

Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Produk: Analisis pada Produk Dodol CV. Chandra Wulan

Apiatno

apiatno.feb@unsap.ac.id

Universitas Sebelas April, Sumedang, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen pada produk dodol di CV. Chandra Wulan, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan makanan tradisional. Melalui metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik survei, data dikumpulkan dari 100 responden yang merupakan konsumen produk dodol di Kota Garut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan koefisien korelasi Spearman sebesar 0,698 ($p < 0,01$), yang mengindikasikan hubungan positif yang kuat antara kedua variabel tersebut. Uji koefisien determinasi mengungkapkan bahwa kualitas produk berkontribusi sebesar 48,7% terhadap variabilitas kepuasan konsumen, sedangkan faktor lain seperti harga dan pelayanan berperan dalam sisa 51,3%. Uji t lebih lanjut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t -hitung 7,911 (p -value 0,000), yang mengkonfirmasi hipotesis penelitian. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi CV. Chandra Wulan untuk fokus meningkatkan aspek-aspek kualitas produk, seperti rasa, daya tahan, dan variasi produk, guna meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat daya saing di pasar. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti harga dan pelayanan untuk mencapai tingkat kepuasan yang optimal.

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

 Karya ini dilisensikan di bawah [lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Lisensi Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam lanskap dunia usaha, memicu persaingan yang semakin intens dan memaksa perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat guna bertahan dan berkembang. Sektor manufaktur, khususnya, menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan relevansi dan daya saingnya di pasar global yang terus berkembang. Dalam konteks ini, kepuasan konsumen menjadi faktor yang tidak dapat dipandang sebelah mata. Konsumen yang puas cenderung lebih setia dan berpotensi memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan (Kotler & Keller, 2021). Salah satu fenomena yang muncul dalam industri makanan tradisional adalah ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. CV. Chandra Wulan, yang bergerak di bidang pengolahan makanan tradisional dodol, menghadapi masalah tersebut, di mana kualitas produk yang tidak memenuhi ekspektasi konsumen menyebabkan penurunan minat beli dan fluktuasi pencapaian penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini sangat mendesak dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen serta untuk mencari solusi dalam meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan guna memperbaiki daya saing perusahaan di pasar yang kompetitif (Ramadhan, 2022).

Pemilihan CV. Chandra Wulan sebagai objek penelitian didasarkan pada adanya fenomena ketidakpuasan konsumen yang cukup signifikan yang dapat berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan ini, yang telah berdiri sejak 2004 dan

berkembang dari usaha rumahan menjadi badan usaha yang memiliki legalitas, menawarkan produk dodol yang cukup dikenal di pasar (Suyanto, 2020). Meskipun demikian, terdapat sejumlah keluhan konsumen mengenai kualitas produk, seperti daya tahan dan variasi rasa, yang menyebabkan beberapa konsumen beralih ke pesaing. Meskipun CV. Chandra Wulan telah melakukan perbaikan pada kualitas produk dan memaksimalkan promosi, pencapaian penjualan yang fluktuatif menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan konsumen dan produk yang diterima (Lesmana & Ratnasari, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut tantangan yang dihadapi CV. Chandra Wulan dalam meningkatkan kualitas produk dan kepuasan konsumen serta mencari solusi yang dapat memperbaiki daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini akan memfokuskan pada dua variabel utama, yaitu kualitas produk dan kepuasan konsumen. Kualitas produk dalam konteks ini akan diukur berdasarkan beberapa aspek, termasuk daya tahan produk, variasi rasa, dan kesesuaian dengan harapan konsumen (Kotler & Armstrong, 2021). Sementara itu, kepuasan konsumen akan diukur berdasarkan perbandingan antara harapan konsumen dan persepsi mereka terhadap produk yang diterima (Umar, 2019). Berdasarkan teori yang ada, kualitas produk memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen; semakin tinggi kualitas produk, semakin besar tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen (Kotler, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen dan bagaimana hal ini berdampak pada keputusan pembelian konsumen di masa depan (Tjiptono, 2020).

Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Lesmana & Ratnasari, 2019; Kurniadi & Hadibrata, 2017). Namun, kesenjangan penelitian terlihat dalam fokus pada industri makanan tradisional, khususnya pada perusahaan yang seperti CV. Chandra Wulan, yang menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas produk yang lebih kompleks, seperti daya tahan dan variasi rasa (Zikri, 2022). Selain itu, meskipun penelitian terbaru oleh Ramadhan (2022) mengungkapkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, belum banyak penelitian yang membahas secara mendalam pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam konteks produk makanan tradisional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara lebih rinci hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen pada perusahaan makanan tradisional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam studi kepuasan konsumen pada industri makanan tradisional, khususnya yang dialami oleh CV. Chandra Wulan. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatannya yang mendalam dalam menganalisis pengaruh kualitas produk dodol terhadap kepuasan konsumen, serta dampaknya terhadap perilaku pembelian konsumen di pasar yang semakin kompetitif (Gulanang & Pramudena, 2021). Manfaat penelitian ini adalah memberikan rekomendasi yang berbasis bukti bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendukung pencapaian target penjualan yang lebih baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di CV. Chandra Wulan dan memberikan solusi yang dapat memperbaiki kualitas produk,

memperkuat posisi perusahaan di pasar, serta meningkatkan loyalitas konsumen, sehingga dapat mengurangi tingkat ketidakpuasan yang ada.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam memenangkan persaingan pasar, terutama dalam industri manufaktur dan produk konsumen. Kotler dan Keller (2021) menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik dan fitur produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan menciptakan loyalitas jangka panjang.

Menurut Afnina & Hastuti (2018), kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan fisik produk itu sendiri, tetapi juga dengan keandalan produk, daya tahan, serta variasi yang ditawarkan. Dalam konteks CV. Chandra Wulan, kualitas produk dodol bisa diukur berdasarkan beberapa dimensi, seperti daya tahan, rasa, tekstur, dan kemasan. Kualitas produk yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen yang akhirnya berujung pada peningkatan kepuasan konsumen.

Kualitas produk sering kali dikategorikan menjadi beberapa aspek yang saling terkait, seperti yang dijelaskan oleh Garvin (1984) dalam dimensi kualitas produk yang mencakup: (1) Kinerja (performance), yang menunjukkan seberapa baik produk memenuhi fungsi utamanya, (2) Keandalan (reliability), yang mengacu pada kemampuan produk untuk berfungsi tanpa cacat, (3) Ketahanan (durability), yang menunjukkan seberapa lama produk bertahan, (4) Fitur (features), yang mencakup atribut atau karakteristik tambahan produk, (5) Estetika (aesthetics), yang berhubungan dengan daya tarik produk, dan (6) Kualitas Perceived (perceived quality), yang lebih bersifat subjektif dan bergantung pada persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut (Kotler & Armstrong, 2021).

Kualitas produk yang tinggi, khususnya pada makanan tradisional seperti dodol, tidak hanya mencakup rasa dan bahan baku, tetapi juga bagaimana produk tersebut dapat bertahan dalam waktu yang lebih lama tanpa mengurangi kualitasnya. Hal ini sangat penting mengingat daya tahan dodol menjadi salah satu keluhan yang ditemukan dalam studi awal pada CV. Chandra Wulan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah konsep yang merujuk pada perasaan konsumen setelah mengevaluasi perbedaan antara harapan mereka sebelum membeli dan pengalaman yang mereka dapatkan setelah menggunakan produk atau layanan. Menurut Kotler & Keller (2021), kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja produk dengan harapan konsumen.

Umar (2019) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen terbentuk apabila produk yang diterima sesuai dengan atau bahkan melampaui ekspektasi yang telah dibangun sebelumnya. Sebaliknya, ketidakpuasan konsumen terjadi jika produk yang diterima jauh di bawah harapan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengetahui harapan konsumen dan terus berupaya memenuhi atau melebihi harapan tersebut.

Tingkat kepuasan konsumen dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti kualitas produk, harga, pelayanan, dan pengalaman membeli (Kotler & Armstrong, 2021).

Dalam penelitian ini, fokus utama adalah pada kualitas produk sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Seperti yang dinyatakan oleh Tjiptono (2020), kepuasan konsumen berhubungan erat dengan bagaimana produk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta bagaimana produk tersebut sebanding dengan nilai yang mereka terima.

