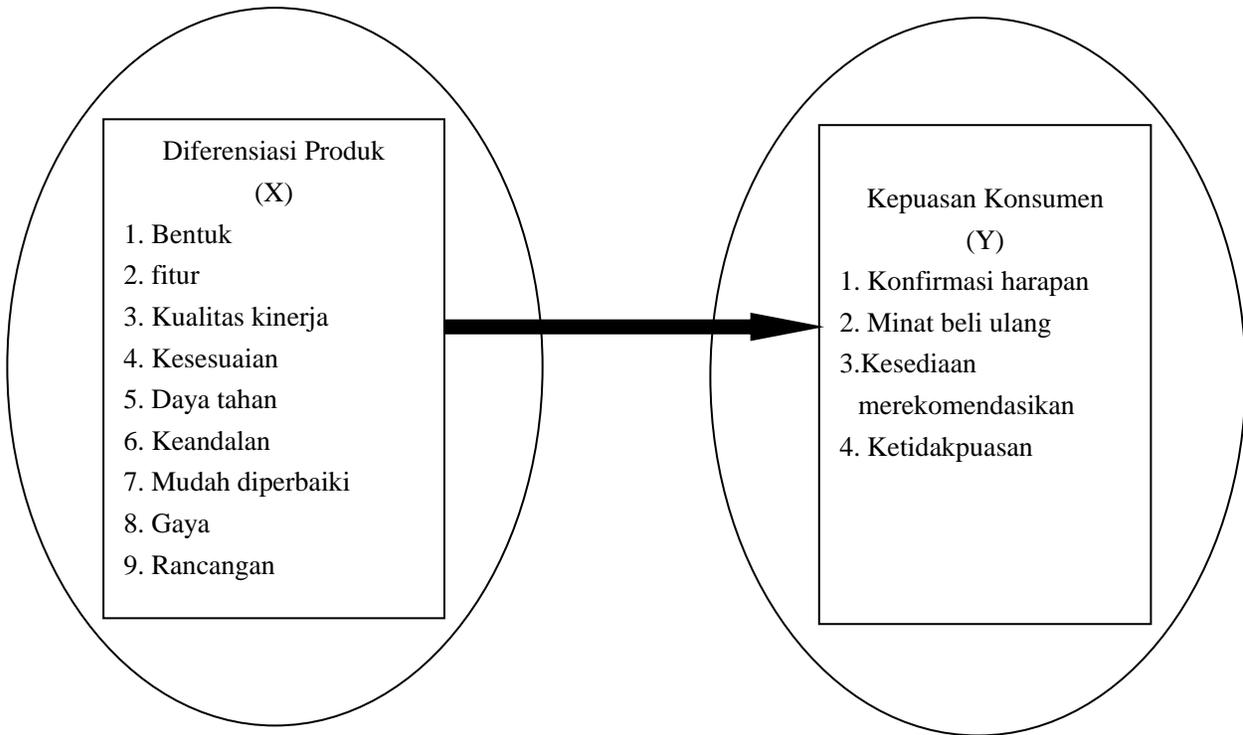
Kotler, at.al, dalam Heru, (2016:26) menyatakan bahwa diferensiasi produk merupakan strategi yang membuat produk berbeda dengan competitor bahkan melebihinya sehingga hasil yang dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan kepentingan konsumen yang paling istimewa. Konsumen merasa puas ketika mereka memperoleh produk yang dapat memenuhi harapan mereka atau bahkan melebihinya dibandingkan dengan produk pesaing.

2.5 Kepuasan Konsumen

Kepuasan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah perasaan merasa sudah tercapai keinginannya. Dalam kamus marketing, consumer satisfaction (kepuasan konsumen) merupakan pemenuhan kepuasan konsumen dari setiap keinginan konsumen adalah suatu bagian esensial dari setiap kegiatan pemasaran. Pada dasarnya, seseorang akan hanya membeli (menerima) suatu produk atau jasa apabila keinginannya akan dipuaskan oleh produk atau jasa itu.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini, dapat disajikan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

2.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dikemukakan oleh peneliti maka dapat disusunlah hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada UD. Bolen Si Tete Paciran Lamongan.

