

Analisis Pengaruh Signifikan Antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Regresi Linear pada UMKM Qonita Rajut

Ulfa Chusnia Wahyunita¹ dan Isna Nugraha²

^{1, 2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No. 1, Gn. ANyar, Kota Surabaya, Jawa Timur 60294

¹ulfawahyunita93@gmail.com, ²isna.nugraha.ti@upnjatim.ac.id,

Abstrak

UMKM Qonita Rajut merupakan usaha yang bergerak dibidang manufaktur salah satunya adalah usaha yang memproduksi berbagai macam produk seperti dress, topi, sandal, sepatu, selimut, dan juga tas rajut. Permasalahan yang dihadapi UMKM Qonita Rajut pada saat ini adalah ingin mempertahankan usaha agar berkembang dan stabil, oleh karena itu UMKM Qonita Rajut melakukan penelitian yang bersangkutan dengan hal-hal yang dapat memberi pengaruh signifikan antara kualitas produk yang ditawarkan dan kepuasan konsumen dengan mengaplikasikan metode uji regresi linear sederhana. Data pada penelitian ini merupakan data yang berasal dari konsumen pelanggan UMKM Qonita Rajut. Data tersebut diperoleh dari pengisian koesioner. Tujuannya untuk melihat hal-hal yang signifikan dapat memberikan pengaruh antara kualitas produk yang ditawarkan terhadap kepuasan konsumen UMKM Qonita Rajut. Hasilnya menunjukkan bahwa hubungan (korelasi) sebesar 0,930. Sehingga kesimpulannya adalah adanya pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk yang ditawarkan dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu UMKM Qonita Rajut harus bisa mempertahankan kualitas produknya agar usahanya bisa berkembang dan stabil.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Uji Regresi Linear Sederhana

Abstract

UMKM Qonita knitting is a business engaged in manufacturing, one of which is a business that produces various kinds of products such as dresses, hats, sandals, shoes, blankets, and also knitted bags. The problem currently faced by the Qonita Knitting SMEs is to keep their business growing and stable, therefore the Qonita Knit SMEs want to conduct research on what factors have significant effect on product quality offered and consumer satisfaction using a simple linear regression test method. The data used is data obtained from the UMKM customers of Qonita Knitting. The data was obtained from filling out the questionnaire. The goal is to see significant factors product quality offered and consumer satisfaction at the Qonita Knitting UMKM. The results show that the correlation is 0.930. So it can be concluded that there is a significant influence of product quality offered on consumer satisfaction. Therefore, the Qonita Knitting MSMEs required to be able to maintain the quality of its products so business can develop and be stable.

Keywords: Customer Satisfaction, Product Quality, Simple Linear Regression Test

Article History:

Received 25 Dec 2022

Revised 28 March 2023

Accepted 11 May 2023

Available online 11

May 2023

1. Pendahuluan

Tingkat persaingan bisnis di seluruh dunia terlihat semakin ketat, sehingga mendorong berbagai perusahaan untuk meningkatkan inovasi dalam menciptakan suatu produk yang dapat menjadi daya tarik dan diminati konsumen (Ismayana & Hayati, 2018). Ketika memutuskan untuk membeli sebuah produk, konsumen tentunya dipengaruhi oleh banyak hal, antara lain dengan menggali berbagai informasi terkait produk dan sumber informasi yang paling utama salah satunya adalah komersial dalam berbagai bentuk. Besarnya tingkat keputusan konsumen terhadap pembelian produk yang dipasarkan perusahaan adalah keinginan dari setiap perusahaan, dengan demikian perusahaan dituntut untuk dapat melaksanakan strategi penjualan yang tepat seperti memperhatikan kualitas produk (Anggraini et al., 2020).

Pada dasarnya hal paling utama dalam kegiatan pemasaran adalah sebuah produk, karena luaran yang dihasilkan dari aktivitas suatu perusahaan atau usaha bisnis, selanjutnya dipasarkan kepada konsumen guna kebutuhan dan keinginan masyarakat terpenuhi yaitu suatu produk. Hal tersebut menyebabkan suatu produk harus memiliki keunggulan dan keunikan yang berbeda dari produk lain yang berada di pasaran, salah satu yang harus ditawarkan adalah dari segi kualitas produk tersebut yang lebih unggul, karena pada dasarnya hal yang paling utama dalam menentukan pilihan produk yang dibeli oleh konsumen harus didasarkan pada kualitasnya (Qothrunnada et al., 2022). Kualitas produk menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen untuk mendapatkan korelasi yang baik dengan perusahaan yang menyediakan produk (Donoriyanto & Nugraha, 2021), dengan adanya hubungan dua arah antara konsumen dan pihak perusahaan tersebut akan memberikan sebuah kesempatan besar kepada perusahaan untuk mengetahui dan mencari tahu apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, serta konsumen selalu menginginkan untuk dapat membeli produk yang mereka bayar dengan kualitas yang terbaik. Pada dasarnya hal yang harus dimiliki produk dengan fungsi untuk memenuhi kebutuhan konsumen merupakan kualitas produk (Tirtayasa et al., 2021).

