Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi (JIESA)
Volume 1 No. 2 Maret 2024
e-ISSN: 3046-983X; p-ISSN: 3046-9015 Hal 59-73
DOI : https://doi.org/10.61132/jiesa.v1i5.489
Tersedia: https://ejournal.areai.or.id/index.php/JIESA

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada UD. Alame Mandailing Rozi Nasution Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal

Harisa Umri Nst*[1], Muhlisah Lubis[2], Sari Fitri[3]
[123] Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Indonesia
risatasya21@gmail.com[1] , lubismuhlisah14@gmail.com[2] , sarifitri@stain-madina.ac.id[3]

Alamat: Jl. Prof. Dr. Andi Hakim Nst Komplek Stain, Pidoli Lombang, Kec. Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara 22976
*Korespondesi penulis: risatasya21@gmail.com**

Abstract: *This research was carried out at UD. Alame Mandailing Rozi Nasution in Kotasiantar, Panyabungan District, Mandailing Natal Regency with the aim of finding out the effect of product quality on consumer satisfaction at UD. Alame Mandailing Rozi Nasution. To achieve the objectives, research was conducted using a sample of 96 people. The research method uses quantitative by describing data using accidental sampling techniques. The research analysis is an analysis of validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression tests and hypothesis tests, namely the t test and R square test (with the help of the SPSS Version 21 program). The results of this research indicate that there is an influence of product quality on consumer satisfaction at UD. Alame Mandailing Rozi Nasution. Indicated by a significant value of t 0.000 which is smaller than sig = 0.005 (0.000 < 0.05) the value of R = 0.791 and R Square = 0.626 means that product quality is able to explain the dependent variable or consumer satisfaction of 0.626 × 100% = 62.6% while Another 35.4% is explained by other variables. Based on the research results, it can be concluded that product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction with a value of $t_{count} > t_{table}$ (12.535 > 1.664). And product quality has a strong relationship with consumer satisfaction of 0.791.*

Keywords: *Product Quality and Consumer Satisfaction, Sample 96 People, Quantitative Method, Accidental Sampling Technique*

Abstrak: Penelitian ini dilaksanakan di UD. Alame Mandailing Rozi Nasution di Kotasiantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal dengan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UD. Alame Mandailing Rozi Nasution. Untuk mencapai tujuan dilakukan penelitian dengan menggunakan sampel berjumlah 96 orang. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan mendeskripsikan data menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisis penelitian adalah analisis uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji R square (dengan bantuan program SPSS Versi 21). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UD. Alame Mandailing Rozi Nasution. Ditunjukkan dengan nilai signifikan t 0,000 lebih kecil dari sig = 0,005 (0,000 < 0,05) nilai R = 0,791 dan R Square = 0,626 artinya kualitas produk mampu menjelaskan, variabel dependen atau kepuasan konsumen sebesar 0,626 × 100% = 62,6% sedangkan 35,4% lagi dijelaskan oleh variabel lain. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (12,535 > 1,664). Dan kualitas produk memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen sebesar 0,791.

Kata kunci : Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen, Sampel 96 Orang, Metode Kuantitatif, Teknik Accidental Sampling

1. LATAR BELAKANG

Dunia bisnis terus mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan kemajuan era global, yang ditandai dengan semakin ketatnya persaingan di bidang pemasaran produk dan layanan konsumen. Para pelaku usaha berlomba-lomba untuk mempromosikan produk yang mereka sediakan demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Saat ini, konsumen mencari produk yang terjangkau namun tetap berkualitas. Oleh karena itu, dalam

Received Agustus 02,2024; Received Agustus 16 ,2024; Accepted September 04, 2024; Published ; September 06 2024

situasi persaingan yang ketat, perusahaan perlu memahami baik kebutuhan dan keinginan konsumen serta terus berinovasi untuk menciptakan posisi yang tepat bagi produk mereka dan memaksimalkan potensi produk yang ditawarkan.

Kualitas produk merupakan produk yang mempunyai kualitas tinggi dan dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen **(Ariadi, 2019).** Kualitas produk mempunyai tujuan utama perusahaan, kualitas merupakan kebijakan penting untuk meningkatkan daya saing produk, meningkatkan kepuasan konsumen atau menyamai kualitas produk pesaing **(Dani Haris, 2019).** Konsumen mengharapkan produk yang dibelinya memiliki kualitas yang baik dan memenuhi ekspektasi kepuasannya. Laba merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan karena tanpa adanya laba maka perusahaan tidak dapat menjalankan bisnisnya.

