

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA RUMAH MAKAN MBAK SUPIANI
KABUPATEN KEPULAUAN TANIMBAR**

Alesya Susi Lerebulan¹, Polikarpus Lalamafu², Josinta A. Kau³

alesyasusilerebulan@gmail.com¹ polikarpuslalamafu@gmail.com² josintakau@gmail.com³

Program Studi Adiministrasi Bisnis
Universitas Lelemuku Saumlaki

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar. Metode pada penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Metode ini digunakan oleh peneliti karena dalam mengolah data penelitian yang akan menggunakan perhitungan statistik yang benar dan akan menampilkan hasil dalam bentuk angka. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang dipilih secara kebetulan (*aksidental sampling*), pada Rumah Makan Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar, yang berjumlah 80 responden untuk populasi dan untuk sampelnya berjumlah 44 konsumen. Skala pengukuran menggunakan skala Likert, skala ini digunakan untuk memberikan nilai pada setiap pertanyaan dan pernyataan yang diberikan. Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa besar r hitung dan r tabel, agar data tersebut dikatakan valid maka r hitung > r tabel dan uji reliabilitas digunakan untuk menghasilkan data yang reliabel, suatu data dikatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0,60, maka data tersebut reliabel untuk dapat diuji. Dalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan wawancara, observasi, studi kepustakaan dan kuesioner untuk mendapatkan data dan informasi yang lebih baik. Untuk teknik analisis data, peneliti menggunakan regresi linear sederhana dengan $Y = a + bx$. Berdasarkan hasil uji-t diperoleh nilai t hitung = 5,228 yang artinya t hitung > t tabel ($5,228 > 2,021$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya hipotesis (H_a) menunjukkan hasil Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar.

Kata Kunci : kualitas produk, kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan yang terjadi saat ini, dapat dilihat dalam berbagai kebutuhan dan keinginan, seperti sandang, pangan dan papan yang diperlukan pada semua aspek kehidupan dalam era globalisasi, serta ikut berdampak pada dunia usaha dalam persaingan. Perkembangan ini juga dapat ditandai dengan adanya peningkatan pada persaingan yang kuat diantara pebisnis satu dengan pebisnis lainnya yang sangat signifikan besar. Keadaan tersebut tidak sadar akan berakibat langsung pada pebisnis, yang selalu berusaha agar bisa mempertahankan bisnisnya dari ancaman eksternal yang terus terjadi pada setiap waktu. Pebisnis juga harus mampu untuk mengembangkan bisnisnya agar mendapatkan laba yang baik dan tetap mempertahankan kualitas dari sebuah produk yang akan dihasilkan. Cara ini dapat membantu pebisnis dalam memahami kebutuhan dan keinginan dari semua konsumen, karena konsumen pasti melihat produk yang memiliki kualitas bagus untuk memenui kebutuhan mereka.

Kualitas produk merupakan hasil yang didapatkan setelah membuat atau memproduksikan suatu produk untuk ditawarkan kepada konsumen. Kualitas produk juga dapat membantu produsen dalam memajukan usahanya ke tingkat yang lebih tinggi lagi. Produk yang baik akan dapat menarik konsumen dengan lebih cepat, karena konsumen selalu merasakan apa yang konsumen konsimsikan. Kualitas yang terjamin mutuhnya akan terus ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk digunakan dalam memenui kebutuhan hidup. Menurut Kotler dan Keller (2016:164) kualitas produk adalah sebuah pencapaian yang akan didapatkan oleh seseorang yang bisa menghasilkan sebuah barang yang bisa dirasakan oleh konsumen untuk dapat memenui kebutuhan mereka dan juga dapat membuat produk yang berkualitas yang dapat memberikan dampak yang baik produk yang dijual agar dapat kepada produk karenakan untuk lebih baik kedepannya. Suatu produk yang akan di buat oleh perusahaan harus benar-benar mampu untuk mempertahankan kualitas, karena bagian tersebut akan memberikan dampak kepada perusahaan. Menurut Fandy Tjiptono (2016) kualitas produk adalah salah satu usaha dari pihak yang menyediakan sebuah produk atau jasa untuk memenui kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Konsumen atau masyarakat yang ingin membeli suatu produk maka hal akan dilihat adalah kualitas produknya, apakah sesuai atau tidak.

