

**ANALISIS KUALITAS, KEBERAGAMAN PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA RM. KIOS PELANGI WAKEKE***QUALITY ANALYSIS, PRODUCT DIVERSITY, AND PRICE TO CONSUMER SATISFACTION
AT RM. KIOS PELANGI WAKEKE*

Oleh:

**Vieliany G. M. Doodoh
Agus Supandi Soegoto
Michael Ch. Rantung**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi

E-mail :

vielianydoodoh@gmail.com
supandi_smrt@yahoo.com
michaelraintung@unsrat.ac.id

ABSTRAK: Rumah makan memiliki daya tarik tersendiri bagi para pelanggan, sehingga potensi pasar tinggi serta sangat menarik bagi para pebisnis untuk menggeluti. Rumah makan di kota Manado, saat ini yang paling banyak di buka adalah rumah makan yang menawarkan menu khas seperti makanan lokal yang terkenal yaitu Tinutuan. Potensi pasar yang tinggi, daya tarik terhadap pelanggan yang melakukan konsumsi berulang membuat persaingan semakin ketat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas produk, keberagaman produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan. Metode penelitian deskriptif asosiatif dan uji hipotesis menggunakan regresi linear berganda. Tehnik sampling yaitu *convenience sampling*. Pengumpulan data melalui kuesioner, sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kualitas produk, keberagaman produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan kualitas produk, keberagaman produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Manajemen rumah makan Kios Pelangi, sebaiknya mengembangkan dan mempertahankan kualitas produk, keberagaman produk dan harga agar dapat meningkatkan kepuasan Konsumen dan mempertahankan laba usaha.

Kata kunci: kualitas produk, keberagaman produk, harga, kepuasan konsumen

ABSTRACT: *The restaurant has a special attraction for customers, so that the market potential is high and very attractive for business people to work on. The restaurants in the city of Manado, currently the most open ones are restaurants that offer special menus such as the famous local food, namely Tinutuan. High market potential, attractiveness to customers who carry out repeated consumption makes competition even tighter. The purpose of this study was to determine whether product quality, product diversity and prices have an effect on consumer satisfaction in restaurants. The descriptive associative research method and hypothesis testing used multiple linear regression. The sampling technique is convenience sampling. Data collection through questionnaires, as many as 100 respondents. The results showed that partially product quality, product diversity, and price had a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, product quality, product diversity and price have a positive and significant effect on customer satisfaction. The management of Kios Pelangi restaurant, should develop and maintain product quality, product diversity and prices in order to increase customer satisfaction and maintain operating profit.*

Keywords: product quality, product diversity, price, consumer satisfaction

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Pada era modern sekarang perkembangan industri rumah makan atau restoran di Indonesia masih menjadi salah satu sektor penting dalam meningkatkan pendapatan nasional. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya pembukaan rumah makan serta restoran di seluruh wilayah Indonesia. Di Indonesia telah di buka berbagai jenis usaha rumah makan/restoran mulai dari makanan luar sampai makanan daerah itu sendiri, khususnya di kota Manado usaha rumah makan/restoran sudah sangat berkembang dengan cepat dan pesat.

Usaha rumah makan di kota Manado yang paling banyak di buka sekarang ialah usaha rumah makan yang menawarkan menu utama yaitu makanan lokal yang terkenal di kota Manado salah satunya tinutuan. Tinutuan merupakan makanan khas Sulawesi Utara yang merupakan campuran dari berbagai macam sayur antara lain labu kuning, jagung, kangkung, bayam, gedi, dan kemangi yang di buat menjadi satu. Dengan penyajian yang cukup cepat dan tidak banyak untuk memakan waktu lama sehingga tinutuan cocok untuk di santap saat pagi hari sebagai sarapan, tinutuan biasanya di santap bersama dengan makanan pendamping seperti nike goreng, pisang goreng atau tahu goreng serta perkedel jagung yang menjadi pilihan menu favorit setiap orang. Tinutuan banyak di minati oleh banyak orang mulai dari masyarakat luar daerah Manado maupun masyarakat kota Manado sendiri. Dengan banyaknya restoran atau rumah makan yang ada di kota Manado membuat persaingan semakin ketat.