UMKM Qonita Rajut merupakan salah satu usaha yang menekuni bidang manufaktur yaitu *fashion* di Tuban. Saat ini UMKM Qonita Rajut ingin mengetahui pengaruh apa saja yang signifikan terhadap kualitas produk yang ditawarkan dan kepuasan pelanggan. Sehingga, peneliti menggunakan metode uji regresi linear sederhana. Uji validitas dapat mengetahui sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur suatu permasalahan dan reliabilitas yang dapat dipercaya dengan menerapkan uji regresi linear sederhana digunakan karena untuk mengetahui adanya keterikatan antar variabel (Imron, 2019).

Pentingnya penelitian ini dilakukan karena untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan kualitas produk yang ditawarkan dan kepuasan pelanggan. Saat ini UMKM Qonita Rajut sedang melakukan evaluasi terhadap usahanya agar tetap stabil dan berkembang, maka UMKM Qonita Rajut sedang melakukan penelitian tentang pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Tujuannya adalah untuk melihat adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk yang ditawarkan dengan kepuasan pelanggan. Ditemukan dari beberapa hasil penelitian sebelumnya membuktikan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menambah kepuasan pelanggan (Ibrahim Malik, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Imran Imron : pengamatan dilakukan di Tangerang tepatnya di perusahaan CV. Meubele Berkah Tangerang, apabila perusahaan memperhatikan kualitas produk maka akan mendapatkan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Apabila CV. Meubele Berkah Tangerang menambah kualitas produk yang ditawarkan (variabel X) sehingga kepuasan konsumen (variabel Y) juga bertambah. Akan tetapi jika kualitas produk yang ditawarkan (variabel X) CV. Meubele Berkah Tangerang kurang baik, kepuasan konsumen dengan CV. Meubele Berkah Tangerang akan menurun (variabel Y). Hal ini didasarkan pada uji-t (uji parsial) dihasilkan t hitung kualitas produk yang ditawarkan (variabel X) 7,981 lebih besar dari nilai t tabel 2,045 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan 0,05. Nilai t hitung berada di angka positif dan berdasarkan uji determinan, adanya pengaruh kualitas produk yang ditawarkan (variabel X) terhadap kepuasan konsumen (variabel Y) 68,4%. Dapat diartikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan (variabel X) berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen (variabel Y), dan 31,6% dapat dipengaruhi oleh hal lain (Imron, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Mahira, dkk: PT. Telkom akses masa ini sedang mengalami permasalahan kualitas produk serta kualitas pelayanan yang ditawarkan, untuk dapat mengatasi permasalahan tersebut maka perusahaan melakukan penelitian tentang mengetahui kualitas produk

yang ditawarkan serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan kepuasan pelanggan Indihome. Tujuannya untuk melihat, menganalisa, dan menelaah tentang pengaruh kualitas produk yang ditawarkan serta kualitas pelayanan yang diberikan dengan tingkat kepuasan pelanggan Indihome. Peneliti menggunakan data kuantitatif dengan populasi sampel sebesar 50 pelanggan yang sudah pernah menggunakan atau bahkan sedang menggunakan Indihome di wilayah Tanjung Priok, Jakarta Utara dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebagai penelitiannya. Perusahaan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS 3.0 untuk melakukan sebuah analisis agar dapat melihat pengaruh kualitas produk yang ditawarkan dengan kepuasan pelanggan Indihome. Terlihat hasil penelitiannya adalah kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan berdampak besar terhadap kepuasan konsumen (Mahira, Hadi Prasetyo, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Freekley Steyfli Maramis, dkk : PT. Air Manado sedang melakukan penelitian tentang pemberian kualitas produk air yang ditawarkan berdasarkan kebutuhan konsumen karena adanya kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen sehingga membuat konsumen merasa yakin untuk membeli air dengan harga yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan yang diperoleh. Tujuannya untuk melihat adanya pengaruh:

1. Kualitas harga, produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan dengan tingkat kepuasan yang didapatkan konsumen pada PT. Air Manado.
2. Kualitas produk yang ditawarkan dan tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Air Manado.
3. Harga produk yang diberikan dengan tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Air Manado.
4. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Air Manado dengan tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Air Manado.

