

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA TAMPA MAKANG RAJA ADVENTURE DI KOTA
MANADO**

*THE INFLUENCE OF PRODUCT DIFFERENTIATION, PRICES AND FACILITIES ON
CONSUMER SATISFACTION AT TAMPA MAKANG RAJA ADVENTURE*

Oleh:

Injilli N. Walujan¹
S. L. H. V. J. Lopian²
Yunita Mandagie³

¹²³Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

walujan.injilli28@gmail.com

lopianjoyce@unsrat.ac.id

mandagiey@unsrat.ac.id

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tampa Makang Raja Adventure. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung yang pernah melakukan pembelian Tampa Makang Raja Adventure yang berjumlah 889 orang, yang didapat dari data konsumen Tampa Makang Raja Adventure dari tahun 2020-2021. Perhitungan sampel menggunakan rumus slovin dimana jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 90 orang responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi produk secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tampa Makang Raja Adventure. Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tampa Makang Raja Adventure. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tampa Makang Raja Adventure. Diferensiasi Produk, Harga dan fasilitas secara bersama-sama/ simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tampa Makang Raja Adventure.

Kata Kunci: diferensiasi produk, harga, fasilitas, kepuasan konsumen

Abstract: The purpose of this research is to analyze the influence of product differentiation, prices and adventure facilities on consumer satisfaction at Tampa Makang Raja Adventure. This research uses an associative approach. The population in this research is 889 visitors who have purchased Tampa Makang Raja Adventure, which was obtained from Tampa Makang Raja Adventure consumer data from 2020-2021. Sample calculations used the Slovin formula where the number of samples obtained was 90 respondents. Data analysis uses multiple linear regression analysis. The research results show that product differentiation partially has a positive and insignificant effect on consumer satisfaction at Tampa Makang Raja Adventure. Price partially has a significant positive effect on consumer satisfaction at Tampa Makang Raja Adventure. Facilities partially have a significant positive effect on consumer satisfaction at Tampa Makang Raja Adventure. Product differentiation, prices and facilities together/simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction at Tampa Makang Raja Adventure.

Keywords: product differentiation, price, facilities, consumer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan merupakan salah satu unit usaha yang dituntut untuk terus beradaptasi dan berinovasi dengan perkembangan teknologi, perusahaan harus berinovasi baik dari segi produk, pemasaran dan lain-lain yang tentunya akan menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian atas produk juga untuk memberikan kepuasan kepada konsumen agar konsumen menjadi pelanggan yang loyal. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat tergantung kepada kemampuan perusahaan untuk menyediakan produknya di pasar sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen atau perusahaan harus mengetahui kebutuhan pasar

terlebih dahulu. Artinya, perusahaan secara berkala dan sedikit demi sedikit harus merancang produk sedemikian rupa, agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi selera dan keinginan konsumen. Diferensiasi produk sangatlah penting, untuk membuat konsumen tertarik dengan produk yang dijual. Dengan melihat Diferensiasi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan dan memperkenalkan produknya kepada konsumen akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian dan diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen. Diferensiasi produk merupakan upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan oleh pelanggan (Simamora, 2011).

Faktor yang sangat dominan lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk, dan harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian dimana harga dari produk harus mampu bersaing dengan produk sejenisnya. Menurut penelitian yang dilakukan Novansa dan Ali (2017), harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dimana harga adalah hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen untuk membandingkan produk yang sama dengan produk pesaing lainnya dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

Begitu juga dengan fasilitas, fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen akan mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk dan fasilitas juga termasuk pertimbangan konsumen dalam membeli. Pada tingkat harga yang hampir sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan perusahaan, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Fasilitas yang disediakan oleh Tampa Makang Raja Adventure adalah tempat karaoke, tempat santai dengan pemandangan alam dan lain sebagainya yang akan menambah tingkat kepuasan bagi pengunjung Tampa Makang Raja Adventure.

