

## PENGARUH VARIASI PRODUK, FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BALIKU JAMUR

Putu Elvina Clarissa<sup>1</sup>  
Ni Made Hartini<sup>2</sup>

Universitas Triatma Mulya<sup>1,2</sup>  
email: clarissaelvina12@gmail.com

### *Abstract*

*Customer satisfaction is a very important factor that has an impact on a business, especially in the restaurant sector. This study aims to determine the effect of product variations, facilities and promotions on customer satisfaction at Baliku Jamur. This study applies a quantitative research method. The sampling technique used in this study is the purposive sampling research method. The sample in this study were Baliku Jamur customers who were 15 years old and over and had visited at least twice. The respondents of this study were 80 Baliku Jamur customers. The research analysis used multiple regression analysis using SPSS 25 For Windows. Data were collected using a questionnaire. The results of the analysis through multiple linear regression showed a regression model  $Y = 4.021 + 0.231X_1 + 0.171X_2 + 0.097X_3$ . The results of the study indicate that product variation has a positive and significant effect on customer satisfaction at Baliku Jamur, as indicated by the positive regression coefficient  $b_1X_1$ . Facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction at Baliku Jamur, as indicated by the positive regression coefficient  $b_2X_2$ . Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction at Baliku Jamur, as indicated by the positive regression coefficient  $b_3X_3$ . The suggestions from this study are to develop variations of processed mushroom products to strengthen the branding of Baliku Jamur, develop parking areas to improve visitor comfort, and optimize digital promotions through creative and interactive content on Instagram, TikTok, and Facebook to reach more customers.*

**Keywords:** *Product variation, facilities, promotion, customer satisfaction.*

### **PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan keunggulan agar mampu memenangkan persaingan. Perusahaan diharapkan bisa beradaptasi guna memenuhi ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi serta mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang optimal. Adaptasi yang cepat terhadap kebutuhan pelanggan menjadi kunci untuk meraih kesuksesan jangka panjang dalam persaingan bisnis yang semakin ketat ini. Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, diantaranya adalah variasi produk, fasilitas dan promosi.

Usaha kuliner sangat erat kaitannya dengan dunia pariwisata. Indonesia, khususnya Bali, karena Bali terkenal dengan daerah pariwisata dan terdapat beragam jenis hotel dan restoran yang berkembang pesat di Bali. Baliku Jamur

adalah sebuah restoran yang sudah berkembang selama 14 tahun sejak tahun 2011, yang terletak di Jl. Hayam Wuruk No.194, Denpasar Timur. Berawal dari usaha budidaya jamur rumahan, berjualan menggunakan gerobak dan sampai saat ini berkembang menjadi sebuah restoran yang sudah memiliki dua cabang.

Baliku Jamur tidak hanya berfokus pada penyediaan makanan dan minuman yang berkualitas, tetapi juga memperhatikan berbagai aspek pendukung yang berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa aspek penting yang menjadi perhatian adalah variasi produk yang terus dikembangkan, fasilitas yang nyaman bagi pengunjung, serta strategi promosi yang menarik untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

**TABEL 1**  
**DATA PENGUNJUNG BALIKU JAMUR**  
**TAHUN 2022 – 2023**

<b>Bulan</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>Pertumbuhan (%)</b>
Januari	2,560	2,616	2%
Februari	2,450	2,458	0%
Maret	2,457	2,721	11%
April	2,759	3,191	16%
Mei	2,549	3,034	19%
Juni	2,419	2,995	24%
Juli	2,281	2,828	25%
Agustus	2,205	2,525	15%
September	2,234	2,606	17%
Oktober	2,276	2,655	17%
November	2,547	2,872	13%
Desember	2,887	3,461	20%
Pertumbuhan Data Pengunjung Periode 2022-2023			15%

Sumber: Data Pengunjung di Baliku Jamur, 2024

Berdasarkan tabel 1 data pengunjung di Baliku Jamur pada tahun 2022-2023 dari bulan Januari sampai Desember mengalami fluktuasi. Pertumbuhan data pengunjung yang terbesar terjadi pada bulan Juli yaitu sebesar 25% sedangkan pertumbuhan terkecil terjadi pada bulan Februari yaitu sebesar 0% dengan tingkat rata-rata pertumbuhan dari tahun 2022 sampai 2023 sebesar 15%.