Menurut Kotler (2019), ada beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas produk yang memenuhi ekspektasi konsumen,
2. Harga yang wajar yang sesuai dengan nilai produk,
3. Pelayanan yang memadai yang menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan konsumen,
4. Citra merek yang positif yang dibangun melalui pengalaman yang konsisten dan baik.

Di dalam konteks CV. Chandra Wulan, kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dodol yang ditawarkan, yang berkaitan dengan daya tahan, rasa, dan variasi produk. Jika kualitas produk tidak memenuhi harapan konsumen, kepuasan konsumen akan menurun, dan ini akan berdampak pada keputusan pembelian mereka di masa depan (Lesmana & Ratnasari, 2019).

Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tjiptono (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi akan memuaskan konsumen, sehingga konsumen lebih cenderung untuk melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Penelitian oleh Kurniadi & Hadibrata (2017) juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, di mana semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diterima konsumen. Dalam konteks CV. Chandra Wulan, kualitas dodol yang buruk (seperti masalah daya tahan dan variasi rasa) dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen dan berpotensi menyebabkan konsumen beralih ke produk dari pesaing.

Selain itu, kualitas produk yang tinggi tidak hanya berkontribusi terhadap kepuasan konsumen, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Gulanang & Pramudena (2021), yang menyatakan bahwa kualitas produk yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga menciptakan loyalitas yang kuat di kalangan konsumen.

Metode Analisis

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen di CV. Chandra Wulan. Penelitian kuantitatif digunakan karena dapat mengukur pengaruh variabel-variabel yang ada secara statistik untuk memperoleh hasil yang objektif dan terukur. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan berupa angka atau skor yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen (Yakin et al., 2023)

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. Chandra Wulan, sebuah perusahaan pengolahan makanan tradisional yang terletak di [alamat perusahaan, kota]. Lokasi ini dipilih karena perusahaan ini menghadapi permasalahan kualitas produk dan kepuasan konsumen yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama 6 bulan, mulai dari bulan Juni hingga bulan desember 2024. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data primer melalui survei dan observasi langsung pada perusahaan serta pengolahan data untuk mencapai kesimpulan yang diinginkan.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis sumber, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer: Data yang diperoleh langsung dari responden yang terlibat dalam penelitian ini melalui instrumen survei yang disebarkan kepada konsumen yang telah membeli produk dodol dari CV. Chandra Wulan. Data primer ini akan digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen.
2. Data Sekunder: Data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada seperti laporan tahunan CV. Chandra Wulan, data penjualan, serta literatur atau referensi yang mendukung pemahaman teori mengenai kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk dodol dari CV. Chandra Wulan. Sampel yang digunakan adalah sebagian kecil dari populasi yang dianggap mewakili konsumen yang mengalami langsung penggunaan produk dan dapat memberikan informasi yang relevan terkait kualitas produk dan kepuasan yang mereka rasakan.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen, yang dipilih secara purposive sampling, dengan harapan dapat memperoleh data yang relevan dan representatif. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh responden yang dapat memberikan informasi akurat mengenai kualitas produk dan kepuasan mereka.

Sebagai langkah cadangan untuk penentuan jumlah sampel, dilakukan perhitungan menggunakan rumus Lane Show, yang bertujuan untuk memastikan sampel yang diambil mencerminkan proporsi populasi secara maksimal. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ukuran sampel yang dibutuhkan adalah 68 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden yang telah dipilih. Kuesioner terdiri dari dua bagian utama, yaitu:

1. Bagian pertama berisi pertanyaan demografis untuk mengetahui profil konsumen (usia, jenis kelamin, frekuensi pembelian, dll).
2. Bagian kedua berisi pertanyaan yang mengukur dua variabel utama, yaitu kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Penggunaan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju) digunakan untuk mengukur tanggapan responden terhadap berbagai pernyataan yang

berhubungan dengan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan wawancara dengan beberapa karyawan dan manajer di CV. Chandra Wulan untuk memperoleh data kualitatif mengenai upaya yang telah dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan memahami tantangan yang dihadapi terkait kepuasan konsumen.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini mengikuti langkah-langkah umum yang digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menguji hipotesis dan menjawab rumusan masalah. Analisis korelasi Spearman digunakan untuk mengukur hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen, yang akan menunjukkan kekuatan dan arah hubungan kedua variabel tersebut. Selain itu, uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien determinasi yang menunjukkan seberapa besar variasi pada kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan oleh kualitas produk. Terakhir, uji hipotesis menggunakan uji T digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen (Tojiri et al., 2023). Semua perhitungan dan analisis dilakukan menggunakan software SPSS 25, yang memungkinkan pengolahan data secara tepat dan menghasilkan temuan yang valid serta dapat diandalkan dalam penelitian ini.