Rumah makan Kios Pelangi berlokasi di Jl. Wakeke, yang merupakan Kawasan kuliner khususnya tinutuan di Kota Manado. Rumah makan yang berada di Kawasan kuliner menjual makanan khas Manado yakni tinutuan, yang sekaligus menjadi menu andalan atau khas dari rumah makan Kios Pelangi. Jalan wakeke merupakan tempat objek wisata kuliner yang ada di kota Manado khusus makanan khas Sulawesi Utara. Kios pelangi berdiri pada tanggal 06 oktober 2006 dan masih di buka hingga sekarang, kios pelangi wakeke mulai beroperasi dari jam 06.30 sampai jam 14.00. Kios Pelangi Wakeke selalu berusaha untuk melayani konsumen dengan sebaik mungkin mulai dari pelayanan hingga sampai pada tersedianya berbagai jenis menu makanan serta selalu menjaga dan meningkatkan kualitas menu makanan yang ada. Lokasi rumah makan yang strategis yang berada dekat pusat kota Manado, membuat rumah makan Kios Pelangi mudah dijangkau atau dicari lokasinya.

Kualitas produk merupakan hal terpenting yang harus di perhatikan bagi setiap usaha yang akan dijalankan, Menurut American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:156) pengertian kualitas adalah sebagai berikut, "Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs". Soegoto, et al. (2020) menyatakan kualitas produk akan memberikan kenyamanan pada pelanggan dan akan mendorong terjadinya pembelian kembali produk. Dalam menyajikan makanan Kios Pelangi selalu memperhatikan kualitas dari produk dengan memperhatikan kebersihan lingkungan, sehingga menghasilkan makanan yang higienis. Ketatnya persaingan rumah makan, pengaruh terhadap kualitas produk, keberagaman produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen mendorong dilakukannya penelitian ini.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini untuk menganalisis:

1. Pengaruh secara bersama (simultan) kualitas produk, keberagaman produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen
3. Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen
4. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

TINJAUAN PUSTAKA**Pemasaran**

Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi pemasaran tersingkat yang baik adalah "memenuhi kebutuhan secara menguntungkan." Pemasaran adalah proses sosial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui menciptakan, menawarkan, dan secara bebas bertukar produk dan layanan bernilai dengan orang lain. Menciptakan nilai di antara konsumen dan dengan bisnis dan pentingnya penciptaan dan berbagi nilai telah menjadi tema penting dalam pengembangan pemikiran pemasaran modern (Kotler dan Keller 2016:23).

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam suatu pertukaran potensial memikirkan cara untuk mencapai tanggapan yang diinginkan dari pihak lain. Dengan demikian, kami melihat manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam memilih target pasar dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, memberikan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller 2016:23).

Kualitas Produk

Menurut American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:156) pengertian kualitas adalah sebagai berikut, "Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs". Kualitas produk ialah suatu produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang memiliki nilai yang baik dimata konsumen sehingga dapat bersaing dengan produk yang lainnya.

Keberagaman Produk

Jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat semakin beragam, maka konsumen pun akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain. Hal serupa akan ia ulangi untuk pembelian berikutnya (Hendra Fure, 2013).

Harga

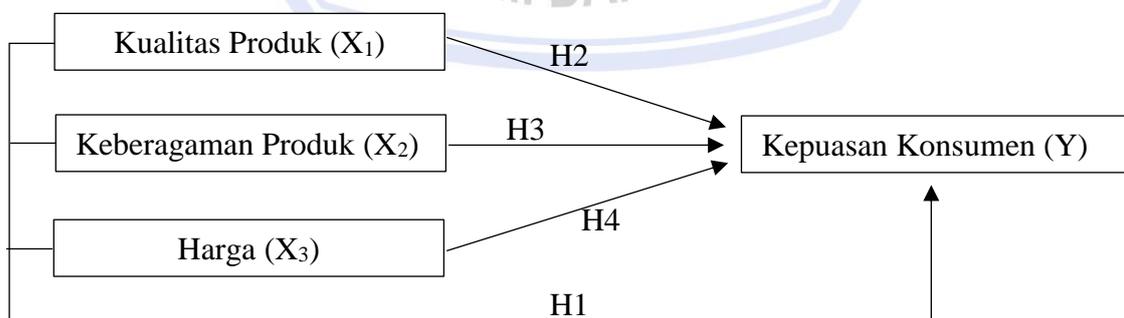
Menurut Manambe Lopian dan Soegoto (2019) Harga merupakan salah satu faktor persaingan dalam memasarkan produk. Setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan harga yang menarik bagi konsumen agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkannya. Harga ialah salah satu faktor penting selain kualitas produk, dengan memiliki harga yang terjangkau dapat menarik perhatian konsumen untuk menjadi loyalitas.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Najoran, Soegoto dan Poluan (2019) dalam penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Komunikasi pemasaran terhadap citra perusahaan (Studi Pada PT.Oriflame Di Manado). Hasil penelitian ditemukan bahwa pengaruh Kualitas Produk dan Komunikasi Pemasaran secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap Citra Perusahaan. Sebaiknya perusahaan Oriflame dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi faktor-faktor yang mendukung terbentuknya Kualitas Produk dan Komunikasi Pemasaran yang berpengaruh positif terhadap Citra Perusahaan Oriflame.