Tampa Makang Raja Adventure merupakan salah satu tempat makan di Manado yang lokasinya berada di Jln Sam Ratulangi, Winangun Satu, Kecamatan Malalayang. Restoran ini sangat menarik minat konsumen karena memiliki desain yang menarik, menyediakan Fasilitas yang membuat konsumen merasakan sensasi petualangan dan juga menyediakan beberapa fasilitas seperti tempat karaoke, tempat santai dengan taman yang sejuk dan berada di dekat Pusat Kota, selain itu juga menyediakan makanan seperti olahan ikan bakar, seafood, makanan minahasa lainnya dan masih banyak lagi aneka makanan yang dijual sehingga menarik bagi seseorang untuk berkunjung dan mampu membuat konsumen merasa puas. Berdasarkan uraian yang disampaikan oleh penulis di atas, maka permasalahan Tampa Makang Raja Adventure adalah mulai munculnya pesaing-pesaing baru sehingga konsumen dihadapkan dengan banyaknya pilihan restoran, hal tersebut berdampak dengan pendapatan konsumen yang semakin menurun tiap tahunnya. Hal itu juga dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, seperti diferensiasi produk, harga, dan fasilitas yang menjadi fokus utama yang diduga paling mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul "Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tampa Makang Raja Adventure".

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Tampa Makang Raja Adventure.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Tampa Makang Raja Adventure.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Tampa Makang Raja Adventure.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Tampa Makang Raja Adventure.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Pengertian manajemen adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan suatu organisasi dengan cara berkerja dalam team. Pengertian pemasaran, Kotler dan Keller (2016), Pemasaran (*marketing*) merupakan hal yang sangat mendasar sehingga tidak dapat dilakukan sebagai fungsi yang terpisah.

Diferensiasi Produk

Menurut Kotler (2016), pengertian diferensiasi adalah Kegiatan merancang serangkaian keunikan yang berarti untuk membedakan apa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan apa yang ditawarkan pesaing. Pengertian diferensiasi produk secara umum merupakan perbedaan suatu produk dengan produk lainnya.

Harga

Harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk, dan harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya (Tjiptono, 2014:177).

Fasilitas

Tjiptono (2014:155) menjelaskan bahwa secara sederhana yang dimaksud dengan fasilitas adalah suatu sarana fisik yang dapat memproses suatu masukan (*input*) menuju keluaran (*output*) yang diinginkan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016:67), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Penelitian Terdahulu

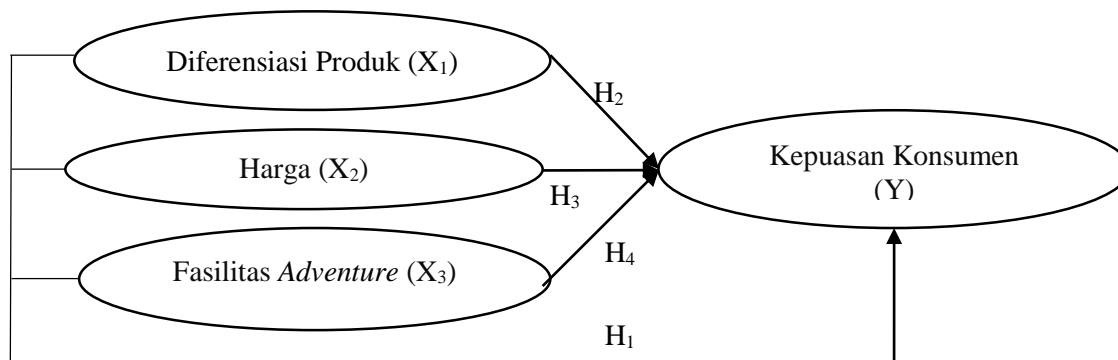
Penelitian Ering, Massie dan Raintung (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan customer relationship management (CRM) baik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh yang berjumlah 100 konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial diferensiasi produk, kualitas pelayanan dan customer relationship management (CRM) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian Winarno, Mananeke dan Ogi (2018) bertujuan untuk mengetahui Pelayanan Konsumen dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi berganda yaitu koefisien determinasi, uji T dan uji F. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen tetap Maxx Coffee setiap bulan sebanyak 120, dan sampel yang diambil sebanyak 92. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Pelayanan Konsumen dan Fasilitas secara simultan dan parsial memiliki pengaruh terhadap keberhasilan dan kegagalan pada Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado.