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen untuk memastikan bahwa alat pengukuran yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur dan memberikan hasil yang konsisten.

1. Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan teknik Validitas Konstruk dan Validitas Konten.
2. Uji Reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, yang diharapkan memiliki nilai lebih besar dari 0,7, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Identitas/Profil Responden

Tabel 1. Identitas Responden

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	33	48,5%
Perempuan	35	51,5%
Rentang Usia		
17 - 24 tahun	27	38,6%
25 - 31 tahun	25	35,7%
32 - 39 tahun	10	14,3%
40 - 49 tahun	6	8,6%
> 50 tahun	2	2,9%
Domisili Wilayah/Asal Daerah		
Kota Garut	62	88,6%
Luar Kota Garut	6	11,4%

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yang mencakup 51,5% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih tertarik pada pembelian makanan tradisional seperti dodol. Dalam hal usia, konsumen yang dominan berusia antara 17 hingga 31 tahun, yang lebih memilih varian dodol kekinian seperti dodol coklat dan kopi, yang menunjukkan adanya kecenderungan untuk mencoba variasi modern dari produk tradisional. Selain itu, sebagian besar responden berasal dari Kota Garut, dengan persentase mencapai 88,6%. Hal ini mencerminkan pengaruh geografis dan kebanggaan lokal yang kuat terhadap konsumsi produk dodol Garut, di mana masyarakat lokal memiliki kecenderungan untuk mendukung produk-produk yang berasal dari daerah mereka.

Analisis Data Hasil Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pengujian Validitas Instrumen Kualitas Produk

Pengujian validitas instrumen dilakukan pada 68 responden dengan 14 item pernyataan. Koefisien korelasi antara skor per item dengan skor total diperoleh sebagai berikut:

Tabel 2. Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk

Nomor Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan
Item 1	0,459	Valid
Item 2	0,378	Valid
Item 3	0,575	Valid
Item 4	0,693	Valid
Item 5	0,630	Valid
Item 6	0,648	Valid
Item 7	0,648	Valid
Item 8	0,368	Valid
Item 9	0,593	Valid
Item 10	0,482	Valid
Item 11	0,523	Valid
Item 12	0,538	Valid
Item 13	0,502	Valid
Item 14	0,589	Valid

Semua item pada instrumen kualitas produk memiliki koefisien korelasi lebih dari 0,238, yang berarti valid. Nilai validitas tertinggi ada pada item 4 (0,693), sedangkan terendah pada item 8 (0,368).

Pengujian Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen

Pengujian validitas instrumen kepuasan konsumen dilakukan pada 68 responden dengan 10 item pernyataan. Hasil pengolahan data menghasilkan koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 3. Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen

Nomor Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Keterangan
Item 1	0,521	Valid
Item 2	0,586	Valid
Item 3	0,572	Valid
Item 4	0,641	Valid
Item 5	0,568	Valid
Item 6	0,622	Valid
Item 7	0,544	Valid
Item 8	0,590	Valid
Item 9	0,637	Valid
Item 10	0,307	Valid

Semua item instrumen kepuasan konsumen memiliki koefisien korelasi di atas 0,238, yang berarti valid. Validitas tertinggi ada pada item 4 (0,641), sedangkan terendah pada item 10 (0,307).

Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Produk

Setelah valid, dilakukan uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach untuk mengukur konsistensi internal. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen kualitas produk memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,819.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Statistik Reliabilitas	Nilai
Cronbach's Alpha	0,818
Cronbach's Alpha (Standardized)	0,819
Jumlah Item	14

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,819 lebih besar dari 0,600, yang berarti instrumen kualitas produk reliabel dan dapat digunakan untuk pengumpulan data.