Menurut **(Daryanto, 2019),** Kepuasan konsumen merupakan penilaian emosional yang dilakukan oleh konsumen setelah menggunakan produk, yang mencakup harapan dan kebutuhan mereka. Ini menjadi pedoman bagi perusahaan agar konsumen dapat puas dengan produknya dan melakukan pembelian ulang. Kepuasan konsumen merupakan indikator utama kesuksesan sebuah bisnis. Jika konsumen puas, hal ini akan memberikan dampak positif kepada pendapatan perusahaan. Hal ini tidak hanya berlaku pada perusahaan manufaktur, namun juga pada perusahaan jasa bahkan dagang.

Dalam dunia yang kompetitif, perusahaan harus mampu mencapai tujuannya dengan menciptakan dan mempertahankan konsumen yang fokus pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti rasa, kemasan, harga, inovasi produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, emosi, kenyamanan, pengalaman pribadi, pengalaman orang lain, strategi pemasaran dan periklanan. Ini adalah faktor-faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi dan menentukan kepuasan konsumen.

Manajemen yang baik dapat membantu bisnis bertahan dan menjadi lebih kompetitif jika dilakukan dengan tekun dan sepenuh hati sesuai dengan tujuan dari usaha yang didirikan. Salah satunya UD. Alame Mandailing Rozi Nasution yang berada pada Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. UD. Alame Mandailing Rozi Nasution Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal yang telah beroperasi sejak tahun 2018 yang dengan 8 orang karyawan.

Melalui observasi yang dilakukan di UD Alame Mandailing Rozi Nasution memiliki beberapa kendala pada bahan baku yang ditemukan oleh peneliti secara langsung dimana, saat peneliti melakukan wawancara pada salah satu konsumen tentang rasa pada produk alame. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Jumat, 19 Januari 2024 oleh salah

satu konsumen UD Alame Mandailing Rozi Nasution yaitu Ibu Aminah, beliau mengatakan setiap pembelian produk Alame Mandailing Rozi Nasution ia merasa kurang puas karena ketidak konsistenannya dalam mempertahankan cita rasa dari produk, dan sering terjadi perubahan warna pada produk alame yaitu seperti warna pada alame terlalu pucat dan kadang terlalu cokelat.

Menurut Ibu Saidah, ada permasalahan pada daya tahan produk, karena kurangnya daya tahan produk yang membuat tidak merasa puas dan merasa dikecewakan. Produk UD. Alame Mandailing Rozi Nasution tidak bertahan lama dan cepat keras saat ingin dikonsumsi hal tersebut tidak sesuai dengan bentuk alame pada umumnya.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa adanya kendala tersebut berasal dari rasa. Rasa adalah faktor penting dalam keputusan akhir konsumen untuk menerima atau menolak suatu produk makanan. Perubahan rasa biasanya disebabkan oleh kerusakan lemak dalam bahan makanan yang terjadi selama proses pengolahan. Kerusakan lemak dapat menyebabkan makanan berlemak memiliki rasa dan bau yang tidak enak, menurunkan kualitas dan nilai gizinya. Kendala lain dari kurang bagusnya bahan baku yang digunakan pada proses pembuatan Alame Mandailing Rozi Nasution. Bahan baku yang dibeli terkadang tidak sesuai dengan yang biasa mereka produksi seperti pada penggunaan santan kelapa yang tidak menggunakan kelapa yang tua sehingga santan yang dihasilkan kurang bagus dan pada gula aren juga sering terjadi permasalahan karena adanya bahan campuran pada gula aren. Penggunaan gula pasir akan mempengaruhi tekstur dodol, jika penggunaan gula terlalu sedikit maka tekstur alaminya akan empuk, sedangkan gula yang terlalu banyak akan mengeraskan tekstur dodol. Artinya produk tersebut tidak memenuhi standar yang ditawarkan di pasar.

Oleh karena itu setelah melakukan observasi peneliti tertarik mengangkat judul penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Alame Mandailing Rozi Nasution Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal"**

2. KAJIAN TEORI

Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Produk dapat diartikan sebagai segala hal yang ditawarkan kepada konsumen dalam pasar untuk dapat dibeli oleh konsumen sebagai

pemenuh kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan dari suatu produk untuk melaksanakan fungsinya dan dapat memenuhi spesifikasi-spesifikasi yang dimiliki sesuai dengan yang seharusnya, dan dapat dikatakan produk tersebut adalah produk yang bebas dari kecacatan serta sesuai dengan standart yang telah ditentukan serta konsumen yang telah melakukan pembelian dapat menikmati manfaat dan fungsi yang optimal dari suatu produk **(Putra Pratama, 2020).** Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. **(Fransiska Purwanto, 2021)**.

Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik barang/jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang menghasilkan barang/jasa yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan. Jadi kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan-harapan para calon pembeli.**(Abna Haniif Novel, 2022**)

b) Indikator Kualitas Produk

Menurut **(Kotler dan Keller, 2019)**, indikator-indikator yang mendukung pencapaian kualitas pada suatu produk yaitu :

1. Bentuk, yaitu meliputi ukuran atau struktur fisik produk.
2. Fitur, yaitu karakterisik sekunder yang melengkapi fungsi dasar produk.
3. Kesesuaian, yaitu sejauh mana kesesuaian kinerja dan kualitas produk memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Daya tahan, yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
5. Keindahan, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera seperti desain dan gaya.

Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat kesenangan atau bahkan kekecewaan dari seseorang setelah merasakan pelayanan lalu membandingkannya dengan ekspektasi yang ia miliki. Sedangkan **(Krisdianti, 2019)** menjelaskan sebagai tingkat perasaan dengan memikirkan apakah sepadan antara ekspektasinya dengan kinerja yang ia rasakan. Kepuasan konsumen merupakan tingkat dasar perasaan konsumen dari suatu pelayanan atau kualitas produk yang telah didapatkan dengan membandingkan antara

apa yang diterima dan harapan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan konsumen **(Asri Yanti Bali, 2022).**

Kepuasan konsumen adalah kunci keberhasilan suatu perusahaan untuk dapat mempertahankan konsumen agar melakukan pembelian ulang terhadap produk dari perusahaan tersebut atau bahkan merekomendasikannya kepada keluarga, teman maupun orang-orang di sekitarnya untuk membeli produk tersebut. hal itulah yang menjadi acuan industri tempe barokah dengan menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik sehingga memberikan kepuasan kepada konsumennya.

b. Indikator Kepuasan Konsumen

Terdapat empat macam indikator untuk mengukur kepuasan konsumen menurut **(Sahir, 2020)**

1) Pengalaman

Riview dari konsumen dapat mengubah presepsi serta minat pembelian produk. Pelanggan akan merasa puas, jika pengalaman baiknya dapat diterima konsumen lain merasakannya.

2) Harga

Harga inilah indikator untuk pelanggan paling tampak dan jelas sangat penting harus diperhatikan.

3) Pelayanan

Banyaknya pelanggan yang sering mengeluh, namun tidak disertai dengan keterangan yang jelas namun kualitas pelayanan benar-benar harus optimal dalam memberikan presepsi tentang pelayanan bisnis.

4) Kualitas

Produk yang memiliki kualitas sejauh dapat tumbuh berkembang di perusahaan. Sedangkan kualitas membawakan loyalitas. Maka seharusnya menjadi perhatian penting dalam setiap perusahaan bisnis.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pendekatan yang diterapkan oleh penulis adalah pendekatan kuantitatif. Menurut **Sugiyono (2017)**, penelitian kuantitatif merupakan "metode penelitian yang berlandaskan pada prinsip positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel, mengumpulkan data melalui alat penelitian, serta melakukan analisis data secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan pengujian."

Populasi Dan Sampel

1. **Populasi**

   Populasi adalah suatu tempat umum dimana memuat hal-hal yang mempunyai ciri-ciri dan karakter tertentu. Menurut **Sugiyono (2017)**. Jadi populasi bukan hanya orang atau objek penelitian saja, tetapi juga objek dan benda alam lainnya yang memuat seluruh ciri dan ciri subjek atau objek tersebut.

