

Kualitas Pura dan Kepuasan Konsumen Pada UD. Sari Murni Desa Sindang Sari Kecamatan Toili Barat Kabupaten Banggai

Quality Temple and Consumer Satisfaction at UD. Sari Murni Sindang Sari Village West Toili District Banggai Regency

Arpan Kurubit^{1*} Iim Imaniar²

¹Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tompotika Luwuk Banggai

²Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tompotika Luwuk Banggai

*¹Email: arpankurubit@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di UD. Sari Murni Desa Sindang Sari Kecamatan Toili Barat Kabupaten Banggai. Metode analisis yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan 53 sampel yang diambil dengan menggunakan teknik *Simple Random Samplin*. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian disimpulkan, bahwa kualitas produk pura berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di UD. Sari Murni Desa Sindang Sari Kecamatan Toili Barat Kabupaten Banggai. Sedangkan hubungan keeratan antara variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen masuk dalam kategori kuat, serta sumbangan variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 44,5%, sedangkan sisanya sebanyak 55,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

Abstract

The purpose of this study was to determine whether product quality has a significant effect on customer satisfaction at UD. Sari Murni, Sindang Sari Village, West Toili District, Banggai Regency. The analytical method used in analyzing this research is simple linear regression analysis using 53 samples taken using the Simple Random Samplin technique. Based on the results of research and testing, it is concluded that the quality of temple products has an effect on consumer satisfaction at UD. Sari Murni, Sindang Sari Village, Toili Barat District. While the close relationship between product quality variables and consumer satisfaction variables is in the strong category, and the contribution of product quality variables to consumer satisfaction variables is 44.5%, while the remaining 55.5% is influenced by other variables not included in the study.

Keywords: Product Quality, Consumer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan akan menghadapi persaingan yang ketat dalam era globalisasi saat ini (Yuliaty, Tetty, 2020, 293–308), dengan meningkatnya persaingan maka perusahaan akan dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen (Faizah & Suib, 2019, 127–135), serta berusaha untuk memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan kualitas yang lebih memuaskan dibandingkan dengan yang diberikan oleh pesaing (Chaniago, 2020, 59–69).

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen (Prihandoyo, 2019, 116–129), kualitas memberikan suatu daya dorong kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, dalam jangka panjang ikatan hubungan ini akan memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan baik apa yang menjadi harapan konsumen serta kebutuhan mereka (Putra & Lusy, 2020, 564–573), dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk yang memenuhi harapan serta keinginan dari konsumen (Maramis, 2018, 1658–1667).

Persaingan kualitas produk untuk memuaskan konsumen terjadi pula pada usaha pembuatan pura (Adhikang, 2019, 77–86), bagi masyarakat beragama Hindu, pura adalah merupakan tempat

persembahyangan sehari-hari, tempat upacara besar dan sembahyang hari besar. Di Kabupaten Banggai sendiri pelopor untuk usaha pembuatan pura dimulai oleh UD.Sari Murni, yang terletak di Desa Sindang Sari Kecamatan Toili Barat. Sampai saat ini, di Toili Barat sendiri sudah terdapat lima produsen Pura/Sanggah. Selain UD. Sari Murni, ada Eka Yasa yang terletak di Desa Kami Wangi, Dwi Karya yang ada di Desa Kami Wangi, Panca Rupa yang ada di Desa Pasir Lamba Tunggal Sari yang terletak di Desa Makapa.

Sebagian besar dari penduduk Kecamatan Toili Barat yang tersebar di 12 Desa menganut agama hindu, maka dengan demikian praktis membutuhkan pura/sanggah sebagai media untuk melakukan kegiatan persembahyangan, untuk memenuhi kebutuhan tersebut sudah pasti produsen harus mampu menciptakan dan menyesuaikan dengan harapan dan keinginan konsumen (Wati, Ni Made Dwi W, 2020, 108–119).

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu produk (Kumalasari, 2019, 23–34). Kualitas produk memiliki tujuh dimensi yaitu, kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), fitur (*feature*), daya tahan (*durability*), kemampuan diperbaiki (*serviceability*), keindahan (*aesthetic*) dan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) (Susanti & Sari, 2021, 123–137). Bahan produk yang berkualitas pun membuat produk UD. Sari Murni dapat bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama, sehingga konsumen tidak perlu mengganti pura dengan yang baru. Ukiran pada produk memiliki ciri khas tersendiri yang membuatnya berbeda dengan produk dari produsen lain (Nurfadhila, Luky, Rahayuningsi, 2021, 224–232). Ukiran pada kayu, diukir dengan sangat detail dan menurut ajaran Hindu. Karena ketelitian dalam mengukir, keunikan detail dan beragamnya produk yang ada membuat produk dari UD. Sari Murni memiliki tampilan produk yang khas dan indah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, kualitatif, dan kuantitatif. Penelitian dilakukan pada UD. Sari Murni yang merupakan salah satu usaha pembuatan Pura yang terletak di Desa Sindang Sari Kecamatan Toli Barat Kabupaten Banggai, dengan menggunakan teknik pengukuran skala likert serta menggunakan 53 orang sebagai sampel penelitian. Teknik pengumpul data menggunakan kuisioner dan wawancara, serta menggunakan teknis analisis data regresi linier sederhana. Persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y : Kepuasan konsumen