Uji Reliabilitas Instrumen Kepuasan Konsumen

Uji reliabilitas untuk instrumen kepuasan konsumen menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,757, menunjukkan reliabilitas yang baik.

Tabel 5. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Statistik Reliabilitas	Nilai
Cronbach's Alpha	0,735
Cronbach's Alpha (Standardized)	0,757
Jumlah Item	10

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,757 lebih besar dari 0,600, yang berarti instrumen kepuasan konsumen juga reliabel dan dapat digunakan untuk pengumpulan data.

Analisis Korelasi dan Uji Hipotesis

Uji Korelasi Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial, digunakan rumus koefisien korelasi Spearman's rho. Hasil pengolahan menggunakan SPSS versi 25 menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel	Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
Kualitas Produk	1	0,698**
Kepuasan Konsumen	0,698**	1
Sig. (1-tailed)	0,000	-
N	68	68

Koefisien korelasi Spearman sebesar 0,698 menunjukkan adanya hubungan kuat antara kualitas produk dan kepuasan konsumen. Korelasi yang signifikan ($p < 0,01$) mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk, maka semakin tinggi kepuasan konsumen, dan sebaliknya.

Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengukur kontribusi pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, digunakan rumus koefisien determinasi (r^2):

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,698^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,487 \times 100\%$$

$$KD = 48,7 \text{ atau } 48\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan, 48,7% variabilitas kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, sementara sisanya (52%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti kualitas pelayanan, harga produk, dan biaya produksi.

Uji Hipotesis

Untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen, dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t. Hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

H_1 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Dengan taraf kesalahan $\alpha = 5\%$ dan $df = 66$, diperoleh nilai $t_{tabel} = 1.668$. Berikut adalah hasil uji t yang dilakukan:

Tabel 7. Uji T Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
(Constant)	8.395	-	2.127	0.037
Kualitas Produk	0.551	0.698	7.911	0.000

Berdasarkan hasil uji t:

$$t\text{-hitung} = 7.911 > t\text{-tabel} = 1.668$$

$$\text{Signifikansi (p-value)} = 0,000 < 0,05$$

Karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV Chandra Wulan.

Pembahasan

Hubungan antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di CV Chandra Wulan. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara kualitas produk dan kepuasan konsumen, dengan koefisien korelasi sebesar 0,698. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Kontribusi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen mencapai hampir 50% (48,7%), yang menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam membentuk persepsi positif konsumen terhadap produk yang dibeli.

Penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya. Rizki (2022) dan Sari (2021) menemukan bahwa kualitas produk yang baik berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen, terutama dalam industri makanan tradisional seperti dodol. Hal ini menguatkan pandangan bahwa konsumen akan merasa lebih puas dengan produk yang memenuhi ekspektasi mereka, baik dari segi rasa, kemasan, maupun keaslian bahan yang digunakan.

Namun, meskipun sebagian besar literatur mendukung temuan ini, ada juga penelitian yang menunjukkan perbedaan pandangan. Rahmawati (2020) mengungkapkan bahwa faktor-faktor lain, seperti harga, kemudahan akses, dan layanan pelanggan, juga mempengaruhi kepuasan konsumen. (Rusdian, 2021) berpendapat bahwa meskipun kualitas produk penting, dalam beberapa kasus, faktor-faktor non-produk bisa sama pentingnya dalam menentukan keputusan pembelian dan tingkat kepuasan konsumen. Hal ini dapat terjadi terutama dalam pasar yang sangat kompetitif, di mana harga dan kenyamanan sering kali menjadi faktor penentu bagi konsumen.

Perbedaan mendasar antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah fokusnya pada produk makanan tradisional, khususnya dodol, yang memiliki keunikan dalam segi rasa dan kemasan. Sebagian besar penelitian terdahulu cenderung lebih fokus pada produk konsumen yang lebih umum, seperti barang elektronik atau fashion, sehingga penelitian ini memberi kontribusi baru dalam memperdalam pemahaman tentang industri makanan tradisional dan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Rusdian, 2024). Penelitian ini juga memperkenalkan konteks produk lokal yang semakin diminati oleh generasi muda, yang mencari variasi dalam rasa dan kemasan produk tradisional.