Ha: Terdapat pengaruh secara positif antara diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada UD. Bolen Si Tete Paciran Lamongan.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Bentuk penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:13), 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. Data dalam penelitian ini didapat dari kuisioner yang disebarkan keseluruh responden yang kemudian diolah dengan menggunakan SPSS. Hasil data yang ada digunakan untuk menjawab rumusan masalah

dan menguji hipotesis yang diajukan.

3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian. Sugiyono, (2017:81) menyatakan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu probability sampling dan non probability sampling. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan probability sampling. Sugiyono, (2017:82) menyatakan bahwa probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Probability sampling terdiri dari simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling. Pada penelitian ini peneliti menggunakan simple random sampling, kemudian menurut Sugiyono, (2017:82) menyatakan bahwa Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian. Lengkap atau tidaknya data yang diperoleh tersebut menentukan keberhasilan dari tujuan penelitian yaitu untuk menjawab masalah penelitian. Agar diperoleh data yang tepat pula, maka metode pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

a. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2010), menyatakan bahwa metode dokumentasi adalah suatu metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dalam penelitian ini penggunaan dokumentasi untuk memperoleh data mengenai banyaknya kepala keluarga di Perumahan Graha Indah Paciran Lamongan.

b. Metode Angket

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang disusun dan disebar untuk mendapatkan dan menggali informasi atau keterangan yang diperlukan oleh responden. Daftar pertanyaan seluruhnya berhubungan dengan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku responden terhadap keputusan pembelian. Metode ini menggunakan angket tertutup dengan format tipe likert yaitu angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Sugiyono (2016), mengemukakan bahwa untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban setiap item pertanyaan dapat diberi simbol, misalnya sangat setuju (SS), setuju (S), ragu-ragu (R), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

1. Diferensiasi Produk

Strategi yang membuat produk berbeda dengan competitor bahkan melebihinya sehingga hasil yang dapat dinilai oleh konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan kepentingan konsumen yang paling istimewa. Adapun indikatornya sebagai berikut:

- a. Bentuk
- b. Fitur
- c. Kualitas kinerja
- d. Kesesuaian
- e. Daya tahan
- f. Keandalan
- g. Mudah diperbaiki
- h. Gaya
- i. Rancangan

2. Kepuasan Konsumen

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Indikator memengaruhi kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Konfirmasi harapan
- b. Minat beli ulang
- c. Kesiediaan merekomendasikan
- d. Ketidak puasan

Dalam Penelitian ini pengukuran yang digunakan pada variabel penelitian adalah jenis Skala Likert. Menurut Sugiyono (2016), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Pada jenis skala likert ini, peneliti memberikan lima alternatif jawaban kepada responden, maka skala yang digunakan adalah berupa angka 1 sampai 5 dengan bobot pemetaan sebagai berikut:

1. Skala 5 = Sangat Setuju (SS)
2. Skala 4 = Setuju (S)
3. Skala 3 = Ragu-ragu (R)
4. Skala 2 = Tidak Setuju (TS)
5. Skala 1 = Sangat Tidak setuju (STS)

3.4 Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif sehingga penelitian dikumpulkan,

diolah dan di analisa sesuai dengan tujuan dari teori yang ada.

Uji Validitas

Data yang digunakan merupakan hasil skor dari kuesioner yang disebarakan kepada responden, data tersebut kemudian diuji validitasnya. Sebuah pertanyaan dikatakan valid jika pertanyaan tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian terhadap validitas pertanyaan dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *produk momen pearson* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} : Koefisien korelasi (validitas) item yang dicari

n : Jumlah sampel/responden

x : Skor responden untuk tiap item

y : Total skor tiap responden dari seluruh item

$\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi Y

Dalam pengujian validitas alat yang digunakan untuk melakukan pengujian menggunakan bantuan SPSS agar memperoleh hasil yang terarah untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikan atau tidak, maka hasil uji r hitung dapat dibandingkan dengan r tabel dengan taraf signifikansi 1% dan 5%, sehingga kuisisioner dikatakan valid apabila r hitung > r tabel.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan memberikan hasil yang relatif tetap terhadap alat tes (instrumen). Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian tes atau instrumen tersebut menunjukkan hasil yang relatif tidak berbeda jika dilakukan kembali pada objek yang sama. Teknik untuk mengukur instrumen dengan menggunakan *Skala Likert* dapat dilakukan dengan rumus koefisien reliabilitas hitung sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \delta b^2}{\delta 1^2} \right)$$