Dengan adanya fenomena-fenomena yang terjadi pada Rumah Makan Mbak Supiani, pada saat peneliti melakukan observasi, peneliti menemukan bahwa beberapa konsumen atau masyarakat yang makan di Rumah Makan Mbak Supiani, sering merasakan ada makanan yang dipesan oleh konsumen mengalami penurunan. Berdasarkan Hasil identifikasi masalah yang terjadi pada Rumah Makan Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar, adalah sebagai berikut :

1. Ada konsumen yang mengeluh bahwa nasi yang disediakan oleh rumah makan mbak supiani terlalu lembek.
2. Terkadang juga ada beberapa lauk yang sering mengalami penurunan rasa.
3. Ada juga beberapa makanan yang terkadang daya tahannya tidak lama atau cepat basih pada saat konsumen melakukan pemesanan dalam bentuk di bungkus atau dos.
4. Seringkali konsumen merasa tidak puas dengan produk yang disediakan oleh Rumah Makan Mbak Supiani, karena produk tersebut mengalami penurunan dalam hal rasa.
5. Semua konsumen pasti menginginkan kepuasan yang mereka rasakan pada saat mengkonsumsi produk yang disediakan oleh Rumah Makan Mbak Supiani.
6. Terkadang kepuasan konsumen sering diabaikan oleh Rumah Makan Mbak Supiani, padahal kepuasan harus bisa untuk dipertahankan oleh pemilik Rumah Makan.

TINJAUAN PUSTAKA

Definisi Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu kemampuan dari seorang pebisnis untuk menghasilkan atau memproduksikan sebuah produk yang secara rasa dan bentuknya memiliki kualitas yang akan membuat konsumen tertarik untuk membeli atau mengkonsumsi produk tersebut. Produk yang berkualitas akan menambah minat beli konsumen, secara bersamaan keuntungan dari produk itu dapat dinikmati oleh pebisnis atau orang yang membuat produk. Menurut Fiana & Hartati (2022;17). Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah suatu perasaan yang akan dirasakan oleh konsumen, ketika konsumen tersebut akan merasakan produk dari tempat yang menjual produk itu. Kualitas produk juga akan dapat untuk membuat konsumen mempunyai kesukahan untuk terus membeli produk tersebut, serta konsumen akan membuat keputusan untuk terus ke tempat itu, jika produk, yang disediakan berkualitas yang akan menarik minat beli konsumen secara terus-menerus.

Indikator-Indikator Kualitas Produk

Dengan indikator-indikator tersebut menurut Kotler dan Keller (2016). adalah :

1. Kualitas yang dirasakan adalah sebuah perasaan yang akan dirasakan oleh seorang konsumen terkait dengan produk yang disajikan. Produk yang dibuat juga harus bisa untuk menarik konsumen mina beli konsumen. Kualitas juga menyangkut tentang tampilan luar dan dalam produk.
2. Daya tahan yang dimaksud adalah melihat umur dari produk memiliki jangka panjang atau pendek, agar dapat membuat produk tersebut aman dan baik di konsumsi. Produk harus bisa untuk memiliki daya tahan untuk dapat mencegah terjadinya produk yang rusak dan cepat basih.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi untuk mengetahui apakah produk yang buat oleh produsen mampu untuk memenui ketentuan dari konsumen atau tidak. Kesesuaian juga dapat diperhatikan oleh produsen, karena konsumen sangat rentan dengan produk yang tidak sesuai dengan apa yang mereka mintah.
4. Fitur merupakan suatu hal yang dapat di rancang oleh produsen untuk membuat kesan kepada produk yang akan dibuatnya. Sebelum konsumen melakukan pemesanan maka terlebih dahulu konsumen akan melihat fitur yang ditempel pada produk tersebut.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Kualitas produk akan selalu terjamin jika produk yang diproduksi oleh produsen bisa menarik minat konsumen. Kualitas merupakan bagian yang bisa dikatakan harus dapat dijaga oleh seorang produsen, karena konsumen selalu menginginkan produk yang berkualitas. Faktor tersebut sangat berpengaruh kepada konsumen yang hendak membeli produk atau jasa untuk bisa memenui kebutuhan mereka. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah produk Menurut Iis Maulidah (2018). diantaranya adalah :