Dalam penelitiannya perusahaan mengaplikasikan metode analisis regresi linear berganda dengan uji parsial, sehingga hasilnya yang didapatkan adalah variabel kualitas produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen (Maramis Freekley, Sepang Jantje, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Rizka Bayu Aditya: PT. Tirta Kencana Mekar sedang melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan yang diberikan dapat memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan yang ditentukan melalui kualitas dan harga produk. Rizka Bayu Aditya menggunakan kuesioner dalam penelitian yang ditujukan untuk konsumen air minum kemasan yang disebarluaskan dan didapatkan 43 responden. Hasil yang didapatkan adalah terdapat tiga variabel (kualitas produk yang ditawarkan, harga, dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan) yang diteliti dapat membuktikan bahwa hal ini dapat mempengaruhi variabel kepuasan konsumen. Hasil tersebut didapatkan dari data kuesioner yang dianalisis kuantitatif dengan menerapkan uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik serta analisis regresi berganda, yang dalam pelaksanaan pengolahan datanya menerapkan serta mengimplementasikan hipotesis melalui uji-t juga uji-f, setelah itu analisis deterministik. Hasil yang didapatkan setelah melakukan uji F adalah variabel kualitas produk yang ditawarkan, harga yang sesuai, dan pelayanan yang diberikan sangat memberikan pengaruh kepada kepuasan pelanggan. Angka *adjusted R square* menunjukkan 57,7% kepuasan yang didapatkan pelanggan dapat dijabarkan oleh tiga variabel (kualitas produk yang ditawarkan, harga, dan pelayanan yang diberikan) dalam persamaan regresi dan 42,3% didapatkan dari variabel lain (Aditya, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Rizal : menerapkan pendekatan kuantitatif dan sampel probabilitas. Populasinya berasal dari pelanggan PT. Satria Nusantara Jaya dan mendapatkan 100 pelanggan dengan menggunakan rumus slovin untuk mendapatkan banyaknya sampel. Cara menganalisis penelitian ini dilakukan dengan cara survey atau memberikan kuesioner kepada pelanggan PT. Satria Nusantara Jaya. Hasilnya dapat diketahui pada saat melakukan penelitian ini adalah kualitas produk yang ditawarkan, harga dan promosi penjualan yang diberikan memiliki dampak yang bersamaan terhadap keinginan pelanggan membeli di PT. Satria Nusantara Jaya. Hasil tersebut diketahui karena data yang diperoleh telah dianalisis dengan Uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik, uji regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien deterministik, uji-t, uji-F. jika didasarkan pada analisis regresi linier berganda diperoleh $Y = -2,629 + 0,060 X_1 + 0,825 X_2 + 0,092 X_3 + e$. Hasil Uji-t dan uji parsial dilaksanakan dan hasilnya t-hitung lebih tinggi dari t-tabel ($X_1 = 2,339 > 1,660, X_2 = 26,450 > 1,660, X_3 = 3,0153,09$) (Irawan, 2020).

Penelitian oleh Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil : populasi yang digunakan dalam penelitiannya menggunakan 50 responden yang berperan sebagai konsumen dengan teknik *purposive*. Lalu menggunakan metode uji regresi berganda berfungsi untuk menguji hipotesis. Lalu hasilnya adalah adanya hubungan dan variasi yang signifikan antara kualitas produk yang ditawarkan dengan

kepuasan pelanggan. Akan tetapi, kualitas pelayanan yang diberikan tidak mampu menunjukkan kesinambungan dengan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memperbaiki dan mengevaluasi kualitas pelayanan dengan cara meninjau kembali hambatan yang ada di perusahaan atau dengan memperbaiki secara berkelanjutan agar perusahaan mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Ibrahim Malik, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Rahman Raka Aditia, dkk : penelitian di PT Yamaha A. Rivai Palembang ini memiliki tujuan untuk melihat adanya pengaruh kualitas produk yang dimiliki PT Yamaha A. Rivai Palembang dengan tingkat kepuasan pelanggan sepeda motor NMAX di PT Yamaha A. Rivai Palembang. Dalam penelitian yang dilakukan, mendapatkan hasil bahwa kualitas produk yang ditawarkan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($15,209 > 2,01$) dan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Kesimpulannya, kualitas produk memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta untuk uji koefisien korelasi (R) mendapatkan hasil 0,910 yang artinya keterkaitan antara kualitas produk yang ditawarkan dan kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan adalah sangat besar (91%). Koefisien determinasi (R^2) 0,828 artinya keterlibatan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan dapat memberikan gambaran kepuasan yang didapatkan pelanggan 82,8% dan 17,2% lainnya mendapatkan pengaruh variabel lain. Hasil tersebut didapatkan dengan teknik *accidental sampling* untuk memperoleh data dengan banyaknya responden berjumlah 50. Pengumpulan data responden dengan pengisian kuesioner serta tanya jawab kepada konsumen yang kemudian dianalisis dengan metode uji regresi linier sederhana bantuan *software* SPSS V22 (Aditia et al., 2020).