Dimana:

r : Reliabilitas Instrumen $\sum \delta b^2$: jumlah varian butir

K : banyaknya butir pertanyaan $\delta 1^2$: varians total

Pengujian reliabilitas menggunakan skor genap dan skor ganjil, dengan langkah sebagai berikut:

- a) Menjumlahkan skor pertanyaan bernomor genap (x) dan skor bernomor ganjil (y);
- b) Mencari koefisien korelasi momen takar (produk momen) r_{xy} antara x dan y;
- c) Melakukan korelasi r_{xy} dengan rumusan spearman brown (koefisien korelasi genap-ganjil).

Uji Asumsi Klasik

Menurut Juliandi (2013:174) ada beberapa metode uji persyaratan analisis sebelum dilakukan uji regresi. Uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah hanya uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai signifikannya, jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya, jika signifikan $> 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal (Ghojali dalam Sujarweni, 2015:225).

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis kuantitatif dengan metode statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi sederhana adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh anatar variabel bebas dan variabel terikat (Siregar,2015 : 379). Metode analisis regresi linear sederhana ini dilakukan dengan bantuan program SPSS yang merupakan salah satu paket program komputer yang digunakan dalam mengelola data statistik. Persamaan regresi linear sederhana dapat disdajikan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

$$a = \frac{\sum Y \sum X^2 - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

X = Variabel bebas

Y = Variabel Terikat a = Konstanta (Nilai Y apabila X =0) b = Konefisien regresi
(Nilai peningkatan maupun penurunan)

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini diuji dengan regresi linear sederhana. Adapun cara yang digunakan untuk menganalisis yaitu:

1. Uji Signifikan Parsial (Uji - t)

Uji t dalam regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2015 : 54).

Kriteria pengembangan keputusan adalah:

- a. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0.05$
- b. H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0.05$

2. Uji Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2015 : 53). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika R^2 semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat.

4. Analisis dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nanang Fahrani (Owner Bolen Si Tete) dan Istrinya Ibu Dita Juliani yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 7 Mei 2021 di perusahaan rumah Bolen Si Tete ini, yang memotivasi Bapak Nanang dalam mendirikan usaha rumah Bolen Si Tete ini yaitu untuk membuka lahan pekerjaan bagi masyarakat sekitar Rumah Bolen Si Tete, yang kedua membuka peluang bisnis dibidang kuliner (bakery), dan yang ketiga dapat memanfaatkan dunia di bidang kuliner.