Penelitian Rondonuwu dan Raintung (2019) bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan, produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Pengambilan sample dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 165 responden. Metode analisa yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian diperoleh menerima hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Menerima hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, menerima hipotesis 3 yang menyatakan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menerima hipotesis 4 yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menolak hipotesis 5 yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Menerima hipotesis 6 yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Menolak hipotesis 7 yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Hipotesis

- H1: Diduga Diferensiasi Produk, Harga dan Fasilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tampa Makang Raja Adventure
- H2: Diduga Diferensiasi Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tampa Makang Raja Adventure
- H3: Diduga Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tampa Makang Raja Adventure
- H4: Diduga Fasilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tampa Makang Raja Adventure

Model Penelitian**Gambar 1. Model Penelitian***Sumber: Kajian Teoritis (2023)***METODE PENELITIAN****Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Sugiyono (2018:11) menjelaskan penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Tampa Makang Raja Adventure.

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:18). Populasi pada penelitian ini adalah pengunjung yang pernah melakukan pembelian di Tampa Makang Raja Adventure yang berjumlah 889 orang, yang didapat dari data konsumen Tampa Makang Raja Adventure dari tahun 2020-2021. Sampel adalah bagian dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Jadi sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin berjumlah 89,88 dan dibulatkan menjadi 90 orang responden/sampel dari populasi sebanyak 889 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik accidental sampling.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Data kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dengan angka-angka.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu: teknik kuesioner. Teknik Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh responden (Sugiyono, 2018:72).

Teknik Analisis Data**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrumen. Suatu instrumen dikatakan baik jika mempunyai validitas tinggi. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jika Person correlation > 0.3 maka item pernyataan dinyatakan valid.

Alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawabannya adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu setiap item akan diuji reliasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dinyatakan item reliabel bila mana nilai alpha cronbachnya 0.6 dimana jika:

- r hitung r tabel maka instrumen dikatakan reliabel.
- r hitung r tabel maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik akan memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ditunjukkan berdasarkan model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebasnya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melakukan 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.

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara dependen (Y) dan variabel independen. Persamaan umum regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Konsumen
- A = Konstanta
- X₁ = Diferensiasi Produk
- X₂ = Harga
- X₃ = Fasilitas
- b₁ = koefesien regresi variabel Diferensiasi Produk
- b₂ = koefesien regresi variabel harga
- b₃ = koefesien regresi variabel Fasilitas
- e = *error*

Pengujian Hipotesis

Uji F (simultan)

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian yang menggunakan p value atau F hitung menurut Ghozali (2016: 99) adalah jika p value < 0,05 atau F hitung ≥ F tabel maka Ha diterima. Sebaliknya, jika p value ≥ 0,05 atau F hitung < F tabel maka Ha ditolak.

Uji t (Parsial)

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini menurut Ghozali (2016:99) adalah jika p value < 0,05 maka Ha diterima. Sebaliknya, jika p value p value ≥ 0,05 maka Ha ditolak.m menjelaskan variasi variabel terikat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

	Item	Pearson Correlation	Nilai Signifikan	Keterangan
Diferensiasi Produk	X1.1	0.599	0.000	Valid
	X1.2	0.578	0.000	Valid
	X1.3	0.706	0.000	Valid