1. Wujud Luar
wujud luar adalah suatu kemampuan yang akan diperlihatkan oleh produk kepada konsumen agar konsumen dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Terkadang ada beberapa konsumen sering untuk melihat sebuah produk dari luarnya, jika yang mereka lihat sesuai seperti yang di minta oleh konsumen maka hal ini akan sangat baik untuk produsen karena itu konsumen akan sangat puas.

2. Biaya Produk

Biaya produk adalah biaya yang dikeluarkan untuk perolehan suatu barang, misalnya harga produk serta budaya seingga barang tersebut sampai ke konsumen. Produk yang baik juga harus memperhatikan biaya dari satu produk yang akan dihasilkan. Produsen juga harus tetap untuk melihat biaya karena jika produk mahal dan penjualannya murah maka kerugian akan sangat terlihat.

3. Biaya Produk

Pada sebuah produk yang akan di produksi oleh produsen maka biaya dalam pemberiannya dapat di perhatikan agar tidak terlalu tinggi. Biaya produk adalah biaya yang dikeluarkan untuk perolehan suatu barang, misalnya harga produk serta budaya seingga barang tersebut sampai ke konsumen. Produk yang baik juga harus memperhatikan biaya dari satu produk yang akan dihasilkan. Produsen juga harus tetap untuk melihat biaya karena jika produk mahal dan penjualannya murah maka kerugian akan sangat terlihat.

4. Manajemen

manajemen adalah seseorang yang secara sistematis untuk mengatur segalah aktivitas bisnisnya agar segalahnya berjalan dengan apa yang ia kehendaki. Manajemen akan sangat berguna bagi seseorang yang dapat menggunakan pengematan biaya, menjaga pengeluaran yang berlebihan, meningkatkan pemesanan serta meningkatkan promosi yang dilakukan untuk mengenalkan produk baru mereka kepada masyarakat.

Defenisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah suatu ekspektasi atau perasaan yang akan dialami oleh konsumen ketika mengkonsumsi sebuah produk. Konsumen akan memberikan respon untuk produk yang berkualitas maupun tidak berkualitas karena itu merupakan perasaan yang dialami oleh konsumen. Kepuasan harus menjadi hal yang dapat di respon cepat oleh produsen untuk bisa mendapatkan perhatian konsumen akan produk tersebut. Kepuasan harus menjadi prioritas utama produsen dikarenakan, akan berdampak langsung pada promosi produk, penjualan produk dan pendapatan dari produsen. Menurut (Krisdianti & Sunarti, 2019), kepuasan konsumen adalah sebuah perasaan yang bisa dirasakan oleh konsumen. Dari kepuasan itu maka akan di respon oleh produsen karena produk berkualitas pasti memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Konsumen yang akan membeli sebuah produk untuk dikonsumsi, maka mereka harus merasakan puas karena puas dapat memberikan pemikiran positif untuk konsumen tentang kualitas produk yang baik.

Indikator-Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator adalah bagian yang tidak bisa di pisakan dari kepuasan konsumen karena hal tersebut merupakan sebuah alat untuk mengukur suatu variable. Adapun Indikator-indikator kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller, (2016), Yaitu :

1. Pembelian kembali adalah minat beli dari konsumen harus terus meningkat agar konsumen yang membeli produk tersebut dapat kembali membeli produk itu juga.
2. Kebutuhan adalah hal yang harus di siapkan oleh seorang produsen untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen.
3. Harapan adalah suatu perasaan yang diharapkan oleh konsumen agar produk yang mereka konsumsi dapat membuat mereka merasa puas dan harapan konsumen terpenuhi.

