ABSTRAK

Kemajuan era globalisasi saat ini berdampak pada dunia bisnis, sehingga memiliki banyak pesaing dan para pelaku usaha harus mampu menunjukkan apa yang menjadi ciri khusus dan keunikan, serta ketertarikan yang bersumber dari produk yang akan mereka jual kepada para konsumen. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh keberagaman produk, harga dan promosi penualan terhadap kepuasan konsumen sultan thai tea lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan populasi berjumlah 100 orang dengan menggunakan Teknik *NonProbability Sampling* dengan jenis metode *accidental sampling*, maka sampel dalam pemelitian ini adalah 60 responden. . Pengujian hipotesis dengan Teknik analisis regresi linier berganda dengan pengujian secara parsial atau uji t dengan hasil berikut : 1). Keberagaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada sultan thai tea lumajang, 2). Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sultan thai tea lumajang. 3). Promosi penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sultan thai tea lumajang. Nilai koefisien determinasi (R2) yang dihasilkan adalah 39,8% sedangkan 60,2% sebagai sisanya disebabkan variabel lainnya yang tidak diujikan pada penelitian ini misalnya seperti variabel kepercaan, yang kadang-kadang diperhitungkan oleh pelanggan saat memilih produk kuliner dan variabel dari mulut ke mulut, yang mengacu pada rekomendasi dari rekan/teman untuk berbagi informasi tentang produk kuliner yang dikonsumsi.

Kata kunci: Keberagaman Produk, Harga dan Promosi Penjualan

ABSTRACT

The progress of the current era of globalization has an impact on the business world, so that it has many competitors and business actors must be able to show what are the special characteristics and uniqueness, as well as the interest that comes from the products they will sell to consumers. This study aims to determine the effect of product diversity, price and sales promotion on consumer satisfaction of Sultan Thai Tea Lumajang. The method used in this study is quantitative. Data collection techniques were obtained through the distribution of questionnaires with a population of 100 people using the NonProbability Sampling Technique with the type of accidental sampling method, so the sample in this study was 60 respondents. Hypothesis testing with Multiple Linear Regression Analysis Technique with partial testing or t-test with the following results: 1). Product diversity has a significant effect on consumer satisfaction variables at Sultan Thai Tea Lumajang, 2). Price does not have a significant effect on consumer satisfaction at Sultan Thai Tea Lumajang. 3). Sales promotion does not have a significant effect on consumer satisfaction at Sultan Thai Tea Lumajang. The coefficient of determination (R2) value produced is 39.8% while the remaining 60.2% is due to other variables that were not tested in this study, such as the trust variable, which is sometimes taken into account by customers when choosing culinary products and the word of mouth variable, which refers to recommendations from colleagues/friends to share information about the culinary products consumed.

Keywords: Product Diversity, Price and Sales Promotion