	X1.4	0.758	0.000	Valid
	X1.5	0.745	0.000	Valid
	X1.6	0.623	0.000	Valid
	X1.7	0.722	0.000	Valid
	X1.8	0.548	0.000	Valid
	X1.9	0.669	0.000	Valid
Harga	X2.1	0.744	0.000	Valid
	X2.2	0.848	0.000	Valid
	X2.3	0.856	0.000	Valid
	X2.4	0.694	0.000	Valid
Fasilitas Adventure	X3.1	0.673	0.000	Valid
	X3.2	0.787	0.000	Valid
	X3.3	0.748	0.000	Valid
	X3.4	0.767	0.000	Valid
	X3.5	0.591	0.000	Valid
	X3.6	0.753	0.000	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1	0.846	0.000	Valid
	Y2	0.817	0.000	Valid
	Y3	0.719	0.000	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel 1 terlihat bahwa korelasi dari masing-masing item terhadap jumlah total skor masing-masing pernyataan untuk variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y , seluruhnya menghasilkan *pearson correlation* diatas 0.30 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka keseluruhan item pernyataan variabel penelitian adalah valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

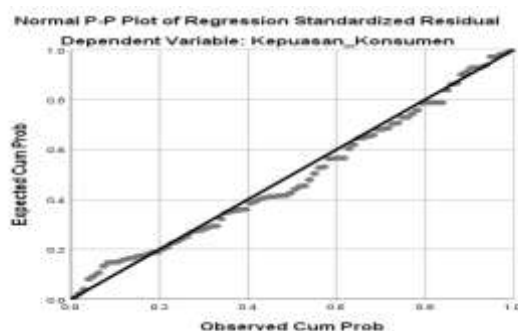
Nama Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
Diferensiasi Produk	0.838	Reliabel
Harga	0.795	Reliabel
Fasilitas Adventure	0.803	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.703	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien *alpha* yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuisisioner adalah *reliabel*. semua pernyataan pada kuisisioner dinilai *reliabel* karena Nilai *Cronbach's Alpha Based on Standardized Item* pada setiap variabel > 0.60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Grafik P-P Plot

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa titik-titik variabel berada di sekitar garis $Y=X$ atau menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, ini menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

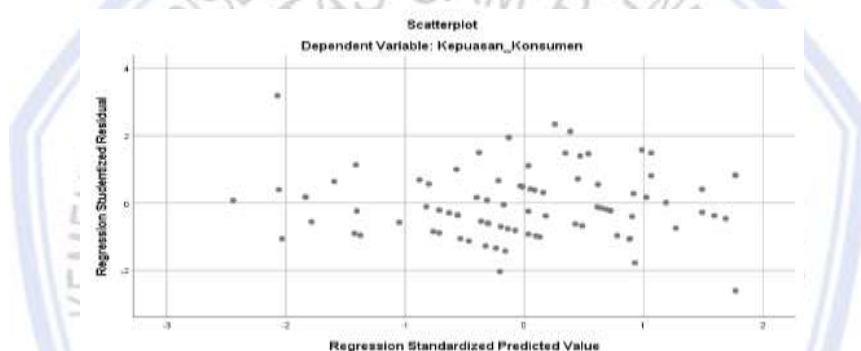
Model	Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
	Tolerance		VIF	
1 (Constant)				
Diferensiasi_Produk	.442		2.261	
Harga	.512		1.951	
Fasilitas_Adventure	.513		1.951	

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3 maka disimpulkan bahwa model regresi tidak terdeteksi adanya multikolinieritas (antar variabel bebas dalam model berkorelasi kuat) karena nilai VIF (Variance Inflating Factor) < 10.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Grafik Scatterplot

Sumber: Data diolah, 2023

Gambar 3 menunjukkan bahwa koefisien parameter untuk semua variabel independen yang digunakan dalam penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas dilihat dari scatterplot yang menyebar dan tidak membentuk pola tertentu.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	1.258		1.036	.303			
Diferensiasi_Produk	.029	.076	.649	.518	.442	2.261	
Harga	.232	.330	3.029	.003	.512	1.951	
Fasilitas_Adventure	.220	.375	3.439	.001	.513	1.951	