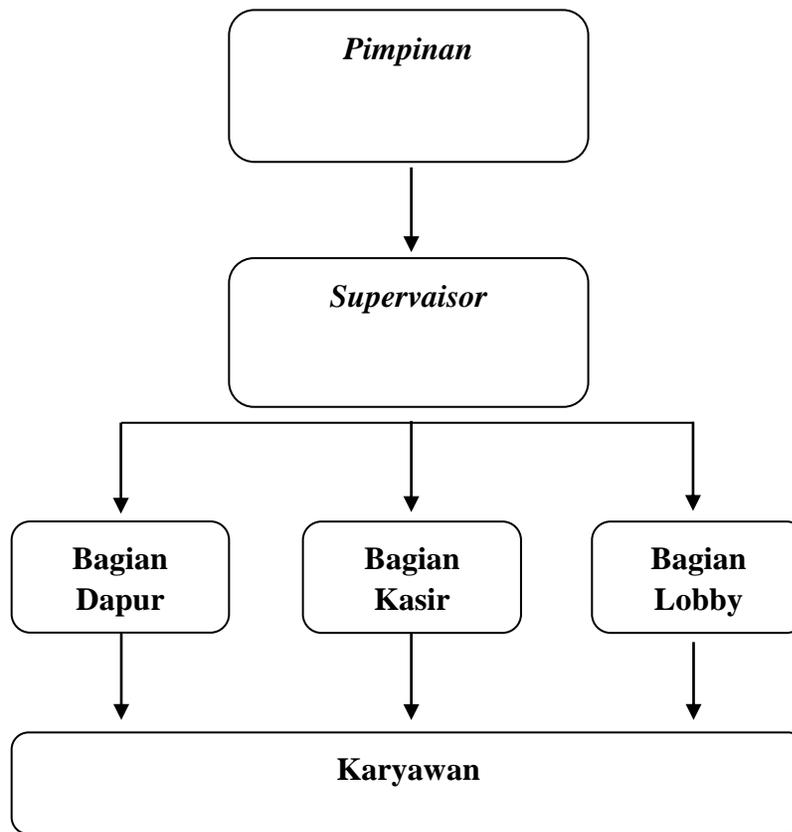
Menurut Ibu Dita Juliani bisnis usaha rumah Bolen Si Tete ini dimulai pada tahun 2018 dengan sistem penjualan diambil oleh reseller, dan alhamdulillah dengan berjalannya waktu sudah bisa memiliki box yang bermerek nama Bolen Si Tete. Dan modal awal untuk memulai usahanya itu itu Rp. 500.000,00. (Lima ratus ribu rupiah). Kemudian usahanya semakin berkembang dan pendapatan setiap harinya mencapai omset Rp. 3.000.000,00 (Tiga juta rupiah). Dengan P.IRT.No: 3063524011807-25 dan Halal MUI No.35110000065620920. Usaha rumah Bolen Si Tete ini memiliki Visi dan Misi yaitu untuk membuka lapangan pekerjaan bagi warga disekitar tempat produksi dan membuka dunia kuliner dari daerah lain untuk memanfaatkan SDM dan hasil pertanian di daerah sekitar. Hasil pertaniannya yaitu pisang, kacang hijau, dan

singkong yang diolah jadi tape. Selain itu rumah Bolen Si TeteH juga memiliki motto yaitu Kruncy di Luar Lumer di Dalam. Rumah Bolen Si TeteH dibuka setiap hari pada jam 08.00 WIB dan ditutup pada jam 21.00 WIB, yang menjadikan rumah Bolen Si TeteH ini spesial yaitu rasa dari makanannya dan harga yang terjangkau. Rumah Bolen Si TeteH ini juga menyediakan layanan delivery order dengan jasa kurir, dan reseller

Dalam mendirikan usaha yang paling penting adalah letak/lokasi usaha tersebut, pemilihan lokasi yang strategis merupakan kerangka kerja yang perspektif bagi pengembangan suatu kegiatan yang bersifat komersil, semakin strategis suatu lokasi usaha berarti akan semakin besar peluang keuntungan yang akan diperoleh. Usaha rumah Bolen Si TeteH terletak di Desa Paciran yang berlokasi di rumah owner di jalan Perumahan Teratai Gang II, RT.02/RW.07 Desa Paciran Kec. Paciran Kab. Lamongan. Adapun pemilihan lokasi tersebut dikarenakan:

1. Dekat dengan pemukiman penduduk sehingga akan mempermudah dalam pemasaran produk BOLEN SI TETEHEH tersebut;
2. Mudah dalam mencari tenaga kerjaan, karena jika sulit maka akan berpengaruh dalam proses jalannya usaha tersebut;
3. Transportasi, letak usaha yang walaupun terletak di perumahan tetap memudahkan konsumen dalam membeli produk BOLEN SI TETEHEH tersebut dengan teknologi sekarang (WhatsApp, Facebook, Google Maps), dan melancarkan sistem layanan delivery order;
4. Kondisi Lingkungan, dengan kondisi yang aman, tertib, dan bersih juga akan menunjang kelancaran usaha tersebut.