Penelitian oleh Linda Lores dan Retnawati Siregar : berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dari biaya kualitas memiliki keterkaitan langsung serta memiliki dampak pada proses produksi dan kualitas produk yang ditawarkan. Beragam biaya kualitas yang sangat berdampak pada proses produksi dan kualitas produk yang ditawarkan yaitu biaya yang dihasilkan dari aktifitas penanganan seperti biaya pencegahan dan evaluasi. Dengan adanya penetapan biaya kualitas dapat memperoleh dan menerapkan kualitas produk yang baik sejak proses produktivitas sampai menjadi sebuah produk sehingga dapat menjadikan kepuasan konsumen sejalan dengan kualitas pada dasarnya. Biaya kesalahan berbanding terbalik dengan biaya pencegahan dan evaluasi terhadap kualitas produk dan proses produksi. Dengan hal ini, perusahaan harus melakukan pengurangan biaya kualitas serta memperbaiki dan menambah kualitas produk bagi konsumen mereka dengan menerapkan siklus pencegahan-evaluasi-kesalahan (P-A-F) klasik (Lores & Siregar, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Satria Tirtayasa, Anggita Putri Lubis, dan Hazman Khair : berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang menerapkan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan data sejumlah 210 responden maka didapatkan beberapa hasil yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Kualitas produk yang ditawarkan sangat memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan.
2. Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan.
3. Kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan melakukan pembelian.
4. Kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan melakukan pembelian.
5. Keputusan dalam membeli produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan.
6. Keputusan dalam membeli produk memiliki fungsi sebagai perantara antara kualitas produk yang ditawarkan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan.
7. Keputusan dalam membeli produk memiliki peran penting untuk menjadi perantara antara kepercayaan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan di *Online shop* Alanza Hijab Kota Medan (Tirtayasa et al., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Arini Isfahil, Feti Fatimah, dan Wahyu Eko S : penelitian ini mengumpulkan data dengan cara observasi, tanya jawab dan kuesioner yang dilakukan kepada 95 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hal tersebut bertujuan agar dapat mengetahui pemahaman responden terhadap setiap variabel yang ingin diteliti. Penelitian ini menggunakan analisis uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas dan uji-t koefisien determinasi untuk memperoleh hasil yang maksimal. Diperoleh hasil dari analisis yang menggunakan regresi hasilnya menyatakan harga

produk, desain dan kualitas produk yang ditawarkan, semuanya memberikan pengaruh yang signifikan dengan kepuasan yang didapatkan pelanggan. Hasil yang diperoleh dari uji-t adalah harga produk, desain dan kualitas produk yang ditawarkan, semuanya memiliki pengaruh signifikan dengan kepuasan yang didapatkan pelanggan (Isfahila et al., 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Made Tiya Yogi Suari, dkk : penelitian ini memberikan hasil dari uji hipotesis pertama, yang secara bersamaan kualitas produk yang ditawarkan dan desain produk yang dibuat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk membeli Sepeda Motor Honda pada mahasiswa Jurusan Manajemen. 89,6% keputusan konsumen untuk membeli Sepeda Motor Honda pada mahasiswa Jurusan Manajemen mendapat pengaruh dari kualitas produk yang ditawarkan dan desain produk yang dibuat. Pada uji hipotesis kedua didapatkan hasil yaitu kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian Sepeda Motor Honda pada mahasiswa Jurusan Manajemen dan hasil yang didapatkan dari uji yang terakhir adalah desain produk memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli Sepeda Motor Honda pada mahasiswa Jurusan Manajemen (Made, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Afina dan Yulia Hastuti: penelitian yang dilakukan Toko Aneka Jaya Furniture di Langsa dengan tujuan untuk melihat dan menganalisa keterkaitan dan pengaruh yang dihasilkan kualitas produk terhadap konsumen. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendapat bahwa kualitas produk berada pada kategori yang cukup baik atau bahkan berkualitas. Selain itu, sebagian besar responden mengemukakan pendapat mereka bahwa telah merasa puas dan senang membeli dan menggunakan produk Toko Aneka Jaya Furniture di Langsa. Adapun cara lain yang digunakan selain analisis deskriptif yaitu analisis statistik yang memperoleh hasil adanya kerikatan yang baik dan memiliki poin positif antara kualitas produk yang ditawarkan dan kepuasan yang didapatkan konsumen. Dari berbagai jawaban responden, sebagian besar menyatakan bahwa kualitas produk Toko Aneka Jaya Furniture di Langsa memberikan dampak yang signifikan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan (Afnina & Hastuti, 2018).

Penelitian oleh Nico Rifanto dan Donant Alananto Iskandar : tujuannya untuk melihat besarnya dampak yang diberikan antara kualitas produk yang ditawarkan, harga dan persaingan pasar terhadap ketertarikan konsumen membeli produk Gula Merah Nadja. Penelitian kuantitatif yang menerapkan program SPSS Statistik 22 dengan 120 responden dimana merupakan pelanggan yang menggunakan produk Gula Merah Nadja di DKI Jakarta lebih dari satu kali dengan teknik sampel non-probabilitas dan *accidental sampling* digunakan dalam penelitian ini. Hasilnya adalah hal tersebut tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap keinginan pelanggan untuk membeli produk. Hasilnya dapat dimanfaatkan untuk perbaikan dan pedoman bagi perusahaan dalam membentuk usaha untuk meningkatkan keinginan konsumen membeli produk Gula Merah Nadja tentang kualitas produk yang ditawarkan perusahaan, harga yang dipatok dan persaingan pasar. Dapat diambil kesimpulan bahwa tidak semua variabel terbukti memberikan dampak yang signifikan terhadap keinginan pelanggan membeli produk. Berdasarkan hasil yang diperoleh, meskipun Gula Merah Nadja mempunyai kualitas produk yang bagus, akan tetapi belum menunjukkan adanya keterkaitan yang signifikan antara pemahaman kualitas dan keinginan konsumen membeli produk. Sehingga, agar produk gula merah dapat bersaing harus memiliki beragam variasi produk. Gula Merah Nadja perlu mengembangkan strategi agar dapat mengimbangi pasar dengan memanfaatkan keunggulan produk yang dimiliki dan juga berinovasi untuk meningkatkan kualitas produk (Halim & Iskandar, 2019).