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4 dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.258 + 0.029X_1 + 0.232X_2 + 0.220X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta dari persamaan regresi linier berganda pada Tabel 4.7 adalah 1.258 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa jika diferensiasi produk, harga dan fasilitas adventur nilainya adalah 0 (nol), maka kepuasan konsumen adalah sebesar 1.258.
2. Koefisien regresi untuk variabel diferensiasi produk adalah sebesar 0.029 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada diferensiasi produk, sementara harga dan fasilitas adventur diasumsikan tetap, maka besarnya kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.029.
3. Koefisien regresi untuk variabel harga adalah sebesar 0.232 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada harga sementara diferensiasi produk dan fasilitas adventur diasumsikan tetap, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.232.
4. Koefisien regresi untuk variabel fasilitas adventur adalah sebesar 0.220 dan bertanda positif, hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan pada fasilitas adventur sementara diferensiasi produk dan harga diasumsikan tetap, maka besarnya kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.220.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Model Summary

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.690 ^a	.476	.457	1.49727	2.287

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_Adventure, Harga, Diferensiasi_Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Data diolah, 2023

Tabel 5 menunjukkan nilai R square atau koefisien sebesar 0.476 maka dapat diketahui nilai R² yang dihasilkan sebesar 0.476 atau 47.60%. Angka ini menjelaskan bahwa kepuasan konsumen pada iMakang iRaja iAdventure dipengaruhi oleh diferensiasi produk, harga dan fasilitas adventur sebesar 47.60%, sedangkan sisanya sebesar 52.40% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.036	.303
	Diferensiasi_Produk	.649	.518
	Harga	3.029	.003
	Fasilitas_Adventure	3.439	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Data diolah, 2023

1. Nilai t hitung untuk variabel diferensiasi produk (X1) sebesar 0.649 lebih kecil dibandingkan t tabel yang bernilai 1.98580. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih besar dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.518. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel diferensiasi produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Nilai t hitung untuk variabel harga (X2) adalah sebesar 3.029 lebih besar dibandingkan t tabel yang bernilai 1.98580. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.003. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Nilai t hitung untuk variabel fasilitas adventur (X3) sebesar 3.439 lebih besar dibandingkan t tabel yang bernilai 1.98793. Sedangkan tingkat signifikansi memiliki nilai yang lebih kecil dari Alpha (0,05) yaitu sebesar 0.001. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas adventur berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.859	3	58.286	25.999	.000 ^b
	Residual	192.797	86	2.242		
	Total	367.656	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fasilitas_Adventure, Harga, Diferensiasi_Produk

Sumber : Data diolah, 2023

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan, dilakukan dengan uji F. Tabel di atas menunjukkan nilai F hitung sebesar 25.999 dengan tingkat signifikansi 0.000, Karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan F hitung lebih besar dari F tabel ($25.999 > 2.71$) maka dapat dinyatakan bahwa diferensiasi produk, harga dan fasilitas adventur secara bersama – sama/simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis simultan (uji F) menemukan bahwa diferensiasi produk, harga dan fasilitas adventur secara bersama – sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tampa makang raja adventur di Kota Manado dengan pengaruh berdasarkan uji koefisien determinasi (Rsquare) adalah sebesar 47.60%. Hal ini berarti dengan adanya diferensiasi produk, harga dan fasilitas adventur maka akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen pada tampa makang raja adventur di Kota Manado.

Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini berarti walaupun secara tidak signifikan namun semakin meningkat diferensiasi produk maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Diferensiasi produk pada tampa makang raja adventur bukanlah hal yang signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini mengindikasikan bahwa produk yang ditawarkan masih relatif sama dengan pesaing atau industri sejenis. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Simamora dan Situmeang (2019) yang menemukan bahwa diferensiasi produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Namun, penelitian tersebut bertentangan dengan hasil dari Sumba, Mandey dan Rotinsulu (2020) yang menemukan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin sesuai penetapan harga atas produk yang dilakukan oleh Tampa Makang Raja Adventure, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Semakin terjangkau harga yang ditetapkan serta perbandingan harga dan kualitas yang ditawarkan mampu bersaing dengan industri sejenis maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen cenderung merasa puas ketika mereka merasa telah mendapatkan nilai yang baik untuk uang yang mereka bayarkan. Oleh karena itu, strategi penentuan harga yang cermat dan sesuai dengan segmen pasar yang dituju dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen. Harga yang bersaing juga dapat memberikan keuntungan kompetitif, sehingga konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan penawaran yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Garib, Lopian dan Mananeke (2019) yang menemukan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Namun, penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harahap dan Hidayat (2018) yang menemukan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti semakin lengkap fasilitas dan perlengkapan yang disediakan di Tampa Makang Raja Adventure, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Tampa Makang Raja