Keberadaan struktur organisasi dalam setiap perusahaan sangat dibutuhkan sebagai arahan dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang ada agar tidak terjadi tumpang tindih antar bagian dalam bertugas, demikian halnya dengan UD. BOLEN SI TETEHEH. Struktur organisasi adalah berbentuk garis. Artinya masing-masing bagian yang ada dibedakan menurut fungsi dan dihubungkan dengan garis komando, yaitu garis yang menghubungkan bawahan dan atasan. Adapun bagan struktur organisasi UD. BOLEN SI TETEHEH dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 3 Struktur Organisasi UD. BOLEN SI TETEH

Sumber: Dokumentasi UD. BOLEN SI TETEH

4.2 Karakteristik Responden

Data yang diperoleh peneliti berasal dari angket yang telah diisi oleh 100 responden yang menyebar di sekitar wilayah Kecamatan Paciran. dari 100 responden yang diteliti, lebih dominan pada jenis kelamin perempuan dengan presentase (54,0%) sedangkan laki-laki dengan presentase (46,0%). Adapun kelompok usia responden yang diteliti secara keseluruhan pada tiap kelompok usia <15 tahun dengan presentasi 6,0%, untuk kelompok usia 15-24 tahun dengan presentase 52,0%, untuk kelompok usia 25-34 tahun dengan presentasi 23,0%, untuk kelompok usia 35-44 tahun dengan presentasi 8,0%, untuk kelompok usia >45 tahun dengan presentasi 11,0%. Dapat diinformasikan pula bahwa dari 100 responden yang mengisi kuesioner dengan presentase (10,0%) memiliki pekerjaan sebagai Pelajar, presentase (19,0%) sebagai Mahasiswa, presentase (18,0%) sebagai Ibu Rumah Tangga, presentase (37,0%) sebagai Karyawan Swasta, presentase (16,0%) sebagai Wiraswasta.

4.3 Uji Validitas Instrumen

1. Variabel Diferensiasi Produk (X)

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Hasil
1	0,805	0,1966	Valid
2	0,661	0,1966	Valid
3	0,647	0,1966	Valid
4	0,676	0,1966	Valid
5	0,611	0,1966	Valid
6	0,628	0,1966	Valid
7	0,652	0,1966	Valid
8	0,667	0,1966	Valid
9	0,698	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari pernyataan 1 sampai 9 pada variabel diferensiasi produk lebih besar dari r tabel (0,1966), maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel harga tersebut dikatakan valid.

2. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Hasil
1	0,844	0,1966	Valid
2	0,522	0,1966	Valid
3	0,677	0,1966	Valid
4	0,717	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari pernyataan 1 sampai 4 pada variabel kepuasan konsumen lebih besar dari r tabel (0,1966), maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan tersebut dikatakan valid.

4.4 Uji Reliabilitas Instrumen

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	0,844
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	100	100
Y	Pearson Correlation	0,632	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa korelasi momen takar antara total ganjil dan total genap menunjukkan nilai $X=0,844$ dan nilai $Y=0,632$. Hal itu menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat korelasi yang tinggi dan sudah reliabel.

4.5 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,52674464
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,119
	Positive	0,119
	Negative	-0,055
Test Statistic		0,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,001 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian besarnya nilai Asymp.sig (2 tailed) adalah 0,001 dan diatas nilai signifikansi (0,05), maka dapat disimpulkan variabel residual berdistribusi normal.

4.6 Analisa Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas yakni Diferensiasi Produk (X) dan terhadap variabel terikat yakni Kepuasan Konsumen (Y). Agar diperoleh hasil perhitungan koefisien regresi yang tepat dalam pengolahan data digunakan bantuan komputer program SPSS statistics 16. Hasil uji regresi linier sederhana dapat dilihat sebagaimana berikut:

Tabel 5 Hasil Analisis Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	2,941	0,549
diferensiasi produk	0,292	0,031

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Dari hasil analisis regresi linier sederhana diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2,941 + 0,292 X$$

Berdasarkan model regresi diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a = Konstanta sebesar 2,941, yang berarti apabila variabel diferensiasi produk konstan, maka kepuasan konsumen akan menurun. Jadi manajemen rumah BOLEN SI TETEH tidak perlu memperbaiki diferensiasi produk, agar kepuasan konsumen tetap terjaga.
- b = Koefisien regresi X sebesar 0,292, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai diferensiasi produk, maka nilai kepuasan konsumen akan bertambah sebesar 0,292/ Koefisien regresi linier bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh secara positif terhadap variabel terikat.

