

## PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI YOU N ME KOTA CIREBON

Hanan Rifatur Rosyida<sup>1</sup>, Shamsuel Ma'Arief<sup>2</sup>, Ricky Perdana<sup>3</sup>, M. Afif Sulhan<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Catur Insan Cendekia

Email: [hanan.rosyida.mb.22@cic.ac.id](mailto:hanan.rosyida.mb.22@cic.ac.id), [shamsuel.maarief.mb.22@cic.ac.id](mailto:shamsuel.maarief.mb.22@cic.ac.id),  
[sulhan.afif@gmail.com](mailto:sulhan.afif@gmail.com), [rickyperdanak@cic.ac.id](mailto:rickyperdanak@cic.ac.id)

### Abstrak

You n Me merupakan pusat perbelanjaan aksesoris dengan harga terjangkau yang ada di Kota Cirebon. Di You n Me terdapat berbagai macam barang yang dijual, mulai dari aksesoris, pernak pernik, perlengkapan menjahit dan merajut, dekorasi ulang tahun, florist, box, paper bag, tumblr, berbagai macam kain, tas, fashion, home decor, hingga furniture. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di You n Me Kota Cirebon. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan menyebarkan kuesioner melalui google form yang terdiri dari 17 pernyataan dan 75 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, uji simultan (Uji F), dan uji parsial (Uji T). Hasil dari penelitian ini adalah variabel keragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Thitung 2,143 > Ttabel 1,293. Variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Thitung 5,903 > Ttabel 1,293. Variabel keragaman produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai SPSS Fhitung senilai 44,711 > Ftabel 3,12. Nilai R Square 55,4% merupakan persentase pengaruh keragaman produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 44,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

**Kata kunci:** Keragaman Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan

### Abstract

*You n Me is a shopping center for accessories at affordable prices in Cirebon City. At You n Me there are various kinds of goods for sale, ranging from accessories, knick-knacks, sewing and knitting equipment, birthday decorations, florists, boxes, paper bags, Tumblr, various kinds of fabric, bags, fashion, home decor, to furniture. This research was conducted to determine the effect of product diversity and prices on customer satisfaction at You n Me, Cirebon City. This research uses quantitative methods with a descriptive approach. The data collection technique used was by distributing a questionnaire via Google Form consisting of 17 statements and 75 respondents. Data analysis techniques in this research are validity test, reliability test, coefficient of determination test, multiple linear regression analysis, simultaneous test (F test), and partial test (T test). The results of this research are that the product diversity variable has a partial effect on customer satisfaction with a T value of 2.143 > T table 1.293. The price variable has a partial effect on customer satisfaction with a T value of 5.903 > T table 1.293. The product diversity and price variables simultaneously influence customer satisfaction with an SPSS Fcount value of 44.711 > Ftable 3.12. The R Square value of 55.4% is the percentage of influence of product diversity and price on customer satisfaction, while 44.6% is influenced by other variables outside the variables studied.*

**Key words:** Product Diversity, Price, Customer Satisfaction

### 1. PENDAHULUAN

Pada saat ini toko ritel di Indonesia telah berkembang sangat pesat, sehingga mengakibatkan banyaknya persaingan antar pebisnis ritel yang membuat setiap perusahaan

harus menerapkan strategi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan supaya dapat mempertahankan pelanggan. Yang menjadi utama bagi perusahaan untuk berhasil dalam persaingan adalah dengan memberikan nilai dan

kepuasan kepada pelanggan dengan melalui penyediaan berbagai macam produk berkualitas yang ditawarkan dengan harga yang kompetitif (Pramesti et al., 2021).

Keragaman produk atau product assortment merupakan suatu kumpulan produk dan barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pelanggan. Hubungan antara keragaman produk yang ditawarkan dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sangat berkaitan pada penjualan suatu perusahaan. Ketertarikan pelanggan terhadap produk yang beragam dan bervariasi akan sangat memberi pengaruh terhadap jumlah penjualan. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual (Hasanuddin, 2022).

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk dapat memperoleh manfaat dari produk barang atau jasa. Harga sangat mempengaruhi minat pembelian konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Maka dari itu, untuk berhasil dalam melakukan pemasaran suatu produk atau jasa, setiap perusahaan perlu menetapkan harga yang sesuai. Tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen dapat meningkatkan intensitas pembelian dari konsumen tersebut. Dengan menciptakan tingkat kepuasan konsumen yang baik, akan dapat mendorong loyalitas pada pelanggan yang merasa puas. Kepuasan dapat diukur dari sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi, sementara loyalitas merupakan ukuran seberapa besar keinginan pelanggan melakukan pembelian kembali (repurchase) (Ariyanti, 2022).