Penelitian oleh Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif : tujuannya untuk melihat seberapa besar dampak yang diberikan kualitas produk, kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, dan harga yang dipatok terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan di Café Kabalu Palembang. Sampel diambil dengan menggunakan sampel non-probabilitas jenis *accidental sampling* sejumlah 100 responden untuk sampel penelitian ini. Sehingga hasilnya adalah kualitas produk yang ditawarkan tidak ditemukannya pengaruh yang positif dan signifikansi terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan, akan tetapi untuk kualitas pelayanan yang diberikan, dan harga yang dipatok memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan konsumen. Pada hasil penelitian yang diperoleh kualitas pelayanan yang diterima dan harga yang sesuai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan (Mariansyah & Syarif, 2020).

Penelitian oleh Meilina Boedono, dkk : tujuannya untuk melihat adanya dampak yang diberikan oleh kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap keputusan pelanggan membeli Sealantwax. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dengan kuesioner dan alternatif jawaban dengan skala likert pada penelitian ini. Populasi yang digunakan peneliti antara lain konsumen Sealantwax yang pernah membeli produk Sealantwax. Hasilnya kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan dalam membeli produk. Hasil tersebut didapatkan peneliti menggunakan teknik simple random sampling dengan 93 responden. Ada beberapa variabel diantaranya : kualitas produk yang ditawarkan (X1), kualitas pelayanan yang diberikan (X2) dan keputusan pelanggan untuk membeli produk (Y). Teknik analisis yang diterapkan adalah regresi linier berganda, setelah itu hipotesis diuji dengan uji-f dan uji-t. (Boediono, 2018).

Berdasarkan pada penelitian-penelitian terdahulu, metode yang cocok digunakan untuk melihat adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk yang ditawarkan perusahaan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan adalah dengan uji regresi linear sederhana. Metode tersebut berguna untuk membantu menentukan adanya dampak signifikan kualitas produk yang ditawarkan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan UMKM Qonita Rajut. Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk melihat hal-hal yang signifikan antara kualitas produk yang ditawarkan perusahaan dan kepuasan yang didapatkan pelanggan UMKM Qonita Rajut. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan kuesioner dan alternatif jawaban dengan skala likert untuk penelitian ini. Populasinya berasal dari konsumen UMKM Qonita Rajut yang pernah membeli produk UMKM Qonita Rajut.

2. Bahan dan Metode

Hal yang penting dan membutuhkan perhatian dari perusahaan adalah kualitas produk yang dimiliki. Kualitas produk harus menjadi fokus utama suatu perusahaan, karena kualitas produk yang ditawarkan perusahaan sangat berhubungan terkait permasalahan kepuasan yang didapatkan konsumen yang merupakan tujuan dari aktifitas pemasaran yang dilaksanakan perusahaan. Sihotang berpendapat, terdapat delapan indikator kualitas yang dapat dijadikan pedoman untuk merencanakan dan menganalisis strategi, yaitu efisiensi (*performance*), penampilan (*fiture*), konsistensi (*reliability*), ketepatan yang sesuai spesifikasi (*conformance*), daya tahan (*durability*), pelayanan yang diberikan (*serviceability*), estetika (*esthetic*), dan kualitas yang dirasakan konsumen (*Perceived quality*) (Sihotang, 2020).

Berdasarkan penelitian ini yang dilakukan pada UMKM Qonita Rajut, dimana pada UMKM merupakan suatu wadah masyarakat yang memproduksi berbagai macam produk diantaranya *dress* bayi, topi, selimut, sandal, dan tas rajut. Pada penelitian ini akan membahas permasalahan UMKM yaitu tentang adanya dampak yang signifikan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan terhadap kepuasan yang didapatkan pelanggan. Hal ini akan diambil melalui pengisian kuesioner sebanyak 30 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari 30 orang konsumen UMKM Qonita Rajut. Setelah didapatkan penilaian dari 30 orang tersebut, dan dianalisis dengan uji regresi linear sederhana yang memanfaatkan *software* SPSS.