Adventure menyediakan Fasilitas yang membuat konsumen merasakan sensasi petualangan dan juga menyediakan beberapa fasilitas seperti tempat karaoke, tempat santai dengan taman yang sejuk dan berada di dekat Pusat Kota. Sehingga dengan adanya factor tersebut membuat konsumen merasakan kepuasan Ketika berkunjung di Tampa Makang Raja *Adventure*. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Lempoy, Mandey dan Loindong (2015) yang menemukan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Namun, penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadju (2020) yang menemukan bahwa fasilitas berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Diferensiasi Produk, Harga dan fasilitas secara bersama– sama/ simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tampa Makang Raja *Adventure*.
2. Diferensiasi Produk secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tampa Makang Raja *Adventure*.
3. Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tampa Makang Raja *Adventure*.
4. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tampa Makang Raja *Adventure*.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diferensiasi Produk terbukti berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga pihak Tampa Makang Raja *Adventure* sebaiknya semakin melakukan inovasi atas produk yang ditawarkan agar unik dan berbeda dari pesaing sehingga pembeli akan merasakan kepuasan ketika berkunjung.
2. Harga terbukti memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sehingga pihak Tampa Makang Raja *Adventure* sebaiknya memperhatikan penetapan harga yang sesuai dengan produk serta keterjangkauan harga dan harga yang sesuai dengan kualitas sehingga mampu bersaing dengan industri yang sejenis.
3. Fasilitas terbukti memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sehingga pihak Tampa Makang Raja *Adventure* sebaiknya memperhatikan fasilitas dan perlengkapan yang ada dan semakin meningkatkan setiap fasilitas penunjang lainnya.
4. Studi ini menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan Manajemen Pemasaran, Khususnya untuk Diferensiasi Produk, Harga dan fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ering, G. A., Massie, J. D. D., & Raintung, M. C. (2019). Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Pinus Merah Abadi Nabati Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 7, No. 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24021/23706>. Diakses pada 23 November 2023
- Garib, W. B., Lopian, S. J., & Mananeke, L. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 7, No. 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22919>. Diakses pada 23 November 2023
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hadju, H.Z. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen Pada Jasa Transportasi PT Pelni Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 9, No. 8. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3469>. Diakses pada 23 November 2023
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lempoy, N. C., Mandey, S. L., & Loindong, S. S. R. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/7867>. Diakses pada 23 November 2023
- Novansa, H., & Ali, H. (2017). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image , Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol-2, Iss-8(Aug, 2017):621-632. <http://scholarsmepub.com/wp-content/uploads/2017/09/SJHSS-28621-632.pdf>. Diakses pada 23 November 2023
- Rondonuwu, C., & Raintung, M. C. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada KFC Di Atrium Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/14442>. Diakses pada 23 November 2023
- Simamora, B. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Simamora, F.N., & Situmeang, E.Y. (2018) Analisa Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan konsumen Konsumen pada Showroom Garuda Sibolga. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*, Vol. 1, No. 1. <https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/juripol/article/download/93/56>. Diakses pada 23 November 2023
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumba, V. V., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2020). Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pizza Hut Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/28011>. Diakses pada 23 November 2023
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Winarno, S., Mananeke, L., & Ogi, I. W. J. (2018). Analisis Pelayanan Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 6, No. 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20181/20334>. Diakses pada 23 November 2023