2. **Sampel**

   Sampel adalah kumpulan yang mewakili masyarakat dan bertindak sebagai responden **(Sugiono, 2017).** Model statistik penelitian ini menggunakan model *Lemeshow* karena belum diketahui besarnya populasi. Metode templat menggunakan templat *lemeshow* berikut:

$$n = \frac{z^2 p\ (1-p)}{d^2}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi

d = Sampling eror = 10%

$$n = \frac{z^2 p\ (1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 . 0{,}5\ (1-0.5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416.0{,}25}{0{,}01^2}$$

$$n = 96{,}04$$

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 96 responden. Penelitian ini menggunakan sampel Lemoshow karena populasi sasarannya sangat besar dan dapat berubah setiap tahunnya. Saat ini metode pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* **(Saharsimi 2012).**

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah suatu metode pengamatan yang sistematis untuk memahami berbagai aspek operasional perusahaan. **(Sugiyono, 2017)**

2. Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang dirancang untuk mendapatkan informasi dari karyawan dan konsumen mengenai berbagai aspek operasional perusahaan. **(Sugiyono, 2017).** Skala Likert adalah metode pengukuran yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu pernyataan dengan memberikan pilihan jawaban dalam bentuk skala numerik. Metode ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka secara lebih nuansa, sehingga menghasilkan data yang lebih kaya dan terstruktur.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan Skala Likert adalah proses sistematis untuk mengevaluasi dan menginterpretasikan data yang diperoleh dari kuesioner. Metode ini melibatkan perhitungan rata-rata, frekuensi, dan distribusi skor untuk mengidentifikasi pola dan tren yang ada. Dengan demikian, teknik analisis data ini membantu Rozi untuk menarik kesimpulan yang informatif dan memberikan rekomendasi yang berbasis data untuk meningkatkan kualitas layanan dan produk di UD. Alame Mandailing.

1) Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas
b. Uji Reliabilitas

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas
b. Uji Heteroskedastisitas

3) Analisis Regresi Sederhana

4) Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (T)
b) Koefisien Determinasi

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

UD. Alame Mandailing Rozi Nasution merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner. Alame atau dodol ini merupakan makanan cemilan yang memiliki tekstur kenyal dan lengket, Alame menjadi salah satu buah tangan khas dari Mandailing Natal. UD. Alame Mandailing Rozi Nasution ini berada di Kotasiantar Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara yang didirikan oleh Bapak Rozi Nasution dan Ibu Reni Harahap pada tahun 2012. Awal mulanya usaha alame ini di buka oleh orang tua dari Bapak Rozi Nasution dan di tahun 2012 Bapak Rozi Nasution membuka usaha alame dan menjadi usaha milik sendiri.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Hasil Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mendeskripsikan informasi agar lebih mudah dipahami, serta untuk menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi berdasarkan data yang dikumpulkan dari sampel. Berikut adalah langkah-langkah yang diambil:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas memiliki peran penting dalam penelitian karena digunakan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran, seperti kuesioner atau tes, benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Sampel pada penelitian ini 96 responden dengan signifikan 0,05% pada r tabel sehingga diperoleh df = n-2, sihingga r tabel = 0,2006 dengan Nilai n = 94. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Uji Validitas Data Variabel (X)

Variabel	Nomor Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
Variabel X Kualitas Produk	1	0,795	0,2006	Valid
	2	0,398	0,2006	Valid
	3	0,820	0,2006	Valid
	4	0,407	0,2006	Valid
	5	0,276	0,2006	Valid
	6	0,810	0,2006	Valid
	7	0,274	0,2006	Valid
	8	0,793	0,2006	Valid
	9	0,366	0,2006	Valid
	10	0,397	0,2006	Valid

Sumber: hasil olahan data spss versi 2.1

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan hasil analisis dari variabel Kualitas Produk (X) dari per item nya dengan nilai r hitung > r tabel. Nilai ini menunjukkan kalau variabel Kualitas Produk (X) sudah memenuhi validitas butir serta bisa diambil kesimpulan bahwa variabel Kualitas Produk (X) sudah valid.

Tabel 2. Uji Validitas Data Variabel (Y)

Variabel	Nomor Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
Variabel Y Kepuasan Konsumen	1	0,812	0,2006	Valid
	2	0,408	0,2006	Valid
	3	0,851	0,2006	Valid
	4	0,256	0,2006	Valid
	5	0,864	0,2006	Valid
	6	0,430	0,2006	Valid
	7	0,831	0,2006	Valid
	8	0,436	0,2006	Valid

Sumber: hasil olahan data spss versi 2.1

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan hasil analisis dari variabel Kepuasan Konsumen (Y) dari per item nya dengan nilai r hitung > r tabel. Nilai ini menunjukkan kalau variabel Kepuasan Konsumen (Y) sudah memenuhi validitas butir serta bisa diambil kesimpulan bahwa variabel Kepuasan Konsumen (Y) sudah valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengukur konsistensi dan stabilitas instrumen pengukuran, seperti kuesioner atau tes, dalam menghasilkan data. Uji reliabilitas dilakukan pada variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen dengan menganalisis nilai Cronbach's Alpha untuk menentukan apakah variabel tersebut reliabel atau tidak. Hasil dari uji reliabilitas untuk kualitas produk dan kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas variabel Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Nilai *Cronbach Alpha*	Nilai Batas	Status
Kualitas Produk	0,736	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,769	0,60	Reliabel