Dari data pengunjung di Baliku Jamur, dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan mengalami dinamika yang bervariasi dari waktu ke waktu. Untuk memahami lebih dalam faktor yang memengaruhi kondisi tersebut, bagian selanjutnya akan menyajikan ulasan pelanggan, baik yang bersifat positif maupun negatif. Tanggapan-tanggapan ini menjadi indikator penting dalam mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan di Baliku Jamur.

Melalui uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam studi ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh variasi produk terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur?
2. Bagaimanakah pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur?

3. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur?

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan tambahan wawasan yang berharga bagi pembaca dan merupakan tambahan kepustakaan serta referensi bagi mahasiswa yang akan meneliti lebih lanjut pengaruh variasi produk, fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya untuk membandingkan dan mengembangkan aspek lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri kuliner. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi serta sebagai sumbangan pemikiran tentang pengaruh variasi produk, fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pelanggan kepada manajemen Baliku Jamur dalam mengambil keputusan yang strategis untuk meningkatkan daya tarik dan menjaga eksistensi usaha kuliner tersebut.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Variasi Produk**

Variasi produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi. Alternatif pilihan yang lebih bervariasi bagi pelanggan dapat mendorong kepuasan pelanggan (Finthariasari *et al.*, 2020). Variasi produk merupakan kumpulan dari beberapa produk atau barang yang nantinya ditawarkan oleh penjual kepada calon pelanggan. Variasi produk merupakan sesuatu yang membedakan suatu produk antara produsen atau perusahaan dikategori suatu produk yang sama (Kotler and Keller, 2021). Terdapat empat indikator variasi produk (Kotler and Keller, 2021) yaitu: Ukuran, Harga, Tampilan, Ketersediaan Produk.

### **Fasilitas**

Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen (Sugianto & Ginting, 2020). Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal (Arief, 2022). Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler and Keller, 2021). Terdapat empat indikator fasilitas (Kotler and Keller, 2021) yaitu: Kondisi Fasilitas, Kelengkapan, Desain Interior, Desain Eksterior.

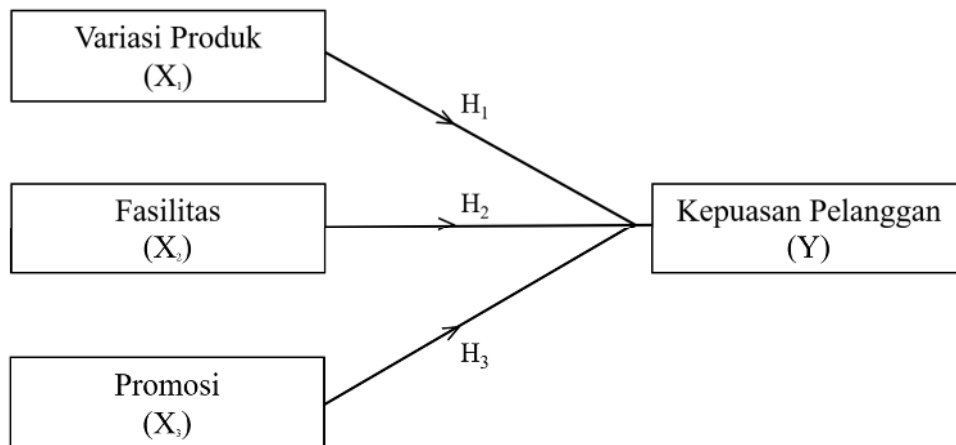
### **Promosi**

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Carney, 2022). Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga (Kotler and Keller, 2021). Terdapat lima indikator promosi (Senggetang, 2019) yaitu: Frekuensi Promosi, Kualitas Promosi, Kuantitas Promosi, Waktu Promosi, Ketepatan atau Kesesuaian Sasaran Promosi.