a : Konstanta

b : Kualitas produk

X : Kofesien regresi

Selain itu dalam penelitian ini juga digunakan beberapa formula pengujian secara statistic yaitu uji korelasi, determinasi, pengujian secara parsial (uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan didapatkan persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut $Y = 2,430 + 0,449X$ Nilai konstanta sebesar 2,430, penjelasan ini dapat diartikan bahwa jika tanpa dipengaruhi oleh variabel lain maka kepuasan konsumen sebesar 2,430. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,449 artinya apabila variabel kualitas produk naik satu satuan maka variabel kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,449. nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,667, nilai ini menunjukkan hubungan keeratan antara variabel kualitas produk pura terhadap variabel kepuasan konsumen masuk dalam kategori kuat. Selanjutnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,445 angka ini mengandung arti bahwa sumbangan variabel kualitas produk pura terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 44,5%, sedangkan sisanya sebanyak 55,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sedangkan nilai t hitung sebesar 6,339 > nilai t tabel 1,67 dengan tingkat nilai probabilitas sebesar 0.000 < 0,05, ini

mengandung makna bahwa variabel kualitas produk pura berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di UD. Sari Murni Desa Sindang Sari Kecamatan Toili Barat Kabupaten Banggai.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel Terikat (Y)	Variabel Bebas (X)	Koefisien Regresi	Probabilitas
Kepuasan Konsumen	Kualitas Produk	0,449	0,000
Konstanta = 2,430			T tabel = 1,67
R = 0,667			N = 53 K = 2
R ² = 0,445			DK =(N-K)
T Hitung = 6,399			DK=(53-2) = 51

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas produk Pura mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen UD. Sari Murni Desa Sindang Kecamatan Toili Barat Kabupaten Banggai. Konsumen merasa puas dengan produk pura dikarenakan oleh produk yang memiliki daya tahan, kesesuaian pesanan produk dan harga, kayu yang digunakan memiliki kualitas baik, campuran adonan semen yang memiliki daya tahan, model pura beragam sesuai keinginan pengguna, dan memiliki ukiran yang sangat detail sehingga konsumen merasakan sesuatu berbeda dengan produk lainnya. Pihak UD, Sari Murni mempunyai komitmen yang besar untuk selalu memberi kepuasan pada konsumen. Walaupun disadari bahwa ada sedikit kekecewaan yang dialami akan tetapi tidak kesalahan yang tidak mengandung makna yang berarti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikang, L. (2019). Sarathi Banten Di Bali Antara Profesi Dan Yadnya Dalam Perspektif Persaingan Pasar Bebas. *Jurnal Pangkaja Program Pascasarjana Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar*, 22(2), 77–86.
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration, Business and Organization*, 1(2), 59–69. <https://ijabo.a3i.or.id>
- F.S Maramis, at. all. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Faizah, N. H., & Suib, M. S. (2019). UMKM Dalam Persaingan Di Era Globalisasi Ekonomi (Studi di UKM Hunay Probolinggo). *Upjiwa Dewantara*, 3(2), 127–135.
- Kumalasari, N. (2019). *Analisis Persepsi Pelanggan Tentang Kualitas Pelayanan Rumah Makan Soto Banjar Panakkukang Cab. Kantor Pos Makassar*. 1(1), 23–34.
- Nurfadhila, Luky, Rahayuningsi, E. S. (2021). Buletin Ekonomika Pembangunan. *Buletin Ekonomika Pembangunan Vol 1*, 2(1), 224–232.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/GEOEKONOMI.V10I1.59>
- Putra, A., & Lusy. (2020). Anteseden loyalitas pengunjung. *Ica Ekonomi*, 1(2), 564–573.
- Susanti, T., & Sari, A. F. R. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sabun Lifebuoy Di Kota Pontianak. *JEMBA : Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 1(2), 123–137. <https://doi.org/10.52300/jemba.v1i2.2991>
- Wati, Ni Made Dwi W, A. al. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Prodia Widyahusada*. 1(2), 108–119.
- Yuliaty, Tetty, A. al. (2020). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global. *Mbia*, 19(3), 293–308. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1167>