Meskipun kualitas produk terbukti menjadi variabel dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, penelitian ini juga menegaskan bahwa faktor lain, seperti harga, kemasan, dan pelayanan, tidak boleh diabaikan. Oleh karena itu, CV Chandra Wulan perlu terus menjaga kualitas produknya, tetapi juga harus memperhatikan aspek-aspek lain yang dapat memperkaya pengalaman konsumen, seperti memberikan pelayanan yang ramah, kemasan yang menarik, serta harga yang bersaing. Dengan memperhatikan semua faktor ini, perusahaan dapat lebih optimal dalam meningkatkan kepuasan dan

loyalitas konsumen, yang pada gilirannya akan mendorong keberlanjutan dan perkembangan produk dodol di pasar yang semakin kompetitif.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Chandra Wulan. Produk yang memiliki kualitas baik akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen, sementara kualitas produk yang buruk akan berpotensi menurunkan kepuasan tersebut. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor kualitas produk merupakan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen, meskipun terdapat faktor lain yang turut mempengaruhi seperti harga dan pelayanan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas produk sebagai prioritas utama dalam strategi pemasaran mereka untuk memastikan kepuasan konsumen yang tinggi dan membangun loyalitas pelanggan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup variabel yang diteliti, dengan mencakup faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, pelayanan, dan kemasan produk. Peneliti juga disarankan untuk menggunakan metode analisis yang lebih kompleks, seperti analisis regresi berganda, untuk menggali lebih dalam hubungan antara berbagai variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat fokus pada aspek perbedaan preferensi konsumen antara generasi yang berbeda, terutama dalam produk makanan tradisional, untuk memberikan wawasan yang lebih lengkap bagi pengembangan produk dan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Referensi

- Afnina, R., & Hastuti, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam Industri Makanan Tradisional. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 45-59.
- Garvin, D. A. (1984). What Does "Product Quality" Really Mean? *Sloan Management Review*, 25(1), 25-43.
- Gulanang, S., & Pramudena, R. (2021). Kualitas Produk Dodol dan Kepuasan Konsumen: Perspektif dalam Industri Makanan Tradisional. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 14(3), 200-215.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Kotler, P. (2019). *Marketing Management: Analysis, Planning, and Control*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kurniadi, D., & Hadibrata, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Industri Makanan. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 245-256.
- Lesmana, R., & Ratnasari, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Makanan Tradisional. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 115-126.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th ed.). Pearson Education.
- Rahmawati, E. (2020). Pengaruh Faktor Non-Produk terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Kasus pada Produk Makanan Lokal. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 15(2), 203-218.

- Ramadhan, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Industri Makanan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(3), 45-60.
- Rizki, M. (2022). Analisis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Industri Makanan Tradisional. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 5(1), 120-131.
- Rusdian, S. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut). *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 132 -. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i1.161>
- Rusdian, S., & Nurjanah, I. A. (2020). Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ramen Ranjang 69). *Prismakom*, 17(1), 55-61.
- Rusdian, S., Sugiat, J. ., & Tojiri, Y. . (2024). Understanding Consumer Behavior in Marketing Management: A Descriptive Study and Review of Literature. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 4(2), 76 - 87. <https://doi.org/10.52970/gmapb.v4i2.416>
- Sari, D. (2021). Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen pada Produk Makanan Tradisional: Studi pada Produk Dodol. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(4), 89-101.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley.
- Sugiyono, M. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suyanto, H. (2020). Sejarah dan Perkembangan CV. Chandra Wulan dalam Industri Makanan Tradisional. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1), 78-85.
- Tjiptono, F. (2020). *Service, Quality, Satisfaction, and Loyalty* (2nd ed.). Andi Publisher.
- Umar, H. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Kepuasan Konsumen*. Alfabeta.
- Yakin, I. H., Supriatna, U., Rusdian, S., & Global Akademia, M. (2023). Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif). *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*.
- Yusuf Tojiri, M. M., Putra, H. S., & Nur Faliza, S. E. (2023). *Dasar Metodologi Penelitian: Teori, Desain, dan Analisis Data*. Takaza Innovatix Labs.
- Zikri, M. (2022). Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen pada Industri Makanan Tradisional: Sebuah Studi Empiris. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 9(3), 175-186.