ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN MINUMAN COKELAT NYOKLAT KLASIK DI KECAMATAN KOTA SUMENEP KABUPATEN SUMENEP

Wildanun Hamisati^{1)*}, RP. Much. Muchtar²⁾

¹⁾ Mahasiswa Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Unija,
email: wildaprastama@gmail.com

²⁾ Dosen Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Unija,
email: muchtar@wiraraja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel apa saja dan variabel yang dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Variabel yang diteliti adalah kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3), rasa (X4), dan kualitas pelayanan (X5). Jenis penelitian adalah deskriptif dan kuantitatif. Penelitian dilakukan di tiga kedai Nyoklat Klasik di Kecamatan Kota Sumenep dengan menggunakan kusioner. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden dengan metode aksidental sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian diperoleh persamaan duga regresi linier berganda yang terbentuk adalah $Y = 4,769 + 0,123X_1 + 0,224X_2 + 0,097X_3 + 0,058X_4 + 0,300X_5 + e$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen Nyoklat Klasik adalah kualitas pelayanan, dan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen Nyoklat Klasik adalah kualitas pelayanan.

Kata Kunci: *Harga, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Rasa, Kualitas Pelayanan.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era perekonomian modern, kepuasan konsumen menjadi hal yang wajib diperhatikan oleh perusahaan di tengah persaingan yang ketat.

Salah satu merek minuman 1. coklat yaitu Nyoklat Klasik yang letaknya berada di Daerah Sumenep. Usaha minuman coklat Nyoklat Klasik mendapatkan tantangan 2. agar mengetahui minat dan kesukaan konsumen sehingga konsumen tetap membeli produk tersebut dan tidak beralih pada produk lain. Berdasarkan latar belakang di atas perlu kiranya diketahui kepuasan konsumen minuman

cokelat Nyoklat Klasik.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan suatu masalah sebagai berikut :

1. Variabel apayang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap minuman coklat Nyoklat Klasik di Kecamatan Kota Sumenep ?
2. Variabel apa yang dominan mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen minuman coklat Nyoklat Klasik di Kecamatan Kota Sumenep ?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah

penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret sampai April 2019. Variabel yang digunakan ada dua jenis yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y) dan variabel bebasnya adalah kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3), rasa (X4), dan kualitas pelayanan (X5).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nyoklat Klasik yang membeli di tiga kedai Nyoklat Klasik yang dipilih. Sampel yang diambil menggunakan aksidental sampling.

Menurut Hair et al., 1998 (dalam Ulum, 2011:74) penentuan jumlah sampel yaitu antara jumlah subjek dan jumlah variabel independen sekitar 15 hingga 20 subjek per variabel independen, sehingga sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden.

Pengujian instrument dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Pada uji validitas pertanyaan pada kusioner adalah valid apabila r hitung $>$ r tabel begitu pula sebaliknya. Pada uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Alpha Chronbach, yaitu apabila variabel memberikan nilai Alpha Chronbach $>$ 0,60, maka variabel tersebut reliable.

Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Model regresi berganda disebut baik jika memenuhi asumsi normalitas dan dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik lainnya seperti uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Perhitungan analisis data menggunakan bantuan program komputer pengolah statistik yaitu SPSS.

Terdapat lima variabel bebas dalam penelitian ini, sehingga persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan konsumen

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien regresi variabel bebas

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

X3 = Citra merek

X4 = Rasa

X5 = Kualitas pelayanan

Selanjutnya pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Taraf nyata yang digunakan (α) sebesar 5% dengan derajat kebebasan $df = (k ; n-k)$. Bila nilai probabilitas F-hitung kurang dari 5% maka keputusan yang di ambil adalah menolak H_0 dan menerima H_a . Bila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sebaliknya, bila $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima.

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh-pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (individual). Taraf nyata yang digunakan (α) sebesar 5% dengan derajat kebebasan : $df = t(\alpha/2 ; n - k - 1)$. Bila nilai probabilitas dari t-hitung kurang dari 5% maka keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_a . Bila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak,Sebaliknya bila $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$ maka H_a diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Regresi Linier Berganda

Hasil dari penelitian dengan

Tabel 1.1 Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Nilai Standar Koefisien
Konstanta	4,769
Kualitas Produk	0,123
Harga	0,224
Citra Merek	0,097
Rasa	0,058
Kualitas Pelayanan	0,300

Sumber: Data Diolah (2019).