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan reaksi emosional pelanggan pasca-pembelian yang dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan (Gultom *et al.*, 2020). Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dibanding dengan harapan (Kotler and Keller, 2021). Terdapat tiga indikator kepuasan pelanggan (Senggetang, 2019) yaitu: Kesesuaian Harapan, Minat Berkunjung Kembali, Kesiediaan Merekomendasikan.

### Kerangka Konseptual



**GAMBAR 1**  
**KERANGKA KONSEPTUAL**  
**PENGARUH VARIASI PRODUK, FASILITAS DAN PROMOSI**  
**TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**  
**DI BALIKU JAMUR**

Sumber : Data diolah, 2024

### Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H<sub>1</sub>: Variasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur.

H<sub>2</sub>: Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur.

H<sub>3</sub>: Promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang memungkinkan pengumpulan data berbentuk angka untuk dianalisis secara statistik guna menjawab pertanyaan penelitian. Metode utama yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner yang akan disebarakan kepada responden dalam populasi sasaran. Survei ini dirancang dengan sejumlah pertanyaan khusus yang bertujuan mengumpulkan data yang relevan terkait variabel bebas seperti variasi produk, fasilitas dan promosi serta variabel terikat seperti kepuasan pelanggan yang diteliti.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Kuantitatif  
Jenis data ini yakni data kunjungan pada Baliku Jamur.
2. Data Kualitatif  
Jenis data ini yakni sejarah Baliku Jamur.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber data primer dalam penelitian ini berupa wawancara dengan owner, serta melalui pengumpulan informasi dari kuesioner yang diisi oleh Baliku Jamur
2. Sumber data sekunder pada penelitian ini berupa data kunjungan dan sejarah Baliku Jamur.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Kuesioner  
Kuesioner ini diberikan kepada pelanggan yang telah berusia minimal 15 tahun dan berkunjung sebanyak minimal 2 kali di Baliku Jamur.
2. Dokumentasi  
Dalam hal ini data yang akan diambil bersumber dari catatan serta laporan data kunjungan yang ada di Baliku Jamur. Dengan menggali data dari dokumen ini, penelitian dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang tingkatan kunjungan pada Baliku Jamur.
3. Wawancara  
Dalam hal ini pengumpulan data akan dilakukan melalui wawancara langsung dengan pelanggan dan pemilik Baliku Jamur.

### **Teknik Penentuan Sampel**

Metode pengambilan sampel yang akan diterapkan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu menentukan sampel dengan tujuan dan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020). Kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini mencakup semua pelanggan Baliku Jamur dengan persyaratan minimal melakukan transaksi sebanyak dua kali atau lebih di Baliku Jamur.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis deskriptif kuantitatif yang berfokus pada karakteristik responden (tingkat usia, jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi kunjungan dan sumber informasi) serta jawaban responden terhadap masing-masing pernyataan pada kuesioner yang disebarakan.
2. Uji instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas).
3. Uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas).

4. Analisis regresi linear berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Dari hasil penelitian ini diperoleh data karakteristik responden berdasarkan tingkat usia, jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi kunjungan dan sumber informasi melalui kuesioner yang disebarakan kepada 80 pelanggan Baliku Jamur. Hasil pengolahan data tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia mayoritas responden dengan tingkat usia 21-30 tahun sebanyak 34 orang atau 42.5% dan paling sedikit dengan tingkat usia >50 tahun sebanyak 3 orang atau 3.8%.
2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 46 orang atau 57.5% sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 34 orang atau 42.5%.
3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 46 orang atau 57.5% dan paling sedikit responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri sebanyak 5 orang atau 6.3%.
4. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi kunjungan mayoritas responden berdasarkan frekuensi kunjungan 2-5 kali sebanyak 31 orang atau 38.8% dan frekuensi kunjungan >10 kali sebanyak 9 orang atau 11.3%.
5. Karakteristik responden berdasarkan sumber informasi mayoritas sumber informasi awal responden mengetahui Baliku Jamur melalui media sosial sebanyak 39 orang atau 48.8% dan paling sedikit melalui *event* sebanyak 11 orang atau 13.8%.