Anggraini Saerang dan Soegoto (2019) dalam penelitian ini berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasjrat Abadi Ranotana. Hasil Analisis secara simultan kepuasan pelanggan, harga dan lokasi signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan secara parsial kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Hasjrat Abadi Ranotana.

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber: Kajian Teori, 2019

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Diduga Kualitas produk, Keberagaman Produk, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
 H2: Diduga Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
 H3: Diduga Keberagaman Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
 H4: Diduga Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode deskriptif asosiatif karena dalam penelitian ini akan menguji model hubungan antar variabel dan melakukan deskripsi terhadap objek penelitian, dan uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar dua variabel atau lebih.

Populasi, Besaran Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi pada penelitian ini ialah konsumen pada Rumah Makan Kios Pelangi Wakeke. . Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode convenience sampling, yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan peneliti dalam penelitian ini yang menjadi sample adalah pengunjung yang datang berkunjung di Rumah Makan Kios Pelangi, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia menjadi responden dijadikan sampel. Metode ini cocok untuk menguji ide-ide atau mencari ide-ide baru yang bersifat eksploratif. (Suliyanto 2018:226).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penelitian ini adalah dengan mengajukan beberapa pertanyaan dalam bentuk kuesioner pada konsumen Rumah Makan Kios Pelangi wakeke. Penggunaan kuesioner dimaksudkan untuk mendapatkan data primer dari responden mengenai variabel-variabel yang akan di ukur.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Korelasi (r)	
		rhitung	status
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0.734	VALID
	X1.2	0.581	VALID
	X1.3	0.342	VALID
	X1.4	0.602	VALID
Keberagaman Produk (X2)	X2.1	0.689	VALID
	X2.2	0.788	VALID
	X2.3	0.747	VALID
	X2.4	0.623	VALID
Harga (X3)	X3.1	0.753	VALID
	X3.2	0.863	VALID
	X3.3	0.784	VALID
	X3.4	0.551	VALID
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0.706	VALID
	Y2	0.600	VALID
	Y3	0.734	VALID
	Y4	0.701	VALID
	Y5	0.740	VALID

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 1, hasil uji validitas memberikan nilai baik pada setiap indikator. Pada kualitas produk nilai kolerasi terendah pada indikator X1.3 dengan nilai sebesar 0.342. Keberagaman produk nilai kolerasi terendah pada indikator X2.4 dengan nilai sebesar 0.623. Harga nilai kolerasi terendah pada indikator X3.4 dengan nilai sebesar 0.551. Kepuasan konsumen nilai kolerasi terendah pada indikator Y2 dengan nilai sebesar 0.600. Dan r tabel adalah 0.1946. Dan r hitung pada Tabel. 1 hasil uji validitas telah melebihi r tabel yaitu 0.1946 sehingga dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien	
	Alpha Cronbach	Status
Kualitas Produk (X1)	0.704	RELIABEL
Keberagaman Produk (X2)	0.791	RELIABEL
Harga (X3)	0.753	RELIABEL
Kepuasan Konsumen (Y)	0.775	RELIABEL

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS (2020)

Seperti yang bisa dilihat pada tabel 2, bahwa nilai alpha cronbach's pada setiap variabel baik variabel terikat maupun variabel bebas memiliki nilai rata-rata reliabel yaitu kualitas produk nilai alpha cronbach's 0.704, keberagaman produk nilai alpha cronbach's 0.791, Harga nilai alpha cronbach's 0.753 dan kepuasan konsumen nilai alpha cronbach's 0.775. Maka nilai alpha cronbach's pada Tabel 4.7 hasil olahan data uji reliabilitas telah melebihi > 0.6 yang artinya seluruh variabel dinyatakan valid dan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