4. Harga adalah suatu nilai yang akan ditempel, pada sebuah produk yang akan di jual ke pesar dan akan di dinilai oleh pembeli.

Jenis-Jenis Kepuasan Konsumen

Jenis-jenis yang ada dalam kepuasan konsumen adalah untuk membedahkan kepuasan itu dalam bentuk seperti apa, kepuasan tersembunyi ataukah kepuasan yang tahan lamah menurut Iis Maulidah (2018) :

1. Kepuasan

Konsumen tidak akan puas dengan segalah produk yang mereka konsumsi , karena konsumen selau membuat rasa yang mereka miliki harus tetap untuk makan, agar konsumen selalu tidak merasa puas maka produsen harus tetap menjamin kualitas dari produk mereka, untuk kepentingan konsumen agar produsenpun mendapatkan keuntungan dari konsumen yang tidak merasa puas dengan produk mereka karena terlalu enak.

2. Kepuasan yang lemah

Konsumen yang merasakan produk yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen maka akan berdampak pada lemahnya kepuasan dari konsumen bisa berpengaruh pada usaha yang tidak bisa untuk menyediakan produk berkualitas kepada konsumen. Kepuasan yang lemah, artinya pertanda bahwa produsen tidak dapat memenui harapan dari konsumen.

3. Kepuasan tersembunyi

Kepuasan yang tersembunyi adalah kepuasan yang tidak dapat direspon oleh konsumen, kepuasan tidak boleh untuk di sembunyikan oleh konsumen, dikarenakan kepuasan harus di ungkapkan oleh konsumen kepada produsen agar menjadi motivasi dan pembelajaran untuk lebih memperbaiki produk yang mereka produksi.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Fandy T & Diana (2016:151-152), untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen maka itu ada beberapa faktor yang dapat berpengaruh untuk bisa menilainya dapat melalui faktor berikut ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Kualitas produk harus dapat terjamin, karena konsumen selalu menginginkan produk yang berkualitas untuk memuaskan mereka.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat penting untuk menunjukan kepada konsumen bahwa pelayanan yang disediakan ole produsen merupakan pelayanan yang terbaik.

3. Emosional

Secara emosional konsumen akan memberikan respek untuk produk yang benar-benar membuat mereka merasa puas akan produk itu.

4. Harga produk

Harga pada sebuah produk akan membuat seorang konsumen selalu berpikir untuk membeli produk atau jasa.

5. Biaya

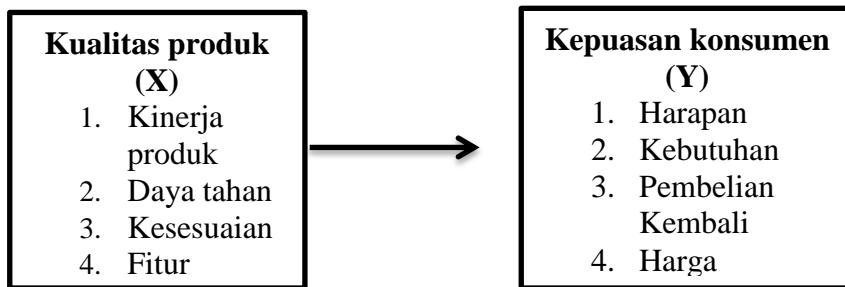
Biaya yang akan di keluarkan oleh produsen untuk memproduksi sebuah produk harus bisa imbang dengan harga yang akan ditaru pada produk tersebut.

