



## Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Siti Masnun<sup>1</sup>, Makhdalena<sup>2</sup>, Hardisem Syabrus<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Riau, Indonesia

E-mail: [siti.masnun0296@student.unri.ac.id](mailto:siti.masnun0296@student.unri.ac.id), [gelatik14@yahoo.co.id](mailto:gelatik14@yahoo.co.id), [hardisem.syabrus@lecturer.unri.ac.id](mailto:hardisem.syabrus@lecturer.unri.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-02-12 Revised: 2024-03-23 Published: 2024-04-01	The research is aimed at determining the influence of product quality on consumer satisfaction with Nayra Cake Pekanbaru. The research aims to find out whether product quality and consumer satisfaction variables have an impact on increasing sales of Nayra Cake Pekanbaru products. This research is quantitative research with a descriptive approach, and an ordinal scale is used as a measurement. The sampling technique in this research used the incidental sampling method, using the Cochran formula with an error rate of 10% to obtain a sample size of 100 respondents. The data collection technique is by providing a test instrument in the form of a questionnaire with validity and reliability tests carried out. Based on the results of the simple linear regression test analysis on the influence of product quality on consumer satisfaction, an R Square value of 0.464 or 46.4% was obtained, and the results of the descriptive analysis showed that the sig. Product quality on consumer satisfaction is 0.000 < 0.05, which means there is an influence of product quality on consumer satisfaction. This means that the better the product quality, the higher the level of consumer satisfaction.
<b>Keywords:</b> <i>Product Quality;</i> <i>Consumer Satisfaction.</i>	

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-02-12 Direvisi: 2024-03-23 Dipublikasi: 2024-04-01	Penelitian berikut ditujukan untuk mengetahui adanya Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Nayra <i>Cake</i> Pekanbaru. Dengan adanya penelitian berikut bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen berdampak pada peningkatan penjualan produk Nayra <i>Cake</i> Pekanbaru. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dan sebagai pengukurannya digunakan skala ordinal. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode <i>sampling insedental</i> , dengan menggunakan rumus <i>cochran</i> dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan cara memberikan instrument tes berbentuk kuesioner dengan dilakukan uji validitas dan uji reabilitas. Berdasarkan hasil analisis uji regresi linear sederhana pada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai <i>R Square</i> sebesar 0,464 atau 46,4%, dan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa nilai <i>sig.</i> kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik kualitas produk maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.
<b>Kata kunci:</b> <i>Product Quality;</i> <i>Consumer Satisfaction.</i>	

### I. PENDAHULUAN

Seni kuliner, termasuk pembuatan kue atau dikenal dengan istilah kuliner, menghadapi persaingan yang ketat dalam lingkungan komersial modern (Herling, 2021). Para pelaku bisnis di industri makanan harus mengembangkan strategi untuk membuat konsumen tertarik pada jasa ataupun produk mereka agar tetap kompetitif dan mengungguli pesaing mereka. Berbagai jenis usaha industri makanan semakin banyak, mulai dari skala kecil hingga besar banyak tersedia (Kori, 2021). Menurut Bali (2022), karena mencari pelanggan baru nyatanya lebih memakan biaya jika dibandingkan menjaga pelanggan yang terdahulu, maka menjaga pelanggan terdahulu termasuk cara untuk memenangkan persaingan. Kesesuaian dengan

harapan, keinginan untuk kembali, dan kesiapan untuk berpromosi merupakan karakteristik ideal dari pelanggan yang puas. Pada dunia bisnis, kepuasan pelanggan dikelompokkan sebagai komponen krusial yang bisa berdampak pada volume penjualan suatu produk (Shandy, 2014).

Menanggapi meningkatnya permintaan akan barang-barang berkualitas tinggi, bisnis di berbagai sektor terpaksa berjuang untuk mempertahankan citra merek produk mereka dengan membuat peningkatan pada kualitas produk mereka. Ada banyak pengusaha di negaraberkembang, terkhususnya Indonesia, yang terlihat dari beberapa kota besar yang mereka mulai sebagai bisnis kreatif dan bisnis produk lainnya (Nurjannah, 2021). Dalam memahami kepuasan konsumen, kualitas produk

akan menimbulkan persepsi konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Sehingga, setiap perusahaan harus menyusun strategi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Febrianza Fadhilla (2022) kualitas produk yang berarti kapasitas dari suatu produk untuk melaksanakan tujuan yang dimaksudkan, yang mencakup keandalan, ketahanan umum, kemudahan penggunaan, keakuratan dan pemeliharaan, serta fitur lainnya. Produk yang mempunyai manfaat sesuai dengan keinginan konsumen merupakan produk yang berkualitas tinggi. Sehingga seorang konsumen yang memerlukan suatu produk akan mendeskripsikan sebuah manfaat dari produk yang akan diperoleh.