Berdasarkan Tabel 1.6 di atas diperoleh persamaan duga regresi linier berganda lima prediktor sebagai berikut:

$$Y = 4,769 + 0,123X_1 + 0,224X_2 + 0,097X_3 + 0,058X_4 + 0,300X_5 + e$$

a. Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3), rasa (X4), dan kualitas pelayanan (X5) secara simultan

b. Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.2 Uji t

Variabel	Nilai t-hitung	Nilai Signifikansi
Kualitas Produk	1,136	0,259
Harga	1,891	0,062
Citra Merek	0,865	0,389
Rasa	0,512	0,610
Kualitas Pelayanan	2,917	0,004

Sumber: Data Diolah (2019).

program SPSS 22.0 diperoleh hasil seperti pada tabel berikut ini:

terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 14,389 > F_{tabel} 2,31$ pada signifikansi $\alpha = 5\%$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3), rasa (X4), dan kualitas pelayanan (X5) secara simultan terhadap kepuasan konsumen minuman coklat Nyoklat Klasik (Y).

Dari hasil penelitian diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,989 pada $\alpha = 5\%$. Berdasarkan tabel uji t di atas dapat dijelaskan dari masing-masing variabel bebas sebagai berikut:

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,136 < 1,989$. Sehingga tidak terdapat pengaruh kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik (Y). Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas

- 2) Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,891 < 1,989$. Sehingga tidak terdapat pengaruh harga (X2) terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik (Y). Kesesuaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan Nyoklat Klasik perlu dipertimbangkan kembali..

- 3) Pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh citra merek (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $0,865 < 1,989$. Sehingga tidak terdapat pengaruh citra merek (X3) terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik (Y). Hal ini dipengaruhi karena nama merek

Nyoklat Klasik kurang mudah untuk diingat.

- 4) Pengaruh rasa terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh rasa (X4) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $0,512 < 1,989$. Sehingga tidak terdapat pengaruh rasa (X4) terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik (Y). Hal ini dipengaruhi rasa dari minuman cokelat Nyoklat Klasik yang disajikan terkadang masih berubah-ubah untuk varian rasa yang sama sehingga kurang sesuai dengan selera mereka.

- 5) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial pengaruh kualitas pelayanan (X5) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,917 > 1,989$. Sehingga terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X5) terhadap kepuasan konsumen minuman cokelat Nyoklat Klasik (Y). Hal ini dipengaruhi karena variabel kualitas pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai R^2 sebesar 0,434. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 43,4% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, citra merek, rasa, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 56,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minuman coklat Nyoklat Klasik (Y) di Kecamatan Kota Sumenep adalah variabel kualitas pelayanan (X5).
2. Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen minuman coklat Nyoklat Klasik di Kecamatan Kota Sumenep adalah variabel kualitas pelayanan (X5).

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiastuti, R., 2017, “*Metode Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian: Dilengkapi Pengenalan Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi Kuantitatif - Kualitatif*”, Cetakan Pertama, UB Press, Malang, Diakses pada <https://books.google.co.id/books?isbn=6024324332>, [26 Februari 2019].
- Janie, D. N. A., 2012, “*Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*”, Semarang University Press, Semarang, Hal. 13, Diakses pada <http://repository.usm.ac.id/files/bookusm/B208/20170519022209Statistik-Deskriptif-&-Regresi-Linier-Berganda-dengan-SPSS.pdf>, [26 Februari 2019].
- Kaihatu, T. S., Daengs, A., dan Indrianto, A. T.L., 2015, “*Manajemen Komplain*”, Edisi I, ANDI, Yogyakarta, Diakses pada <https://books.google.co.id/books?isbn=9792923969>, [22 Februari 2019].
- Kurniawati, D. Suharyono. Kusumawati, A., 2014, “Pengaruh Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14, No. 2, Universitas Brawijaya, Malang, hal. 3-4, Diakses pada <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/583>, [11 Januari 2019].
- Riyono, dan Budiharja, G. E., 2016, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA”, *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, STIE Semarang, Semarang, Diakses pada <https://media.neliti.com/media/publications/133954-ID-pengaruh-kualitas-produk-harga-promosi-d.pdf>, [13 Desember 2018].
- Susanto, A. B., dan Wijarnoko, H., 2004, “*Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*”, Cetakan Pertama, Quantum Bisnis dan Manajemen, Jakarta Selatan, Diakses pada <https://books.google.co.id/books?isbn=9793758023>, [25 Februari 2019].