

**Pengaruh Kualitas Produk Kripik Wahyu Terhadap Kepuasan Konsumen  
(Studi Kasus Toko Golden Hill Luwuk)**

*The Effect of Wahyu Kripik Product Quality on Consumer Satisfaction  
(Case Study of Golden Hill Luwuk Store)*

**Sarlin Lahuma<sup>1</sup>, Arpan Kurubit<sup>2\*</sup>, Andrie Firmansyah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tompotika Luwuk  
Banggai

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tompotika Luwuk Banggai

\*<sup>2</sup>Email : [arpankurubit@gmail.com](mailto:arpankurubit@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk Kripik Wahyu berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pembelian pada Golden Hill Luwuk). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan 100 sampel yang diambil dengan menggunakan teknik Aksidental Sampling. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian disimpulkan, bahwa variabel kualitas produk Wahyu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pembelian pada Golden Hill Luwuk). Sedangkan hubungan keeratan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pembelian pada Golden Hill Luwuk) masuk dalam kategori rendah, serta besarnya sumbangan variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 10,5%, sementara sisanya sebesar 89,5% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

**Abstract**

*This study aims to determine whether the Quality of Wahyu Kripik Products affects Consumer Satisfaction (a case study of purchasing at Golden Hill Luwuk). The analytical method used in this study is simple linear regression analysis using 100 samples taken using the accidental sampling technique. Based on the results of research and testing, it is concluded that the variable quality of Wahyu's products affects consumer satisfaction (a case study of purchasing at Golden Hill Luwuk). Meanwhile, the close relationship between product quality and consumer satisfaction (a case study of purchasing at Golden Hill Luwuk) is in a low category, and the contribution of product quality variables to consumer satisfaction variables is 10.5%, while the remaining 89.5% is caused by factors other than not investigated.*

**Keywords**: Product Quality, Consumer Satisfaction

**PENDAHULUAN**

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan dan mengembangkan hasil produk yang dihasilkan daripada yang dilakukan oleh pesaing (Fauzan & Nuryana, 2014). Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan, dalam jangka panjang

ikatan seperti ini dapat memungkinkan suatu perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan untuk terciptanya kepuasan pelanggan (Gultom et al., 2014). Semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi dalam melakukan strategi pemasaran (Musanto, 2004). Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Namun, usaha untuk memuaskan konsumen sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi (Sugianto, 2013).

Pemasaran pada dasarnya mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan pasar dan berusaha mencapai suatu pertukaran yang potensial. Konsep pemasaran menganggap bahwa kunci untuk mencapai tujuan perusahaan adalah melalui dari penentuan kebutuhan dan keinginan dari pasar sasaran. Tujuan pertukaran adalah membantu dan merangsang dengan tujuan memuaskan kebutuhan serta keinginan manusia (Harini & Handayani, 2019). Manajemen Pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran, meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, mengantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Hermawan, 2019). Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan (Solihah & Fatmawati, 2017). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang di terima dan harapannya (Mayasari, 2015).

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah adalah : Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada toko golden hill luwuk), Bagaimana tingkat signifikansi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada toko golden hill luwuk). Tujuan penelitian adalah : Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada toko golden hill luwuk), Untuk mengetahui tingkat signifikansi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada toko golden hill luwuk).

## METODE

Adapun yang menjadi jenis dan sumber data adalah Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti, baik melalui pengamatan maupun kuesioner (Sari & Dwiya, 2018). Jenis data penelitian yang di gunakan adalah data kualitatif yang di kuantitatifkan dengan menggunakan kuisisioner dan wawancara dengan bantuan skala likert, yaitu jenis skala yang di gunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena social spesifik), seperti sikap, pendapatan dan persepsi sosial seseorang atau kelompok orang (Hasan ,2002 : 72). Untuk melihat Analisis Kualitas Produk Kripik Wahyu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pembelian pada Golden Hill Luwuk), menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mencari bentuk secara parsial (sendiri-sendiri) antara variable bebas (X) dan variable terikat (Y). Menurut Sugiyono (2013:210) persamaan regresi linier sederhana adalah :  $Y = a + bX$

Dimana :

Y =Kepuasan konsumen

X = Kualitas produk

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Tabel 1. Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,00	Sangat Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,20 - 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2007:57) pedoman interpretasi koefisien korelasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y (Harumi, 2016). Dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:  $KP = r^2 \times 100\%$  Dimana : KP = Nilai koefisien Determinasi, r = Nilai koefisien korelasi Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, selain itu koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Uji F, yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Uji t, yaitu uji untuk mempengaruhi pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pengelolaan data dengan menggunakan alat analisis metode regresi linear sederhana yang perhitungannya dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, diperoleh data sebagai berikut :  $Y = 2.475 + 0,427X_1$ . Persamaan regresi yang dihasilkan menunjukkan besarnya variabel kualitas produk kripik Wahyu mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pembelian pada Golden Hill Luwuk). Koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur kuat atau tidaknya hubungan variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan oleh angka 0,323, angka ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai hubungan yang rendah terhadap variabel kepuasan konsumen.

Nilai koefisien determinasi yang didapatkan dalam penelitian ini sebesar 0,105, angka ini mengandung arti bahwa besarnya sumbangan variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 10,5%, sementara sisanya sebesar 89,5% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui perhitungan dengan menggunakan bantuan SPSS, nilai t hitung sebesar  $3.384 >$  nilai t tabel  $1,66$  dengan tingkat nilai probabilitas sebesar  $0.000 < 0,05$ , ini mengandung makna bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk kripik Wahyu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen ketika para konsumen menggunakan produk produk yang dibuat oleh home industry tersebut.

## SIMPULAN

Persamaan regresi yang dihasilkan  $Y = 2.475 + 0,427X_1$ , menunjukkan besarnya variabel kualitas produk kripik Wahyu mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pembelian pada Golden Hill Luwuk), Kualitas produk Kripik Wahyu mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, Besarnya sumbangan variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen adalah

sebesar 10,5%, sementara sisanya sebesar 89,5% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti, Variabel kualitas produk mempunyai hubungan yang rendah terhadap variabel kepuasan konsumen.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fauzan, F., & Nuryana, I. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1), 38–55. <https://doi.org/10.21067/JEM.V10I1.774>
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(01). <https://doi.org/10.30596/JIMB.V14I01.113>
- Harini, C., & Handayani, S. (2019). Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 13(2). <https://doi.org/10.24127/JM.V13I2.395>
- Harumi, S. D. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 8(2), 115–128. <https://doi.org/10.31289/ANALITIKA.V8I2.875>
- Hermawan, H. (2019). Model Potensi Pasar Untuk Pangan Islami. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 100–105. <https://doi.org/10.32528/JSMBI.V9I1.2377>
- Mayasari, N. L. (2015). Pengaruh Restaurant Atmosphere dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dream Cars resto And Cafe Surabaya | Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/13173>
- Musanto, T. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya | Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2). <https://ced.petra.ac.id/index.php/man/article/view/16140>
- Sari, D. M. F. P., & Dwiya, K. G. S. (2018). Strategi Digital Marketing, Word Of Mouth (WOM), Service Quality Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek | Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2136>
- Soliha, E., & Fatmawati, N. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.20473/JMTT.V10I1.5134>
- Sugianto, J. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Yung Ho Surabaya | sugianto | Jurnal Strategi Pemasaran. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/884>