Dalam pengumpulan data ini dilakukan dengan dua metode. Terkait dengan dua metode tersebut meliputi data primer dan sekunder.

a) Data Primer

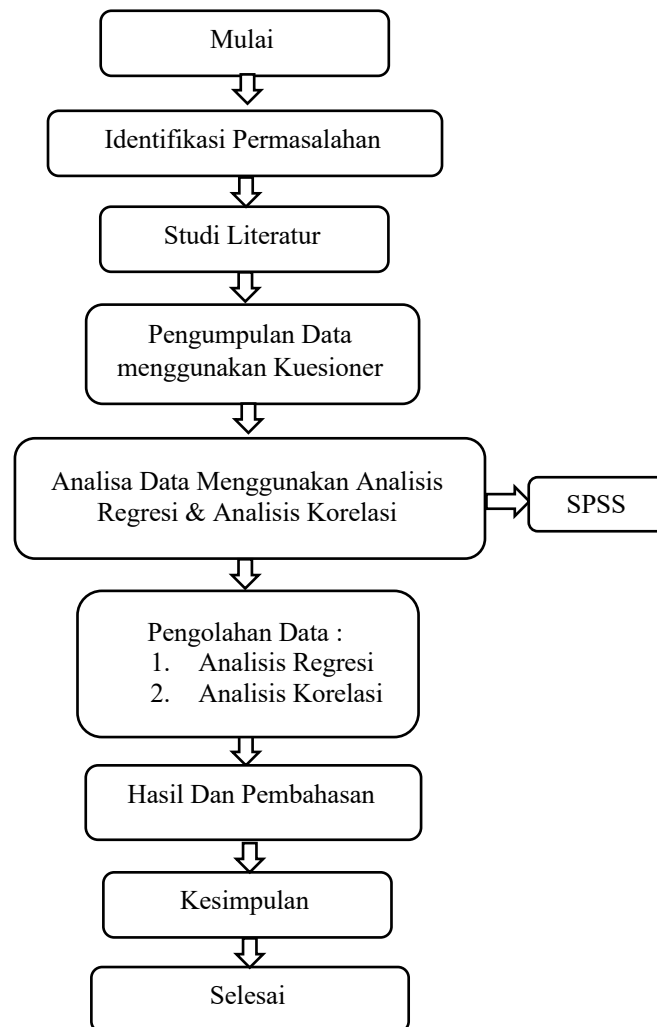
Data yang didapatkan secara langsung dengan menggunakan data kuesioner dari 30 sampel orang Observasi, metode ini dilakukan dengan meminta data kepada konsumen UMKM Qonita Rajut sebanyak 30 orang dengan menggunakan gform, lalu hasil data tersebut di analisis.

b) Data Sekunder

Data yang diperoleh dari beragam referensi tertentu dan berbagai macam kajian literatur seperti jurnal tentang kepuasan konsumen, data kuisisioner, metode uji regresi linear sederhana.

Langkah awal penelitian ini adalah mengidentifikasi masalah apa saja yang dihadapi oleh UMKM Qonita Rajut. Selanjutnya mencari referensi penelitian sebelumnya dan melakukan kajian *literature review*. Kemudian setelah itu dilanjutkan dengan pengumpulan data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner dan alternatif jawaban menurut skala Likert, dan populasinya adalah pelanggan UMKM Qonita Rajut yang sudah membeli produk di UMKM Qonita Rajut. Uji validitas dan reliabilitas serta uji regresi linier sederhana digunakan.

Tahapan penelitian dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 1. Flowchart

3. Hasil dan Pembahasan

UMKM Qonita Rajut ingin mengetahui kualitas produk hasil produksinya untuk mendapatkan kepuasan konsumen terhadap produk yang telah dibeli. Sehingga, peneliti mengolah data berdasarkan kuesioner yang dijawab oleh konsumen UMKM Qonita Rajut. Sebanyak 30 responden data yang digunakan dengan teknik *purposive sampling*, tujuannya untuk melihat pemahaman responden terhadap masing-masing variabel.

1. Data Mentah Kuisioner

Tabel 1. Data Mentah Kuesioner

No	Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
1	20	22
2	24	24
3	25	25
4	21	22
5	20	20
6	21	22
7	25	24
8	25	25
9	19	20
10	20	21

No	Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
11	23	21
12	18	18
13	19	19
14	20	19
15	16	16
16	17	18
17	18	17
18	25	25
19	15	15
20	15	16
21	20	20
22	25	25
23	25	25
24	25	25
25	25	25
26	21	25
27	24	22
28	25	24
29	21	20
30	20	22

Pada tabel 1, merupakan data dari hasil kuisioner yang diberikan kepada 30 sampel konsumen UMKM Qonita Rajut. Dengan 10 pertanyaan yang berbeda, saya membagikan atas 2 variabel yaitu kualitas produk dan kepuasan konsumen.

2. Variabel Penelitian

Tabel 2. Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Kode
Kualitas Produk	Apakah anda puas dengan kinerja produk yang dijual oleh UMKM Qonita Rajut?	X
	Apakah produk yang dijual oleh UMKM Qonita Rajut lebih unggul dari pesaing?	
	Apakah produk yang dijual oleh UMKM Qonita Rajut memiliki kualitas yang baik?	
	Kualitas berbagai produk yang dijual oleh UMKM Qonita Rajut telah sesuai dengan apa yang anda harapkan?	
	Apakah bahan yang digunakan UMKM Qonita Rajut memiliki kualitas yang bagus?	
Kepuasan Konsumen	Apakah produk yang dijual oleh UMKM Qonita Rajut sesuai dengan harapan anda?	Y
	Apakah produk yang anda beli mempunyai model yang unik?	
	Apakah harga yang ditawarkan oleh UMKM Qonita Rajut sebanding dengan kualitas produk?	
	Apakah anda akan merekomendasikan produk UMKM Qonita Rajut kepada orang lain?	
	Apakah anda akan kembali membeli produk UMKM Qonita Rajut?	