Kepuasan konsumen merupakan suatu keharusan bagi perusahaan demi kelangsungan usaha. Menurut Yulistria (2023), memberikan kualitas terbaik termasuk cara untuk memastikan kepuasan pelanggan, karena kualitas tinggi berdampak langsung pada tingkat kepuasan pelanggan. Ketika konsumen menerima produk yang memperlihatkan kualitasnya, mereka akan senang dengan kualitasnya. Salah satu elemen yang mempengaruhi puasanya seorang pelanggan ialah kualitas produk (Maria & Anshori, 2013). Salah satu usaha bisnis perseorangan yang bergerak dibidang makanan Nayra Cake Pekanbaru berdiri sejak tahun 2019 yang telah menghasilkan beberapa macam kue yaitu brownies, kue ulang tahun, cookies. Produk best seller di Nayra Cake Pekanbaru adalah brownies dengan berbagai macam pilihan topping keju, tiramisu, coklat, dan oreo. Nayra Cake Pekanbaru menawarkan berbagai macam produk dalam menghadapi para pesaing. Nayra Cake Pekanbaru menyadari peran dari konsumen dan dampak dari kepuasan konsumen sehingga dicari strategi untuk meningkatkan kepuasan dari konsumennya, maka dituntut secara terus menerus memperhatikan keunikan karakter dan rasa kue melalui kualitas produk yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen (Sari, 2019).

Penjualan Nayra Cake Pekanbaru setiap bulannya menjadi berfluktuasi dan tidak konsisten dikarenakan tingkat penjualan. Kualitas produk yang ditawarkan Nayra Cake Pekanbaru secara umum sangat baik, berdasarkan temuan beberapa wawancara konsumen. Namun, beberapa pelanggan terus menyatakan ketidakpuasannya atas rasa produk yang terlalu manis, tidak konsisten dan tekstur kue kurang mengembang dengan baik. Oleh karena itu, Nayra Cake Pekanbaru harus memperhatikan

tingkat takaran setiap produk untuk menghasilkan kualitas produk yang baik. Mereka perlu fokus pada kualitas produk mereka agar dapat bersaing dengan pesaing lain yang sebanding dan memenuhi permintaan konsumen dengan pangsa pasar yang lebih luas (Andy, 2022).

Melihat kondisi tersebut, maka menurut Mustamu (2021), untuk memuaskan kebutuhan dan harapan pelanggan serta membangun loyalitas pelanggan, pemilik bisnis harus menerapkan ide-ide baru dan lebih baik. Hasilnya, pelanggan akan merasa lebih percaya diri, tumbuh menjadi klien setia, membeli kembali produk Nayra Cake Pekanbaru, dan secara pribadi melakukan promosi ke orang lain. Selanjutnya menurut Kurriwati (2015), kualitas suatu produk mempunyai dampak langsung terhadap tingkat kepuasan dari seorang pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi yakni hasil dari kualitas yang unggul. Mempertahankan kebahagiaan pelanggan akan meningkatkan umur panjang hubungan klien yang sudah ada dan mendorong perolehan hubungan baru.

Manoppo (2021) kepuasan pelanggan terutama dipengaruhi oleh kualitas produk, dan pengamatan juga menunjukkan bahwa hampir semua konsumen puas dengan kualitas barang yang tersedia sekarang. Hal ini sejalan menurut Pratiwi (2022) Kepuasan pelanggan disebabkan secara positif dan signifikan oleh kualitas produk, artinya produk yang lebih baik atau lebih berkualitas bisa berdampak pada kepuasan pelanggan. Jika didasarkan permasalahan yang dijabarkan diatas, perlu dilakukan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Nayra Cake Pekanbaru".

## **II. METODE PENELITIAN**

Metode yang dipergunakan ialah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, sehingga semua data yang diperoleh dinyatakan dalam bentuk angka. Hasil penelitian dalam bentuk data kuantitatif dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Penelitian ini dilakukan di Nayra Cake Pekanbaru. Populasi pada penelitian yakni keseluruhan dari konsumen yang pernah membeli di Nayra Cake Pekanbaru. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling insidental*, dimana teknik ini menentukan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara tidak disengaja bertemu dengan peneliti bisa dipergunakan untuk sampel, bila dilihat orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Setelah dilakukan perhitungan sampel dengan Metode

Chocran, peneliti mendapati sampel sebanyak 100 konsumen.