4.7 Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Pada uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel diferensiasi produk (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dengan asumsi-asumsi variabel lainnya adalah konstan. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	2,941	0,549		5,355	0,000
diferensiasi produk	0,292	0,031	0,694	9,536	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat masing-masing nilai t hitung dan signifikansi variabel bebas. Diketahui nilai t tabel dengan persamaan $n - k - 1 ; /2 = 100 - 1 - 1 ; 0,05/2 = 98 ; 0,025 = 1.98447$ pada signifikansi 5%. Dengan demikian dari variabel yang ada diketahui t hitung (9,536) lebih besar dari pada t tabel (1,98447) dan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari (0,05), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menjelaskan bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah Bolen Si Tete Paciran.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien Determinasi bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R² maka semakin besar pula nilai proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,694 ^a	0,481	0,476	1,535

a. Predictors: (Constant), diferensiasi produk

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel diatas, diperoleh hasil koefisien determinasi (R²) sebesar 0,481 (48,1%), maknanya bahwa besarnya pengaruh variabel diferensiasi produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 48,1% dan sisanya 51,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini berdasarkan data dan analisa yang telah dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pada uji validitas dan reliabilitas, dan dari hasil data tersebut dapat diketahui bahwa data yang ada bersifat valid dan reliabel, itu dikarenakan hasil dari pengolahan data uji validitas r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966) dan nilai cronbach's alpha lebih besar dari kriteria reliabilitas/cronbach's standard (0,6) yang telah ditentukan.
2. Uji normalitas, yaitu untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Dari data yang diolah dapat dilihat dari hasil uji normalitas pada grafik histogram memperlihatkan bahwa data tersebut normal, dan pada grafik normal probability plot menunjukkan bahwa data tersebut normal karena data menyebar disekitar garis diagonal, terlihat juga pada tabel kolmogrov-smirnov hasil dari asymp. Sig. (2 tailed) yaitu (0,001), hal ini dapat dikatakan normal karena lebih besar dari kriteria yang telah ditentukan (0,05)

3. Uji heteroskedastisitas, pada uji ini untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antara observasi satu dengan observasi lain. dan dari hasil penelitian uji heteroskedastisitas ini tidak memperhatikan adanya masalah heteroskedastisitas hal ini dikarenakan titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka (0) pada sumbu (Y).
4. Uji multikolinearitas, yaitu digunakan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi. Pada hasil uji multikolinearitas ini tidak memperlihatkan adanya masalah multikolinearitas, itu dikarenakan nilai tolerance (1,000) lebih besar dari (0,1) dan nilai VIF (1,000) lebih kecil dari (10).
5. Pada analisis regresi linier sederhana, pada dasarnya analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada uji pengolahan SPSS ditemukan hasil persamaan $Y = 2,941 + 0,292 X$, nilai koefisien regresi positif diartikan bahwa variabel independen berpengaruh cukup besar terhadap variabel dependen.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil olah data pada analisis regresi linier sederhana, nilai konstan bernilai 2,941 yang berarti apabila konstan maka pembelian akan menurun dan harus meningkatkan diferensiasi produk agar kepuasan konsumen tetap terjaga dengan baik. Dan koefisien regresi variabel diferensiasi produk (X) adalah 0,292 yang berarti tiap penambahan diferensiasi produk 1%, maka kepuasan konsumen pada rumah Bolen Si Tete Paciran-Lamongan akan bertambah sebesar 0,292.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t (parsial) diketahui bahwa Diferensiasi Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah Bolen Si Tete Paciran-Paciran-Lamongan, terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05) dan t hitung sebesar 9,536 yang lebih besar dari T table 1,98447 (t hitung 9,536 > t table 1,98447). Maka H_a diterima H_o ditolak. Jika variabel diferensiasi produk ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,292.