Pada tabel 2, merupakan pembagian pertanyaan untuk dimasukkan ke masing-masing variabel. Pembagian pertanyaan dibagi berdasarkan fungsi penilaian. Setelah dibagi masing-masing 5 penilaian, maka dibagi lagi dengan kode X dan Y.

3. Pengolahan Data Kuesioner

Berikut merupakan tahapan dengan menggunakan metode Uji Regresi Linear Sederhana:

a. *Input Data*

Data yang diperoleh dengan teknik *purposive sampling* kemudian dimasukkan ke dalam *software* SPSS, ke dalam *worksheet* baru *Data View*, yang dapat dilihat pada gambar 2:

	Kualitas_Pro duk	Kepuasan_K onsumen
1	20	22
2	24	24
3	25	25
4	21	22
5	20	20
6	21	22
7	25	24
8	25	25
9	19	20
10	20	21
11	23	21
12	18	18
13	19	19
14	20	19
15	16	16
16	17	18
17	18	17
18	25	25
19	15	15
20	15	16
21	20	20
22	25	25
23	25	25
24	25	25
25	25	25
26	21	25
27	24	22
28	25	24
29	21	20
30	20	22

Gambar 2. Tampilan *Input Data* pada *software SPSS*

Gambar 2 menunjukkan bukti *input data* dalam *software SPSS*. Setelah *input data*, maka langkah selanjutnya mengubah pada variabel dengan nama masing-masing dan aturan lainnya.

- b. *Output Data*
 1. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	2

Gambar 3. *Output Uji Reliabilitas*

Parameter :

Nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 = item tersebut *reliable*

Nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6 = item tersebut tidak *reliable*

Berdasarkan hasil gambar 3, maka koefisien reliabilitas sebesar 0,963%, maka menunjukkan data sudah *reliable* atau dapat dipercaya karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 (0,963>0,6).

2. *Correlation* (Korelasi)

Correlations

		Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.930**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.930**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 4. *Output Correlatin* (Korelasi)

Parameter berdasarkan nilai p-value :

Jika :

p-value ≥ 0,05 = H₀ diterima

p-value < 0,05 = H₀ ditolak

Berdasarkan angka korelasi :

Jika :

Angka korelasi ≥ 0,5 atau ≤ -0,5 = korelasi (hubungan) besar

Angka korelasi < 0,5 atau > -0,5 = korelasi (hubungan) kecil

Jika :

Tanda negatif (-) = Berlawanan arah atau berbanding terbalik

Tanda positif (+) = Searah atau berbanding lurus

Gambar 4 menunjukkan bahwa terdapat nilai korelasi pada kepuasan konsumen dan kualitas produk sama yaitu 0,930, dimana terlihat adanya keterkaitan (korelasi) kualitas

produk dengan kepuasan konsumen. Artinya angka tersebut positif (+) dimana menunjukkan arah berbanding lurus dan menunjukkan kuatnya hubungan kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

3. *Coefficient*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.578	1.559		.371	.713
	Kepuasan Konsumen	.965	.072	.930	13.384	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

Gambar 5. Output Coefficient

$p\text{-value} \geq 0,05 = H_0$ diterima

$p\text{-value} < 0,05 = H_0$ ditolak

Berdasarkan angka korelasi :

Jika :

Angka korelasi $\geq 0,5$ atau $\leq -0,5 =$ Korelasi (hubungan) kuat

Angka korelasi $< 0,5$ atau $> -0,5 =$ Korelasi (hubungan) lemah

Jika :

Tanda negatif (-) = Berlawanan arah/berbanding terbalik

Tanda positif (+) = Searah/berbanding lurus

Gambar 5 menunjukkan bahwa nilai *constant* (a) sebesar 0,578 sedangkan nilai *slope* (b) 0,965 oleh karena itu didapatkan model regresi $y = 0,578 + 0,965x$ dan hasil *coefficient* $\geq 0,05$, maka H_0 diterima.

4. ANOVA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	267.548	1	267.548	179.140	.000 ^b
	Residual	41.818	28	1.494		
	Total	309.367	29			

a. Dependent Variable: Kualitas Produk

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Gambar 6. Output ANOVA

Gambar 6 menunjukkan bahwa nilai F 179,140 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan $p\text{-value} < 0,05$ sehingga, model regresi ini dimanfaatkan untuk memprediksi kepuasan konsumen dari kualitas produk yang ada.

5. Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 ^a	.865	.860	1.222

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Gambar 7. Output Model Summary

Gambar 7 menunjukkan bahwa dari model *summary* diatas, sebanyak 86,5% kualitas produk yang ditawarkan perusahaan mempengaruhi kepuasan yang didapatkan pelanggan yang berarti kualitas produk memberikan dampak terhadap kepuasan konsumen dan $100\% - 86,5\% = 13,5\%$ dipengaruhi oleh variabel lain.