### Hasil Analisis Deskriptif

Melalui hasil pengujian data jawaban responden terhadap pernyataan 4 variabel mengenai variasi produk, fasilitas, promosi dan kepuasan pelanggan yang telah disebarakan kepada 80 responden, maka telah disajikan tabulasi hasil penyajian jawaban responden terhadap masing-masing kategori sebagai berikut:

1. Variasi Produk

Pada variabel variasi produk yang memiliki nilai dibawah rata-rata adalah pernyataan “Baliku Jamur menyediakan ukuran porsi yang sesuai”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,77 yang masuk kriteria baik.

2. Fasilitas

Pada variabel fasilitas yang memiliki nilai dibawah rata-rata adalah pernyataan “Baliku Jamur menyediakan fasilitas yang lengkap”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,86 yang masuk kriteria baik.

3. Promosi

- Pada variabel promosi yang memiliki nilai dibawah rata-rata adalah pernyataan “Promosi Baliku Jamur menawarkan nilai tambah bagi pelanggan”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,88 yang masuk kriteria baik.
- Pada variabel promosi yang memiliki nilai dibawah rata-rata adalah pernyataan “Promosi dilakukan dengan durasi yang cukup”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,93 yang masuk kriteria baik.
- Pada variabel promosi yang memiliki nilai dibawah rata-rata adalah pernyataan “Baliku Jamur sangat intens melakukan promosi”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,95 yang masuk kriteria baik.

4. Kepuasan Pelanggan

- Pada variabel kepuasan pelanggan yang memiliki nilai dibawah rata-rata adalah pernyataan “Pelanggan berniat untuk kembali berkunjung ke Baliku Jamur”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,05 yang masuk kriteria baik.
- Pada variabel kepuasan pelanggan pernyataan yang nilai dibawah rata-rata adalah pernyataan “Pelanggan bersedia merekomendasikan Baliku Jamur kepada teman atau keluarga”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,06 yang masuk kriteria baik.

### **Hasil Uji Instrumen Penelitian**

Hasil uji instrumen penelitian berupa uji validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki nilai koefisien korelasi dengan skor total seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,30. Hal ini menghasilkan jika butir-butir pernyataan dalam instrumen penelitian tersebut valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Jadi dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel telah memenuhi syarat reliabilitas atau keandalan sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik

**TABEL 2**  
**UJI NORMALITAS DATA**  
**ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.86642630
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.089
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed) Residual* sebesar 0,091 dan nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dinyatakan bahwa variabel penelitian terdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas menggunakan grafik normal plot.

**TABEL 3**  
**UJI MULTIKOLINEARITAS**

	Unstandardized		Standardized		Collinearity		
	Coefficients		Coefficients		Statistics		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Toler ance	VIF
(Constant)	4.021	1.915		2.100	.039		
Variasi Produk	.231	.093	.251	2.501	.015	.920	1.087
Fasilitas	.171	.081	.213	2.106	.038	.904	1.107
Promosi	.097	.027	.346	3.545	.001	.972	1.029

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa hasil analisis nilai *tolerance* sudah lebih besar dari 0,10 dengan nilai VIF sudah lebih kecil dari 10. Sehingga dapat dijelaskan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

**TABEL 4**  
**UJI HETEROSKEDASTISITAS**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	-.412	.995		-.414	.680
Variasi Produk	-.012	.048	-.029	-.253	.801
Fasilitas	.053	.042	.147	1.249	.215
Promosi	.020	.014	.162	1.432	.156

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan tabel 4 tersebut, ditunjukkan bahwa masing-masing model memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berarti didalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

**TABEL 5**  
**UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	4.021	1.915		2.100	.039
Variasi Produk	.231	.093	.251	2.501	.015
Fasilitas	.171	.081	.213	2.106	.038
Promosi	.097	.027	.346	3.545	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Sumber : Lampiran 8

Pada tabel 5 diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 4,021 + 0,231X_1 + 0,171X_2 + 0,097X_3$$

Dari persamaan regresi diatas maka dapat dijelaskan :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 4.021 artinya apabila variasi produk ( $X_1$ ), fasilitas ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) bernilai 0 maka kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai positif sebesar 4.021 satuan.
2. Nilai  $b_1$  sebesar 0.231 memiliki arti jika variasi produk ( $X_1$ ) naik satu satuan, maka nilai kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.231 satuan.