Kerangka Pemikiran

Menurut sugiyono (2020), kerangka pemikiran adalah suatu kerangka yang menerangkan hubungan dan pengaruh antar variable yang akan digunakan peneliti untuk memecahkan suatu masalah ataupun fenomena yang terjadi pada suatu objek atau tempat

penelitian. Adapun kerangka pemikiran dapat di gambarkan sebagai berikut :

Ganbar 2.1
Kerangka pemikiran



METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan pendekatan ini dimaksudkan untuk dapat menghasilkan hasil dalam bentuk angka atau statistik. Dengan desain penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk dapat mengetahui apakah terjadi pengaruh antara variabel kualitas Produk (X), terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) atau tidak. Desain kausalitas adalah sebuah desain yang akan muncul ketika adanya suatu fenomena yang akan menyebabkan sabab akibat, maka dengan itu seorang peneliti yang akan menggunakan desain kausalitas maka orang tersebut harus melihat fenomena yang terjadi disekitar apakah terjadi fenomena yang menghakibatkan sebab akibat itu muncul, menurut Sugiyono (2017).

Populasi

Menurut Sugiyono (2020), populasi adalah subjek yang akan dijadikan data untuk mengukur suatu masalah pada tempat penelitian. Populasi dari penelitian ini merupakan konsumen yang berbelanja pada Rumah Makan Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar. Populasi ini dipilih karena dari sekian banyak konsumen yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Mbak Supiani. Dengan adanya populasi yang ada peneliti telah mendapatkan populasi sebanyak 80 responden.

Sampel

Sampel yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah sampel yang diambil secara kebetulan (*aksidental sampling*), dengan menggunakan rumus bahwa ini maka, peneliti bisa mendapatkan jumlah sampel yang di dapatkan melakuhi rumus dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Presentase (10%)

Berdasarkan rumus *slovin* diatas, maka jumlah sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{80}{1 + 80 \cdot (0,1)}$$

$$n = \frac{80}{81 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{80}{1,81}$$

$$n = 44$$

Teknik Analisa Data

Menurut Zainuddin Iba, (2023). Adapun teknik analisi data yang digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data yang akan diuji untuk mendapatkan hasil yang benar atau valid adalah metode regresi linear sederhana. Adapun rumus model regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = kepuasan konsumen

X = kualitas produk

a = Konstanta

b = Koefesien regresi

Teknik Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah untuk menguji asumsi yang dibangun oleh seseorang peneliti, agar hipotesis tersebut dinyatakan terbukti maka seorang peneliti harus untuk menggunakan rumus yang sesuai dengan penelitian yang digunakan oleh peneliti tersebut. Untuk menguji hipotesis maka digunakan uji t (t-test) pada taraf nyata (0,05) dengan uji dua arah. Akbar P Setiady dan Usman Husaini. (2017 : 204), dalam bukunya Pengantar Statistik mengemukakan formula uji adalah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r}$$

Dimana :

n = Jumlah responden

r = Koefesien korelasi

R^2 = Koefesien determinasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas variabel kualitas produk dilakukan terhadap 8 pertanyaan dan uji validitas variabel kepuasaan konsumen dilakukan terhadap 8 pertanyaan. Setelah melalui beberapa tahap pengujian, diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut :

1. Nilai r. Jika $r_{hitung} > r_{table}$ = butir pertanyaan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{table}$ = butir pertanyaan tidak valid

Tabel 4.5.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X)	Item 1	0, 749	0, 304	Valid
	Item 2	0, 423	0, 304	Valid
	Item 3	0, 438	0, 304	Valid
	Item 4	0, 822	0, 304	Valid
	Item 5	0, 488	0, 304	Valid
	Item 6	0, 355	0, 304	Valid
	Item 7	0, 842	0, 304	Valid
	Item 8	0, 519	0, 304	Valid

Kepuasan Konsumen (Y)	Item 1	0, 474	0, 304	Valid
	Item 2	0, 620	0, 304	Valid
	Item 3	0, 595	0, 304	Valid
	Item 4	0, 399	0, 304	Valid
	Item 5	0, 794	0, 304	Valid
	Item 6	0, 822	0, 304	Valid
	Item 7	0, 626	0, 304	Valid
	Item 8	0, 712	0, 304	Valid