Kepuasan pelanggan bisa dicapai dengan baik jika ritel mampu menawarkan beragam produk, baik dari segi harga, jenis, maupun tampilan. Hal ini akan memenuhi kebutuhan belanja pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka. Dengan menyediakan berbagai macam produk, termasuk berbagai kualitas, ukuran, merk, dan ketersediaan, akan mempermudah pelanggan untuk membeli barang yang mereka inginkan. Keragaman produk yang ditawarkan juga dapat menarik perhatian pelanggan secara lebih luas karena akan memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah menemukan barang yang mereka cari. Dengan adanya beragam produk, kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

Sebaliknya, jika pelanggan tidak menemukan barang yang mereka inginkan akibat kurangnya variasi produk, hal ini akan mengurangi tingkat kepuasan dan mungkin mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

You n Me merupakan pusat perbelanjaan aksesoris yang ada di kota Cirebon. You n Me terdapat berbagai macam barang yang dijual, mulai dari aksesoris, pernak pernik, perlengkapan menjahit dan merajut, dekorasi ulang tahun, florist, box, paper bag, tumblr, berbagai macam kain, tas, fashion, home decor, hingga furniture pun tersedia untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Namun, dengan maraknya toko online shop. Pelanggan mengharapkan penetapan harga yang ditawarkan oleh You n Me sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul "Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di You n Me kota Cirebon".

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif untuk mengetahui Pengaruh Keragaman Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di You n Me kota Cirebon.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan You n Me Kota Cirebon berjumlah 75 responden dengan menggunakan teknik Sampling Insidental. Menurut Sugiyono (2019) Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Teknik pengambilan data dengan menggunakan metode Kuesioner yang disebar dalam bentuk google form, dalam rentang waktu 1 bulan yaitu pada bulan Juni 2024 sampai Juli 2024. Lokasi penelitian dilakukan di You n Me kota Cirebon. Alat analisis data yang digunakan untuk melakukan pengolahan data dalam penelitian ini adalah software SPSS Statistics 25.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi apakah pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner yang disebar dapat dianggap valid atau tidak valid. Penilaian

dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Jika nilai rhitung lebih tinggi dari rtabel (rhitung > rtabel), maka pernyataan tersebut dianggap valid. Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah data yang diperoleh dari penelitian dapat dipercaya atau tidak. Hasil uji data menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini memiliki nilai korelasi (Pearson Correlation) yang lebih tinggi dari 0,196.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

| Variabel | Nilai R-Hitung | Kriteria | Keputusan |
|----------|----------------|----------|-----------|
| X1.1     | 0,767          | > 0,227  | Valid     |
| X1.2     | 0,882          | > 0,227  | Valid     |
| X1.3     | 0,805          | > 0,227  | Valid     |
| X1.4     | 0,701          | > 0,227  | Valid     |
| X2.1     | 0,837          | > 0,227  | Valid     |
| X2.2     | 0,864          | > 0,227  | Valid     |
| X2.3     | 0,884          | > 0,227  | Valid     |
| X2.4     | 0,886          | > 0,227  | Valid     |
| Y1       | 0,776          | > 0,227  | Valid     |
| Y2       | 0,694          | > 0,227  | Valid     |
| Y3       | 0,679          | > 0,227  | Valid     |
| Y4       | 0,856          | > 0,227  | Valid     |
| Y5       | 0,871          | > 0,227  | Valid     |
| Y6       | 0,773          | > 0,227  | Valid     |
| Y7       | 0,787          | > 0,227  | Valid     |
| Y8       | 0,772          | > 0,227  | Valid     |
| Y9       | 0,808          | > 0,227  | Valid     |

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

### 3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk menilai reliabilitas suatu kuesioner yang menjadi petunjuk dari variabel atau konstruk tertentu. Ketika jawaban seseorang terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten atau tetap stabil dari waktu ke waktu, kuesioner tersebut dianggap reliabel atau handal. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Sebuah variabel dianggap reliabel apabila menghasilkan nilai Cronbach Alpha > 0,70 (Ghozali, 2016:47).