B

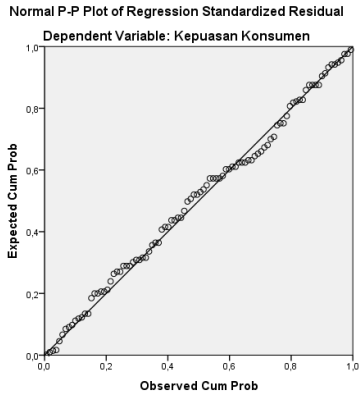
Berdasarkan hasil uji reliabilitas antara variabel kualitas produk (X) dan kepuasan konsumen (Y) diatas terlihat bahwa nilai *cronbach alpha* varibael kualitas produk (X) adalah 0,736. 0,736 > 0,60 maka hasil menunjukkan bahwa variabel

kualitas produk telah memenuhi persyaratan. Nilai *cronbach alpha* kepuasan konsumen (Y) adalah 0,769. 0,769 > 0,60 maka hasil menunjukkan variabel kepuasan konsumen telah memenuhi persyaratan. Sehingga dapat dilihat pada setiap item pernyataan memiliki nilai tingkat reliabilitas yang tinggi.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data yang diperoleh dalam penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak. Menurut *Real- Statistic* menyatakan bahwa Uji *P-Plot* satu sampel digunakan untuk menguji apakah sampel berasal dari distribusi tertentu. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar berikut:



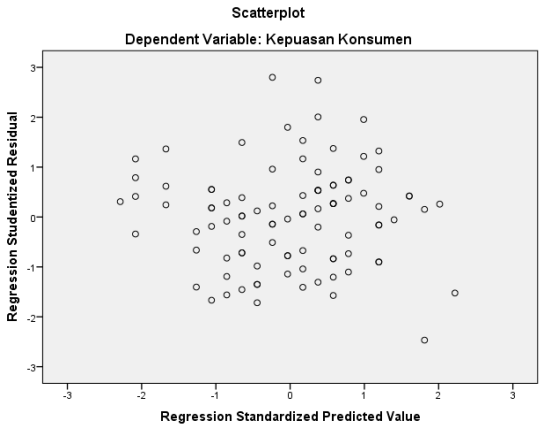
Gambar 1. Uji Normalitas dengan P-Plot

Sumber: hasil olahan data spss versi 2.1

Gambar 1 di atas menunjukkan grafik P-Plot. Grafik P-Plot dapat dijelaskan dengan memperhatikan penyebaran titik-titik pada garis diagonal. Grafik ini menjelaskan bahwa lengkungnya menggambarkan bentuk P-Plot di sekitar garis regresi. Dari grafik P-Plot tersebut, terlihat bahwa data tersebar di sekitar garis diagonal. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa model regresi berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat kesamaan variansi antara pengamatan satu dengan yang lainnya. Untuk mendeteksi tidak adanya heteroskedastisitas dalam suatu model, dapat dilihat melalui pola yang ditunjukkan dalam grafik Scatterplot. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas Scatterplots

Sumber: hasil olahan data spss versi 2.1

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan grafik scatterplot. Dari grafik scatterplot yang ditampilkan pada Gambar 2, diperoleh data hasil pengolahan yang diambil dari jawaban responden menggunakan program SPSS 21. Jika titik-titik pada grafik membentuk pola yang teratur, maka hal ini menandakan adanya heteroskedastisitas. Namun jika terlihat titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah dan tidak berbentuk pola maka dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, jelas bahwa tidak ada pola terbentuk karena titik menyebar tidak beraturan diatas dan dibawah sumbu 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau Ha diterima.