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, terlihat bahwa nilai r_{hitung} pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing dari ke-2 variabel di atas dinyatakan semua pernyataan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,304.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan agar hasil pengukuran dari kuesioner yang dibagikan oleh peneliti dapat memberikan hasil yang reliable. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* (α). Sebuah pertanyaan dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* (α) > 0.60 . Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6.
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.718	8

Sumber : hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X (kualitas produk) diatas, pertanyaan mendapatkan nilai *cronbach's alpha* (α) sebesar 0.718. maka itu dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut bersifat reliable, karena lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.7.
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasaan Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0. 809	8

Sumber : hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Y (kepuasaan konsumen) diatas, pertanyaan mendapatkan nilai *cronbach's alpha* (α) sebesar 0.809. maka itu dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut bersifat reliable, karena lebih besar dari 0,60.

Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar. Adapun regresi linear sederhana dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Perhitungan Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients	
Model		B	Std. Error
1	(Constant)	2.637	4.278
	Kualitas produk	0.876	0.167
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen			

Sumber : hasil penelitian, 2025

Berdasarkan tabel 4.8 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS 26, maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut : $Y = a + bX$

$$Y = 2.637 + 0.876$$

Model persamaan pada tabel 4.8 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta yaitu 2.637 angka ini menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk (X) konstan maka variable kepuasan konsumen (Y) sebesar 2.637.
2. Besarnya koefisien regresi bX yaitu 0,876, hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya variable kualitas produk (X) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan minat kepuasan konsumen sebesar 8,76 %.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah dalam penelitian. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t, berikut penjelasannya:

4.4.1. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari setiap variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Diketahui t-tabel sebesar 2.021. Nilai ini didapatkan dari rumus $df = n - 2$ dimana n adalah jumlah sampel $44 - 2 = 42$, maka hasil t tabel diperoleh 2.021. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.637	4.278		0.616	0.541
	Kualitas produk	0.876	0.167	0.628	5.228	0.000
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						

Sumber : Hasil penelitian, 2025

Dasar pengambilan keputusan jika t hitung $>$ t tabel ($5.228 > 2.021$) dan nilai sig $0.000 < 0.05$ maka dapat dikatakan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel di atas, berikut ini dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial yaitu, didapatkan hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel

kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} $5.228 > t_{tabel}$ 2,021 dan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Hal ini berarti variabel kualitas produk (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara

kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar.

4.4.2. Koefisien Determinasi (R2)

Selanjutnya dengan melihat R-Square akan dapat dilihat bagaimana sebenarnya nilai kontribusi kedua variabel bebas terhadap variabel terikat:

Tabel 4.10
Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	0.628 ^a	0.394	0.380		3.153
a. Predictors: (Constant), kualitas produk					

Sumber : Hasil penelitian, 2025

Melalui tabel di atas terlihat bahwa nilai R adalah 0,628 dan R Square adalah 0,394 atau 39,4%, maka diketahui bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 39,4%. Artinya secara bersama-sama variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah 39,4% sedangkan sisanya yaitu 60,6 dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan Variabel

Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang dikembangkan dari indikator pada masing-masing variabel penelitian. Dari hasil validitas terhadap masing-masing variabel penelitian ditemukan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel telah valid. Dan melalui uji reliabilitas ditemukan bahwa seluruh butir pernyataan telah reliable pada masing-masing variabel penelitian dapat dibuktikan reliabilitasnya. Karena kuisioner telah valid dan reliable maka kuisioner penelitian merupakan alat yang handal untuk mengukur masing-masing variable penelitian.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai t_{hitung} $5,228 > t_{tabel}$ 2,021 dan nilai signifikan (sig) $0,000$ lebih kecil dari nilai α $0,05$. Artinya $0,000 < 0,05$. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa variabel kualitas produk (X) memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen ditunjukan oleh nilai koefisien regresi kualitas produk sebesar $b_1 = 0.876$ ada model persamaan regresi linier sederhana $\hat{Y} = 2.637 + 0.876X$