6. Implikasi Dan Keterbatasan Penelitian

Secara faktual mengacu pada pengalaman yang dialami oleh peneliti secara langsung, dapat diuraikan implikasi sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis, Diferensiasi produk adalah upaya perusahaan untuk membedakan produk yang dimilikinya dari produk-produk pesaing yang membuatnya lebih spesial atau

diinginkan, diferensiasi harus mempunyai keunikan, keunikan dapat diartikan sesuatu yang berbeda namun sangat khas dan sulit untuk ditiru. Dari hasil penelitian ini bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah Bolen Si Tete Paciran-Lamongan, hal ini dapat mengandung implikasi supaya perusahaan selalu memberikan sesuatu yang berbeda atau ciri khas produknya dari para pesaing dan selalu melakukan inovasi-inovasi agar konsumen selalu tertarik untuk membeli kembali sehingga terciptanya kepuasan konsumen.

2. Implikasi praktis, Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pertimbangan, sekaligus sebagai masukan bagi usaha rumah Bolen Si Tete Paciran-Lamongan untuk selalu memperhatikan diferensiasi pada produk yang dijualnya, contohnya menerapkan varian-varian isi Bolen Si Tete serta bentuk dan penyajiannya dan mempertahankan kualitas dari menu-menu bolen sehingga konsumen akan merasa puas atau bahkan sangat puas terhadap kualitas bolen dan lebih bersedia mengajak orang lain untuk menikmati dan menyantap Bolen Si Tete dan juga harus dipertahankan atau lebih ditingkatkan dalam kualitas pelayanannya demi terjaganya loyalitas pelanggan dan juga rumah Bolen Si Tete seharusnya memperluas wilayah delivery agar bisa menjangkau konsumen yang ingin merasakan produk Bolen Si Tete yang tempat tinggalnya cukup jauh dari rumah Bolen Si Tete. Jadi kemunculannya dapat memberikan perkembangan dalam menetapkan strategi untuk perusahaan UD. Bolen Si Tete kedepannya.

Adapun keterbatasan pada penelitian ini, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Dalam penentuan variabel penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu, tanpa banyak kesempatan untuk menelaah lebih seksama.
2. Banyak faktor yang mempengaruhi penelitian, salah satu faktor yaitu responden terkadang tidak menunjukkan pendapat yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam melakukan isian kuesioner.

Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar konsep dan strategi*. Rajawali Pers : Jakarta
- Dejawata, T. B., Kumadji, S., & Abdillah, Y. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(2).
- Dejawata, dkk. 2014. *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Malang.: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*
- Fure, Heidy Diane, Mananeke, Lisbeth dan Tawas, Hendra, (2014). Diferensiasi produk dan Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Mana Lagi Di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.2 No.3. Hal 103-114

Faizal. 2018. *Memahami Perbedaan Data Primer dan Sekunder*.

<http://www.sharingid.com/memahami-perbedaan-data-primer-dan-sekunder/>. Diunduh pada tanggal 03 Februari 2021

Isyanto, P., & Rismayadi, B. (2012). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pecel Lele Lela Cabang Karawang. *Jurnal Manajemen* , 9(4), 830–841.

Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.

Merliana, Vina dan Kurniawan, Albert (2016). Pengaruh Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi Terhadap Keberhasilan PT Tahu Tauhid. *Jurnal Manajemen* , Vol 15. No 2.

Mandasari, Vina dan Tama, Bayu Adhi (2011). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining : Studi Kasus XYZ. *Jurnal Generic*, Vol 6. No 1.

Reski. (2016). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Smartphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Makassar. Skripsi, *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

UMLA II Paciran Lamongan 2020. *Pedoman Penyusunan Proposal dan Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan.

Damayanti, Afriyani. 2015, *Pengaruh Pemilihan Agen Yang Tepat Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Industri Tempe Pada UD Mawar Sumurgayam Paciran-Lamongan, Proposal, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Paciran-Lamongan*.

Islamiyah, Kifayatul. 2020, *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan SFC Sedayulawas-Brondong-Lamongan, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan*.