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi Linear Sederhana adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, serta untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier yang signifikan di antara keduanya. Selain itu, analisis regresi juga berfungsi untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Berikut adalah hasil dari analisis regresi sederhana:

Tabel 4. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,016	2,268		1,330	,187
	Kualitas Produk	,720	,057	,791	12,535	,000

Sumber : hasil olahan data spss versi 21

Berdasarkan hasil data diatas diperoleh hasil persamaan adalah sebagai berikut :

Y = a + bX

Y = 3,016 + 0,720X

Dari persamaan regresi tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa:

a) Konstanta sebesar 3,016 menunjukkan bahwa nilai dasar variabel kepuasan konsumen adalah 3,016
b) Koefisien regresi untuk variabel X sebesar 0,720 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% dalam nilai kualitas produk akan menyebabkan peningkatan nilai kepuasan konsumen sebesar 0,720. Karena koefisien regresi ini bernilai positif, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y bersifat positif.

d. Uji Hipotesis

1) Uji T (Uji Persial)

Uji t (uji parsial) digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Adapun hasil output dari regresi sebagai berikut :

Tabel 5. Uji T (Uji Persial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,016	2,268		1,330	,187
	Kualitas Produk	,720	,057	,791	12,535	,000

Sumber : hasil olahan data spss versi 21

Uji t digunakan untuk melihat signifikasi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), dengan menggunakan signifikasi 0,05 (a=5%). Jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak. Jika nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis di terima. Dari tabel di atas diketahui nilai sig untuk pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai 0,000 < 0,05, pada penelitian ini diperoleh nilai d.f 94 dengan nilai t tabel = 1.665 dan pada tabel diatas nilai t_{hitung} 12,535 > t_{tabel} 1.665, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UD. Alame Mandailing Rozi Nasution.

2) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi, yang sering dilambangkan dengan R^2, digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dalam model regresi dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih dekat ke 1 menunjukkan bahwa proporsi yang lebih besar dari variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen.. Adapun hasil dari koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut :

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,791[a]	,626	,622	2,73393

Sumber: hasil olahan data spss versi 2.1

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur seberapa besar kontribusi atau pengaruh variabel keterikatan. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X dalam menjelaskan variabel Y, dengan nilai koefisien korelasi R *Square* sebesar 0,626. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X) memiliki tingkat pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,626. Nilai R square = 0,626 yang berarti kualitas produk dapat menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen 0,626 × 100% = 62,6%, sedangkan sisanya 37,4% lagi dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 12,535. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan perbandingan thitung yang lebih besar dari ttabel. Dengan kata lain, 12,535 lebih besar dari 1,664, sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Temuan ini menggarisbawahi bahwa kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis regresi yang dilakukan terhadap kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Pada uji t diperoleh nilai thitung sebesar 12,535. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan perbandingan thitung yang lebih besar dari ttabel. Dengan kata lain, 12,535 lebih besar dari

1,664, sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk memiliki pengaruh langsung yang relatif kecil terhadap kepuasan konsumen, yang terbukti dalam penelitian ini dengan nilai sebesar 0,626×100% = 62,6%. Sisanya 37,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Jelas bahwa terdapat variabel independen lain yang juga berkontribusi terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Bagi UD. Alame Mandailing Rozi Nasution diharapkan pada UD. Alame untuk memperhatikan kualitas produk yang akan di produksi oleh produsen untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Bagi para akademisi dan peneliti mendatang yang terkait dengan topik ini, untuk meningkatkan kualitas penelitian ini baik melalui penambahan variabel-variabel baru maupun penggunaan penelitian yang lebih canggih.

DAFTAR REFERANSI

Abna Haniif Novel, S. V. K. dan K. K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC Batuaji Batam). *Jurnal Al- Amal*, *1*(1), 26–32.

Ariadi. (2019). Implementasi Metode Naive Bayes Classifier Pada Sistem Pengklasifikasi Berita Otomatis Berbasis Website (Studi Kasus: Berita Lokal Dari Mediamassa Online Kalimantan Barat). *Coding : Jurnal Komputer Dan Aplikasi*, *07*(2), 49–60.

Asri Yanti Bali. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan kepuasan Konsumen Sebagi Variabel Intervening*. *1*(No.1), 1–14.

Dani Haris. (2019). *Kualitas Dan Desain Produk Dalam Maningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Ypgyakarta)*. *Vol XI No.*

Daryanto. (2019). *Kualitas produk, Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Di Kec. Pangkatan*. *1*.

Fransiska Purwanto. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Di Yogyakarta. In *e-journal.uajy.ac.id*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Kotler dan Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*. 17–43.

Krisdayanti, H. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang. *Manajemen Bisnis*, *2*(1).

Krisdianti. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. *Jurnal*.

Putra Pratama, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelia Mie Instan Merek Indomie Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal STIESIA*, *5(4)*, 11–17.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.

Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabeta.

Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono (2018, P. 13. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.