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel               | Nilai Cronbach Alpha | Kriteria | Keputusan |
|------------------------|----------------------|----------|-----------|
| Keragaman Produk (X1)  | 0,798                | > 0,70   | Reliabel  |
| Harga (X2)             | 0,937                | > 0,70   | Reliabel  |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,916                | > 0,70   | Reliabel  |

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

### 3.3 Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS versi 25 dapat diketahui R Square memiliki nilai 0,554. Maka dapat diartikan bahwa sebesar 55,4% dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh keragaman produk dan harga. Sedangkan 44,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

**Tabel 3. Model Summary**

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimade |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | 0,744 | 0,554    | 0,542             | 2,562                      |

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

### 3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS versi 25. Maka dapat diketahui pengaruh variabel independent terhadap variable dependennya. Berikut merupakan bentuk regresi Linear Berganda

$$Y = 5,616 + 0,489 X1 + 1,229 X2 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda tersebut adalah:

1. Koefisien regresi variabel Keragaman Produk (X1) sebesar 0,489 artinya setiap kenaikan satu unit Keragaman Produk (X1) dengan asumsi variabel Harga (X2) tetap. Maka, Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,489.
2. Koefisien regresi variabel Harga (X2) sebesar 1,229 artinya setiap kenaikan satuan Rupiah dengan asumsi variabel Keragaman Produk (X1) tetap. Maka, Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 1,229.

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

| Model      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.  |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| (Constant) | 5,616                       | 2,590      |                           | 2,169 | 0,033 |

|                  |       |       |       |       |       |
|------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Keragaman Produk | 0,489 | 0,228 | 0,215 | 2,143 | 0,035 |
| Harga            | 1,229 | 0,208 | 0,592 | 5,903 | 0,000 |

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

### 3.5 Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 5. Hasil Uji Simultan (F)**

| Variabel   | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig   |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| Regression | 587,025        | 2  | 293,513     | 44,711 | 0,000 |
| Residual   | 472,655        | 72 | 6,565       |        |       |
| Total      | 1059,680       | 74 |             |        |       |

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Diperoleh hasil uji simultan dari SPSS Fhitung senilai 44,711 > Ftabel 3,12 dengan signifikan 0,000 < 0,05 maka H3 dapat diterima dan dapat diartikan secara simultan (bersama-sama) keragaman produk dan harga berpengaruh dalam kepuasan pelanggan.

### 3.6 Uji Parsial (Uji T)

**Tabel 6. Hasil Uji T**

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.  |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| (Constant)       | 5,616                       | 2,590      |                           | 2,169 | 0,033 |
| Keragaman Produk | 0,489                       | 0,228      | 0,215                     | 2,143 | 0,035 |
| Harga            | 1,229                       | 0,208      | 0,592                     | 5,903 | 0,000 |

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25

Melalui uji t dapat diketahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara parsial yaitu

- a. Pengaruh keragaman produk (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil perhitungan menggunakan SPSS menunjukkan Thitung 2,143 > Ttabel 1,293 dengan nilai signifikan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 0,035 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat diartikan variabel harga (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan perhitungan tersebut membuktikan harga memiliki pengaruh signifikan

- b. Pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil perhitungan menggunakan SPSS menunjukkan Thitung 5,903 > Ttabel 1,293 dengan nilai signifikan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat diartikan variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan perhitungan tersebut membuktikan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di You n Me Kota Cirebon.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dijabarkan, maka dapat dibuat kesimpulan bahwa melalui uji T, secara parsial variabel keragaman produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Semakin banyak keragaman produk yang ditawarkan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan di You n Me Kota Cirebon. Melalui uji T, secara parsial variabel harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Jika harga yang ditawarkan terjangkau dan sesuai dengan kualitas, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan di You n Me Kota Cirebon. Variabel keragaman produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

## DAFTAR PUSTAKA

Ariyanti, W. P. H. H. I. A. (2022). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*.

Hasanuddin, R. S. N. N. S. E. (2022). PENGARUH KUALITAS

---

PELAYANAN, KERAGAMAN  
PRODUK, DAN PROMOSI E-  
COMMERCE TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN SHOPEE. *Jurnal  
Pendidikan Dan Konseling.*

Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., Riskarini, D.,  
Ekonomi, F., Bisnis, D., & Pancasila, U.  
(2021). PENGARUH KUALITAS  
PELAYANAN, KERAGAMAN  
PRODUK, DAN PROMOSI E-  
COMMERCE TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN SHOPEE. *JIMP*, 1(1).

Wijaya, J. C., & Fariza, M. (2023). Pengaruh  
Harga Dan Brand Image Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Fashion  
Pada E-Commerce Tokopedia Mahasiswa  
Ucic. *Jurnal Witana*, 01(02), 51-57[1] J. C.

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian  
Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.*

Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate  
SPSS 23.*