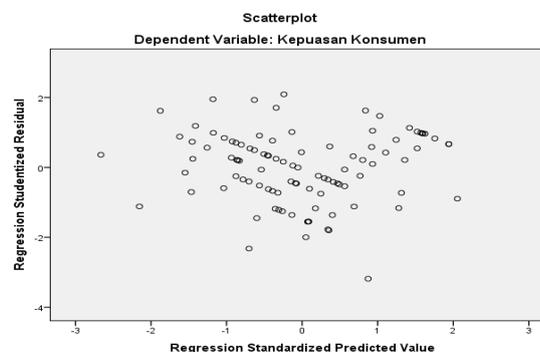
Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	3.506	2.607			1.345	.182		
Kualitas Produk	.313	.142	.170		2.202	.030	1.000	1.000
Keberagaman Produk	.420	.111	.364		3.769	.000	.637	1.569
Harga	.335	.095	.342		3.541	.001	.637	1.569

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 3, bahwa variabel kualitas produk, keberagaman produk, dan harga tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF < 10.00 dan memiliki nilai tolerance > 0.10 .

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan gambar 2, grafik uji heterokedastisitas menampilkan titik-titik grafik tersebar secara bebas tidak berkumpul hanya pada satu titik. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa hal tersebut tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi. Sehingga model regresi dapat di pakai untuk memprediksi variabel kepuasan konsumen.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.08898298
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.056
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.849
Asymp. Sig. (2-tailed)		.467
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 4, hasil uji normalitas memiliki nilai 0.467 yang berarti signifikan karena $> 0,05$ maka data penelitian ini dinyatakan distribusi normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.506	2.607		1.345	.182
	Kualitas Produk	.313	.142	.170	2.202	.030
	Keberagaman Produk	.420	.111	.364	3.769	.000
	Harga	.335	.095	.342	3.541	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan Tabel. 5 Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + e$$

$$Y = 3.506 + 0.313X_1 + 0.420X_2 + 0.335X_3$$

Hasil persamaan regresi linear berganda memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai constant sebesar 3.506 bahwa jika kualitas produk, keberagaman produk dan harga tidak dilakukan atau sama dengan nol (0) maka besarnya kepuasan konsumen 3.506%
2. Variabel kualitas produk (X1) koefisien regresi memberikan hasil positif yang berarti apabila kualitas produk (X1) meningkat 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.313%
3. Variabel keberagaman produk (X2) koefisien regresinya memberikan hasil positif yang berarti apabila keberagaman produk (X2) meningkat 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.420%
4. Variabel harga (X3) koefisien regresinya memberikan hasil positif yang berarti apabila harga (X3) meningkat 1% maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,335%

Hasil Uji Hipotesis**Tabel 6. Hasil Uji-F**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	323.769	3	107.923	23.982	.000 ^b
	Residual	432.021	96	4.500		
	Total	755.790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Keberagaman Produk

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 6, penelitian dengan jumlah data sebanyak 100 dan taraf signifikan 5% mendapatkan nilai f hitung sebesar 23.982 sedangkan f tabel dengan $n-k = 100-3 = 97$ adalah sebesar 2,70. Maka H1 di terima.

Tabel 7. Hasil Uji-t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.506	2.607		1.345	.182
	Kualitas Produk	.313	.142	.170	2.202	.030
	Keberagaman Produk	.420	.111	.364	3.769	.000
	Harga	.335	.095	.342	3.541	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 7, penelitian dengan jumlah data sebanyak 100 mendapatkan nilai t hitung untuk variabel kualitas produk (X1) sebesar 2.202, untuk variabel keberagaman produk (X2) sebesar 3.769, untuk variabel harga (X3) sebesar 3.541; sedangkan nilai t tabel dengan $t=(n-k-1) = 100-3-1 = 96$ dengan tingkat signifikan 5% adalah sebesar 1.660. Maka untuk variabel independen hipotesis diterima.

Pembahasan**Pengaruh kualitas produk, keberagaman produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian (uji f) menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), keberagaman produk (X2), dan harga (X3) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) karena nilai f hitung > f tabel sehingga dapat dikatakan berpengaruh secara positif dan signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Suhendar dan Ruswati (2019), Yusuf, Nurhilalia, dan Putra (2019), Arsyanti dan Astuti (2016) dimana dalam penelitian-penelitian sebelumnya ditemukan bahwa variabel kualitas produk, keberagaman produk, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dapat dikatakan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Razak, Nirwanto, dan Triatmanto (2016), yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Sama seperti yang di bahas oleh Soegoto A, Soegoto D, dan Pasha M (2019) "Sebagian besar UMKM terlibat dalam layanan dan perdagangan dan kuliner. Manajemen bisnis masih sederhana, ini karena sebagian besar bisnis UMKM adalah hanya berorientasi lokal dan belum memperhatikan rencana pengembangan bisnis" Berdasarkan hasil pengujian variabel kualitas produk yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis t diterima. Soegoto dan Karamoy (2020), menyatakan penggunaan strategi melalui kualitas produk akan meningkatkan keputusan konsumen untuk pembelian produk.

Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa Keberagaman Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dapat dikatakan bahwa keberagaman produk mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya Arsyanti dan Astuti (2016) yang mengatakan bahwa keberagaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil pengujian variabel keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga hipotesis diterima.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa harga(X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dapat dikatakan bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif. Hasil penelitian ini di dukung oleh Wantara dan Tambrin (2019), Rondonuwu dan Raintung (2016) mengatakan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil yang telah diteliti dapat diambil kesimpulan:

1. Hasil pengujian secara bersama (simultan) menunjukkan kualitas produk, keberagaman produk, dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil pengujian menunjukkan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan kios Pelangi Wakeke.
3. Hasil pengujian menunjukkan keberagaman produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan kios Pelangi Wakeke.
4. Hasil pengujian menunjukkan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan kios Pelangi Wakeke

Saran

Berdasarkan hasil yang telah dilakukan maka diajukan saran, sebagai berikut:

1. Bagi rumah makan Kios Pelangi, agar dapat mengembangkan dan mempertahankan kualitas produk, keberagaman produk dan harga agar dapat selalu diterima oleh kalangan masyarakat dan bisa saling menguntungkan bagi pihak rumah makan.
2. Untuk penelitian selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian yang sama, sebaiknya melakukan dengan variabel variabel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriani., Saerang, I. S., dan Soegoto, A. S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal Emba*, 3959-3968. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24911/24615>
- Arsyanti N. M., dan Astuti S. R. (2016) Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang). *Jurnal Undip*, 2337-3792. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13957/13493>
- Hendra, F. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya. *Jurnal Emba*, 273-283. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2023/1609>
- Manambe, H. F., Lopian, S.L.H.V.J., dan Soegoto, A. S. (2019). Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Rosita Manado). *Jurnal Emba*, 5456-5465. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26324/25946>

- Najoan C. A., Soegoto A. S., Poluan J. G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada PT. Oriflame Di Manado). *Jurnal Emba*, 2501-2510. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/23546/23203>
- Kotler, P., dan Keller. K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Razak, I., Nirwanto, N., dan Triatmanto, B. (2016). penelitian The Impact Of Product Quality and Price On Customer Satisfaction With the Mediator Of Customer Value. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 59-68. <https://iiste.org/Journals/index.php/JMCR/article/view/34735>
- Rondonuwu, C., dan Raintung, M. Ch. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada KFC Di Atrium Mega Mall Manado. *Jurnal Emba*, 771-781. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/14442/14015>
- Soegoto, D.S., A.S. Soegoto., dan A. A. Rafdhi (2020). Measuring and Improving Online Transactions in Product Sales Businesses by Online In The Modern Era. *Journal of Critical Reviews*. ISSN- 2394-5125. Vol.7 (13), 2020.pp. 662-666. www.jcreview.com/index.php?iid=2020-7-13.000&jid=197
- Soegoto, A.S. dan Karamoy, H. (2020). Competitive Strategy Analysis to Increase Consumer Purchasing Decisions on Minimarket Business. *Etikonomi*, Vol. 19 (1) 2020. ISSN 1412-8969. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/etikonomi/article/view/14337>.
- Soegoto, A. S., Soegoto, D. S., dan Pasha, M. S. (2019). Empowerment Digital Strategies for Medium Small. *Journal of Physics: Conference Series*, 1-9. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1477/7/072003/pdf>
- Suhendar, U., dan Ruswanti, E. (2019). Effect of Product Quality, Perception Of Price and Satisfaction To Customer Loyalty (Studi On Agroindustrial Company In Indonesia). *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 23-33. <http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2019/03/732.pdf>
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Wantara, P., dan Tambrin, M. (2019). The Effect Of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty On Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2616-4701. <https://rpajournals.com/wp-content/uploads/2019/02/ITHJ-2019-01-14.pdf>
- Yusuf, M., Nurhilalia., dan Putra A. H. P. K. (2019). The Impact Of Product Quality, Price, And Distribution on Satisfaction and Loyalty. *Journal of Distribution Science*, 17-26. https://www.researchgate.net/publication/336692094_The_Impact_of_Product_Quality_Price_and_Distribution_on_Satisfaction_and_Loyalty