Yang dipergunakan untuk sumber data yakni data primer berupa data yang diperoleh langsung dari kusioner dan data sekunder berupa laporan-laporan yang tersedia pada toko kue tersebut. Setelah data dikumpulkan, peneliti melakukan analisis data melalui beberapa tahap yakni: 1) uji validitas, 2) uji realibilitas, 3) uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas), 4) uji regresi linear sederhana, 5) uji koefisien determinasi.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Uji Validitas

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	$r_{tabel}$	$r_{hitung}$	Ket
Kualitas Produk	X.1	0,361	0,565	Valid
	X.2	0,361	0,643	Valid
	X.3	0,361	0,539	Valid
	X.4	0,361	0,560	Valid
	X.5	0,361	0,534	Valid
	X.6	0,361	0,504	Valid
	X.7	0,361	0,553	Valid
	X.8	0,361	0,554	Valid
	X.9	0,361	0,728	Valid
	X.10	0,361	0,710	Valid
	X.11	0,361	0,547	Valid
	X.12	0,361	0,444	Valid
	X.13	0,361	0,439	Valid
	X.14	0,361	0,475	Valid
	X.15	0,361	0,424	Valid
Kepuasan Konsumen	Y.1	0,361	0,566	Valid
	Y.2	0,361	0,477	Valid
	Y.3	0,361	0,584	Valid
	Y.4	0,361	0,436	Valid
	Y.5	0,361	0,609	Valid
	Y.6	0,361	0,547	Valid
	Y.7	0,361	0,431	Valid
	Y.8	0,361	0,442	Valid
	Y.9	0,361	0,584	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 1. dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan untuk variabel X dan Y dinyatakan valid, karena butir pernyataan memiliki nilai lebih besar dari 0,361.

##### 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Items	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,830	15	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,648	9	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 23, 2023

Menurut tabel 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang dipergunakan di setiap variabel penelitian telah reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

**Tabel 3.** Hasil Uji Normalitas

	Kolmogrov-Smirnov		
	Statistic	N	Sig.
Kepuasan Konsumen	0,079	100	0,123

Sumber: Data Olahan SPSS 23, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3 dapat diketahui nilai Sig. > 0,05 (0,123 > 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa data berikut berdistribusi normal.

#### b) Uji Linearitas

**Tabel 4.** Uji Linearitas

Variabel	Nilai Sig.
Kualitas Produk	0,411
Kepuasan Konsumen	

Sumber: Data Olahan SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel di atas nilai sig dari deviation from linearity kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yakni 0,411 > 0,05 maka kesimpulannya jika pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan linier.

#### c) Uji Multikolinearitas

**Tabel 5.** Uji Multikolinearitas

	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	1,000	1,000

Sumber: Data Olahan SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa nilai tolerance dari kualitas produk sebesar 1,000. Artinya nilai ini < 0,1 (1,000 > 0,1). Kemudian nilai VIF dari kualitas produk sebesar 1,000. Artinya nilai ini lebih kecil dari 10. Hal ini berarti dalam kodel regresi tidak adanya korelasi antar variabel bebas, jadi disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 6. Uji Regresi Linear Sederhana

Vab	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	R Square
Cons	-3,745	-1,092		2,106	.038	
X	0,464	0,050	0,681	9,208	.000	0,464

Sumber: Data Olahan SPSS 23, 2023

Menurut Tabel 6, konstanta sebesar 4593,745 dan kualitas produk sebesar 0,681. Berdasarkan Tabel 6 berikut rumusnya:

$$Y = 4593,745 + 0,681 X$$

Adapun berikut makna dari persamaan regresi linear sederhana diatas:

- Nilai konstanta (a) sebesar 4593,745 bermakna bahwa jika semua variabel independen bernilai nol atau konstan, 4593.745 ialah kualitas produk. Temuan memeperlihatkan jika ada korelasi positif antara kualitas produk dengan kepuasan dari pelanggan sehingga kedua variabel tersebut berhubungan.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X) sebesar 0,681 (positif) mem-perlihatkan jika kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk. Angka berikutnya lebih lanjut mem-perlihatkan jika kepuasan pelang-gan akan membuat peningkatan sebanyak 0,681 untuk setiap satuan upaya yang dilakukan untuk mening-katkan kualitas produk.