6. Analisis Pembahasan

Berdasarkan *print out* hasil *output* untuk nilai *correlation* adalah 0,930. Artinya angka tersebut positif (+) menunjukkan arah berbanding lurus antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Jika berbanding lurus berarti apabila kualitas produk semakin bagus,

dengan hal ini tingkat kepuasan konsumen kepada perusahaan akan besar dan begitu sebaliknya. Untuk *output* regresi, *p-value* a bernilai 0,578 dan b bernilai 0,965 sehingga H_0 diterima ($\geq 0,05$). Pada uji reabilitas dapat diketahui bahwa item yang diuji pada pengujian validitas dinyatakan 100% terproses dengan nilai N sebesar 30. Adapun nilai *Cronbach's Alpha* pada uji reabilitas 0,963 yang dimana angka ini lebih tinggi dari 0,6. dan item disebut *reliable*. Penelitian ini dilakukan dengan *software* SPSS. Sehingga saran yang dapat direkomendasikan untuk UMKM yaitu UMKM Qonita Rajut harus mempertahankan ataupun meningkatkan kualitas produknya agar pelanggan puas dengan produk yang dibelinya.

4. Kesimpulan

Nilai *p-value* $\geq 0,5 = 0,000 \leq -0,5$, maka H_0 diterima. Dengan hal ini, ada keterkaitan antara kualitas produk yang ditawarkan dengan kepuasan yang didapatkan pelanggan. Kualitas produk yang ditawarkan dengan kepuasan konsumen menghasilkan *correlation* 0,930 yang dapat diartikan bahwa angka tersebut positif (+) menunjukkan arah berbanding lurus antara tingkat kualitas produk yang ditawarkan dengan kepuasan yang didapatkan pelanggan. Dan menunjukkan kuatnya hubungan antara tingkat kualitas produk yang ditawarkan dengan kepuasan yang didapatkan pelanggan karena nilainya $> 0,5$. Sedangkan nilai *constant* (a) 0,578 sedangkan nilai *slope* (b) 0,965 dan model regresi $y = 0,578 + 0,965X$. Selanjutnya untuk hasil perhitungan ANOVA nilai $F = 179,140$ dan tingkat signifikan 0,000 dan *p-value* $< 0,05$ sehingga model regresi ini difungsikan untuk memprediksi kepuasan konsumen dari kualitas produk yang didapat. Kemudian Dari model *summary*, sebanyak 86,5% kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen dan 13,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan perhitungan diatas, kesimpulan yang didapatkan yaitu tingkat kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga melalui beberapa uji ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa uji tersebut layak dan valid untuk dijadikan sebagai acuan perusahaan kedepannya. Kelemahan dari penelitian ini adalah hanya menggunakan metode statistik uji regresi linear sederhana dengan satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Dalam metode ini kekurangannya adalah dalam kehidupan nyata, tidak ada banyak permasalahan yang menunjukkan hubungan yang jelas antara variabel *independent* dan *dependent*. Untuk penelitian selanjutnya bisa memakai metode uji *Chi Square* yang dimana dalam menggunakan metode tersebut harus mempertimbangkan variabel nominal.

Melihat data hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan statistik uji regresi linear sederhana dengan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) memudahkan mengolah data uji validasi dan reliabilitas lalu membandingkannya dengan nilai lainnya.

Daftar Pustaka

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Aditya, R. B. (2020). Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan (the Influence of Product Quality , Service Quality , and Price on Customer Satisfaction of Bottled Drinking Water). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 17(01), 61–68.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Boediono, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(April), 94.
- Donoriyanto, D. S., & Nugraha, I. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Dan Model Kano. *The Higher Education Press*.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Ibrahim Malik, T. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 175–182.

- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>
- Isfahila, A., Fatimah, F., & S, W. E. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 211–227. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1790>
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Pixy. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X(2), 1–15.
- Lores, L., & Siregar, R. (2019). Biaya Kualitas, Produktivitas Dan Kualitas Produk : Sebuah Kajian Literatur. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 5(2), 94. <https://doi.org/10.31289/jab.v5i2.2577>
- Made, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3), 26–33. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.220>
- Mahira, Hadi Prasetyo, N. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Maramis Freekley, Sepang Jantje, S. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20411>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Qothrunnada, A., Putra, D. H., & Nugraha, I. (2022). Analisis pengendalian kualitas produk konveksi dengan menggunakan metode six sigma pada PT. XYZ. *Waluyo Jatmiko Proceeding*, 15(1), 139–145.
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Pt.Hni Hpai). *Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*, 01(02), 399–413.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>

Ucapan Terima Kasih

Dalam hal ini, penulis ucapkan terimakasih kepada pihak Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan juga Pihak Kampus Merdeka yang sudah memfasilitasi kegiatan MBKM MSIB ini. Penulis juga ucapkan terima kasih kepada pihak Sekolah Ekspor yang sudah memberikan pengajaran yang sangat bermanfaat. Selain itu, penulis ucapkan terima kasih kepada mitra yang sudah bekerja sama untuk menuntaskan penelitian ini yaitu UMKM Qonita Rajut.