Kualitas produk merupakan kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melibih harapan. Jika kualitas produk yang dirasakan konsumen memenuhi harapan mereka, maka konsumen akan puas dan diharapkan kembali membeli produk tersebut. Kualitas produk harus mampu melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk menjadi hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan

produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena pada saat penelitian ini dilakukan, dilihat semakin kita memberikan kualitas yang terbaik maka konsumen atau pelanggan semakin puas. Kualitas produk harus mampu untuk menjawab segalah bentuk yang kehinginan dari konsumen untuk terus memberikan hasil yang terbaik dan dapat mempertahankan kualitas yang dimilikinya. Rumah mbak supiani harus bisa untuk terus menjaga kualitas produk mereka dari persaingan kuliner yang semakin ketat pada saat ini, jika mbak supiani mempu untuk menjaga kualitas produknya maka hal tersebut akan sangat berdampak baik pada usahanya sendiri.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar, hal ini ditujukan dengan nilai t_{hitung} 5,228 lebih besar dari nilai t_{tabel} 2,021 ($5,228 > 2,021$), dengan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil tersebut, berarti semakin tinggi kualitas produk maka konsumen akan semakin puas. Hasil tersebut juga dapat dilihat dengan jelas untuk uji t hitung dan t tabel. Menunjukan nilai yang sama. Berdasarkan pada tabel 4.9 dibawah ini, yang mana tabel ini menjelaskan tentang hasil uji yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang akan di pakai dalam menjawab hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti.

Dengan adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan mbak supiani, maka dengan ini dapat meningkatkan :

1. Harapan bagi pemilik rumah makan yang ingin memenui harapan dari konsumen, agar konsumen selalu merasa puas dengan produk yang disediakan.
2. Dapat memenui kebutuhan dari setiap konsumen yang ingin membeli produk pada rumah makan mbak supiani.
3. Pembelian Kembali pada rumah makan mbak supiani, dikarenakan konsumen merasakan kepuasan tersendiri.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini, kepada Rumah Makan Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar adalah sebagai berikut:

1. Kepada RM. Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk agar konsumen lebih memilih Mbak Supiani Kabupaten Kepulauan Tanimbar untuk melakukan pembelian makanan dan minuman dengan cara memberikan kenyamanan bagi konsumen selama berada di rumah makan, selain itu selalu berusaha untuk memberikan produk yang berkualitas.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diketahui besarnya koefisien pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu peneliti selanjutnya disarankan untuk mampu mengembangkan hasil dari penelitian ini. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden dalam penghitungan sampel dan menambah variabel penelitian karena berhubung variabel yang diajukan saat ini hanya mempengaruhi sebesar 39,4% dan masih kurang 60,6%

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Purnomo Setiady dan Usman Husaini. 2017. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2019. Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sunyoto. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT Buku Seru.
- Daryanto dan Setyobudi, I. (2015:43). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fiana, E. O., & Hartati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Managemen*. 15th Edition. Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall*. Twelfth Edition. Pearson Education, Inc, England.
- Iis Maulidah (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember
- Krisdianti, D. L., & Sunarti, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 70(1), 36–44.
- Yetty Husnul Hayati 2015. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Diresstoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo, Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan *Lecturer of Economic Faculty at Pakuan University*
- Nugraha, M, V, J. (2022). Lojonggo Ayam Geprek Mie Emosi Kediri Di Masa Pandemi Covid-19 Tinjauan pustaka. *Jurnal Mahasiswa Prodi Manajemen*, 3, 1–13.
- Suparyanto, R., & Rosad. (2015).*Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Sugiyono, (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. Sumber Daya Manusia. CAPS. Yogyakarta