3. Nilai  $b_2$  sebesar 0.171 memiliki arti jika fasilitas ( $X_2$ ) naik satu satuan, maka nilai kepuasan pelanggan ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0.171 satuan.
4. Nilai  $b_3$  sebesar 0.097 memiliki arti jika promosi ( $X_3$ ) naik satu satuan, maka nilai kepuasan pelanggan ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0.097 satuan.

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui hasil dari masing-masing variabel bebas dan terikat, dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis variabel variasi produk ( $X_1$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.501 yang dimana lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,665 serta diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,015 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima.
2. Hasil pengujian hipotesis variabel fasilitas ( $X_2$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.106 yang dimana lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,665 serta diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,038 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_2$  dapat diterima.
3. Hasil pengujian hipotesis variabel promosi ( $X_3$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.545 yang dimana lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,665 serta diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_3$  dapat diterima.

## **Pembahasan**

### **1. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Baliku Jamur**

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  (2.501) > (1.665) dengan tingkat signifikan 0.015 < 0.05 dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggarini (2022) dan Finthariasari (2020) yang menyatakan bahwa variabel variasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Baliku Jamur**

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  (2.106) > (1.665) dengan tingkat signifikan 0.038 < 0.05 dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dimas & Soliha (2022) yang menyatakan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Baliku Jamur**

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  (3.545) > (1.665) dengan tingkat signifikan 0.001 < 0.05 dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sustiyatik (2020) yang menyatakan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin menarik variasi produk maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Baliku Jamur.
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin sesuai fasilitas yang ada maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Baliku Jamur.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tepat promosi yang dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan di Baliku Jamur.

### Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka dalam penelitian ini dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Baliku Jamur
  - a. Pada variabel variasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur. Oleh karena itu, pihak manajemen diharapkan terus menyesuaikan ukuran porsi dan terus mengembangkan produk olahan jamur seperti sup jamur, sate jamur, dimsum jamur, pizza jamur dan berbagai olahan menu jamur lainnya. Hal ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperkuat *branding* dari Baliku Jamur.
  - b. Pada variabel fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur. Oleh karena itu, pihak manajemen diharapkan melakukan pengembangan fasilitas, khususnya dalam hal penyediaan area parkir. Saat ini, keterbatasan lahan parkir mobil menjadi salah satu keluhan yang dapat mengurangi kenyamanan pengunjung. Oleh karena itu, perlu dipertimbangkan penambahan atau perluasan area parkir agar pelanggan merasa lebih nyaman dan tidak mengalami kesulitan saat berkunjung ke Baliku Jamur sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
  - c. Pada variabel promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Baliku Jamur. Oleh karena itu, pihak manajemen diharapkan dapat terus memaksimalkan kualitas promosi dengan cara aktif membuat konten seperti video proses pembuatan menu favorit, testimoni pelanggan, promo mingguan, serta konten interaktif seperti polling, kuis, atau giveaway di seluruh media sosial yang tersedia. Selama ini, promosi lebih banyak difokuskan pada Instagram, namun platform lain seperti TikTok dan Facebook juga memiliki potensi besar untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan membangun hubungan yang lebih kuat sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih menggali faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta dapat mulai membandingkan Baliku Jamur dengan restoran sejenis di wilayah Bali maupun luar Bali.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arief, M. Y. 2022. Pengaruh Fasilitas dan Cita Rasa Dalam Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Lesehan Ikan Bakar Bu Tatik Di Kapongan Kabupaten Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(4), 713-728.
- Carney, J. P. 2022. *Bauran Pemasaran*. Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149–159.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. 2020. Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.
- Kotler and Keller. 2021. *Marketing Management*. Pearson Education, New Jersey USA.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. 2019. Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.
- Sugianto, R., & Ginting, S. O. 2020. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Medan Resort City. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. 1–12.
- Sugiyono. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.