#### 5. Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan Tabel 6. diketahui R square yakni 0,464 ataupun 46,4%. Artinya, 46,4% variabel yang mempengaruhi kualitas produk berdampak terhadap kepuasan pelanggan, dan sisanya sebesar 53,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitiannya yaitu kualitas pelayanan, harga produk, biaya produksi.

#### B. Pembahasan

Penelitian mem-perlihatkan jika ditemukan hubungan positif dan substansial antara kualitas produk (X) serta kepuasan konsumen (Y). Hal berikut menggambarkan dengan memakai model regresi linier sederhana sebanyak 0,464 bahwa terdapat hubungan yang cukup besar antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Yang berarti setiap meningkatnya sebanyak 1 satuan maka kualitas produk yang dimiliki Nayra Cake

Pekanbaru meningkat, maka akan disertai dengan meningkatnya kepuasan konsumen sebanyak 0,464. Selain itu Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) nilai  $R^2$  sebesar 0,464 atau 46,4%. Artinya bahwa persentase pengaruh yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y sebanyak 46,4%. Artinya terdapat dampak dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebanyak 46,4% lalu sisanya sebanyak 53,6% dikarenakan variabel lainnya yang tidak dilakukan penelitiannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Afnina (2018), temuan menjelaskan jika kepuasan pelanggan dan kualitas produk mengandung nilai positif dan hubungan yang cukup tinggi. Begitu juga dengan Nurjannah (2021) hasil penelitiannya menunjukkan variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen yang berarti jika ada hubungan antara kualitas produk dan kepuasan konsumen, maka kualitas produk yang lebih tinggi akan menghasilkan pelanggan yang lebih bahagia.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian, bisa diambil kesimpulan dari analisis deskriptif yang sebagian besar responden berpendapat bahwa brownies Nayra Cake Pekanbaru termasuk dalam kategori berkualitas atau kualitas cukup baik. Selain itu mayoritas responden menyatakan senang dengan produk brownies Nayra Cake Pekanbaru. Hasil analisis statistik mem-perlihatkan kualitas produk mempunyai dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ini menyirat-kan bahwa tingkat kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan kualitas produk.

##### B. Saran

Jika didasarkan pada temuan dari penel-itian pada Nayra Cake Pekanbaru, berikut rekomendasi yang bisa diberikan peneliti:

- Diharapkan kepada pihak Nayra Cake Pekanbaru guna menjaga kualitas dari produk dan mempunyai kemampuan untuk lebih meningkatkannya.
- Penelitian lebih mendalam diharapkan bisa dilaksanakan para peneliti berikutnya tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasn konsumen Nayra Cake Pekanbaru dengan menambahkan beberapa variabel lain seperti, yaitu kualitas pelayanan, harga produk, dan biaya produksi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Afnina, Y. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Andy, E. C. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva Bakery, Total Persada - Tangerang. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2).
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.
- Febrianza Fadhillah, M. H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Viera Oleh-Oleh Pekanbaru. *Jom Fisip*, 9, 3.
- Herling Junior W. Sumolang, Johny Revo Elia Tampi, A. Y. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Amarise Cake Tondano. *Productivity*, 2(7), 571–575.
- Kori Roswita, Netti Nurlenawaty, C. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan HARGA Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Rori El-BAkery Karawang). *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 1(1), 187–196.
- Kurriwati, N. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Universitas Trunojoyo Madura*, 1(1), 48–55.
- Manoppo, Natasya Pricillia Tamon W. S., L. F. T. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. DEFMEL Leilem*. 2(4).
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51.
- Mustamu, E. J., & Ngatno, N. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada KFC Sronдол. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 689–696.
- Nurjannah, N., & Ramadhan, F. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Golden & Cake Kota Palopo. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 85.
- Pratiwi, D. J., & Pusporini, W. (2022). *Penharuh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pusat Oleh-Oleh Bakpia Pathok Rizky Yogyakarta*. 8(2), 112–119.
- Sari, S. P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kue Xyz Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(4), 103–112.
- Shandy Widjoyo Putro, Hatane Semuel, Ritzky Karina, B. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen restoran happy garden surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Yulistria, R., Rosento, R., Handayani, E. P., Susilowati, I. H., & Aulia, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Mitra Bangun Perwira. *Swabumi*, 11(1), 13–22.