PENGARUH KUALITAS DAN CITRA PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KERUPUK TERIGU SADI DI DESA KUBANG GAJAH KABUPATEN NAGAN RAYA

SKRIPSI

Oleh :

MIRA RATNA DILLA
NIM : 1805906020100

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
MEULABOH–ACEH BARAT
2022

PENGARUH KUALITAS DAN CITRA PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KERUPUK TERIGU SADI DI DESA KUBANG GAJAH KABUPATEN NAGAN RAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi tugas akhir dan untuk
memenuhi syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

MIRA RATNA DILLA
NIM : 1805906020100

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
MEULABOH–ACEH BARAT
2022

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS EKONOMI
MEULABOH – ACEH BARAT
Website: www.utu.ac.id, email: fekonutu@yahoo.co.id Telp (0655) 7023552

Meulaboh, 22 November 2022

Program Studi : Ekonomi Manajemen
Jenjang : S1 (Strata 1)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **MIRA RATNA DILLA**

NIM : **1805906020100**

Dengan judul : **Pengaruh Kualitas Dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi di Universitas Teuku Umar Meulaboh

Mengesahkan:

Pembimbing Utama,

Cut Mega Putri, S.E., M.S.M.
NIDN. 0104096801

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi	Ketua Jurusan Manajemen
Prof. Dr. T. Zulham, S.E., M. Si	**Muzakir, S.E., M. Sc**
NIP. 19600212 198903 1 003	**NIP. 19911111 201903 1 011**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS EKONOMI
MEULABOH – ACEH BARAT
Website: www.utu.ac.id, email: fekonutu@yahoo.co.id Telp (0655) 7023552

Meulaboh, 22 November 2022

Program Studi : Ekonomi Manajemen
Jenjang : S1 (Strata 1)

LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **MIRA RATNA DILLA**

NIM : **1805906020100**

Dengan judul : **Pengaruh Kualitas Dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya**

Yang telah dipertahankan di depan Komisi Ujian pada tanggal 22 November 2022

Menyetujui
Komisi Ujian

			Tanda Tangan
1. Ketua	:	Cut Mega Putri, S.E., M.S.M	.....
2. Anggota	:	Alfian Anas, S.E.,M.Comm,Ph.D	.....
3. Anggota	:	Cut Devi Maulidasari, S.Pd., M.M.	.....

Mengetahui:
Ketua Jurusan Manajemen

Muzakir, S.E., M. Sc
NIP : 19911111 201903 1 011

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MIRA RATNA DILLA

NIM : 1805906020100

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa di dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau satu kesatuan yang utuh dari skripsi, tesis, disertasi, buku atau bentuk lain yang saya kutip dari orang lain tanpa saya sebutkan sumbernya yang dapat dipandang sebagai tindakan penjiplakan. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat reproduksi karya dan pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dijadikan seolah-olah karya asli saya sendiri. Apabila ternyata dalam skripsi saya terdapat bagian-bagian yang memenuhi unsur penjiplakan, maka saya menyatakan ketersediaan untuk dibatalkan sebahagian atau seluruh hak gelar kesarjanaan saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Meulaboh, 24 November 2022

Yang menyatakan

MIRA RATNA DILLA
1805906020100

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Sesungguhya Allah selalu menjaga dan mengawasimu (Q.S An-nisa' 1), Wahai manusia, kamulah yang memerlukan Allah (Q.S Fatir :15). Alhamdulillah Ya Rabbi...

Kupersembahkan karyaku ini untuk:
Bapak dan Ibu tercinta, (Tuhadi & Ana Setiani) yang telah memberikan dukungan serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembaha bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.

Untuk Bang Eko Murdianto dan Bang Dwi Arianto yang senantiasa memberikan dukungan, semangat senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini, cinta kalian memberikan kobaran semangat yang menggebu, terimakasih dan sayang ku untuk kalian.

Untuk teman-teman ku yang selalu mmberikan dukungan dan motivasi, nasehat serta selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, Yaitu Nur Habibi, S.E ,Viola ramatika effendi S.E ,Sorfida S.E., terutama Mas Agus Sarilis yang tercinta dan seluruh kawan-kawan seperjuangan Dalam mengejar cita-cita

Tidak lupa kepada Ibu Dosen pembimbing, Cut Mega Putri S.E., M.S.M., yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih banyak Ibu dosen pembimbing, jasa mu akan selalu terpatri di hati.

By. Mira Ratna Dilla, S.E

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang mana telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah–nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi dengan judul : ***Pengaruh Kualitas Dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Gubang Gajah Kabupaten Nagan Raya.*** Proposal ini di susun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teuku Umar.

Dan dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan pengarahan dari banyak pihak, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penyusunan proposal skripsi ini, terutama kepada:

1. **Bapak Dr. Ishak Hasan, SE.,M.Si** Selaku Rektor Universitas Teuku Umar Meulaboh, Aceh Barat, Nanggroe Aceh Darussalam.
2. **Bapak Dr. T. Zulham, SE.,M.Si** Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar Meulaboh, Aceh Barat, Nanggroe Aceh Darussalam.
3. **Bapak Muzakir, SE,.M.Sc** Selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
4. **Bapak Damrus, SE.,M.Si** Selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
5. **Ibu Cut Mega Putri, SE.,MSM** Selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir ini

6. Usaha Dagang Kerupuk Terigu Sadi yang telah banyak membantu penulis memperoleh data dan informasi yang saya perlukan.
7. Kedua Orang Tua Saya, **Ayah tercinta Tuhadi** dan **Ibu Ana Sutiana** yang selama ini telah membimbing dan mendo'akan serta memberi dukungan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Terima kasih kepada Bapak Ibu Dosen dan Tendik di Kedekanan Fakultas Ekonomi
9. Sahabat, dan senior yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, saya berharap kepada Allah SWT semoga dapat membalas segala kebaikan semua pihak terkait yang telah banyak membantu saya untuk meyelesaikan tugas akhir ini. Semoga skripsi saya ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Meulaboh, 20 Desember 2022

Penulis

Mira Ratna Dilla
1805906020100

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Teuku Umar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Mira Ratna Dilla
Nim	: 1805906020100
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Teuku Umar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **"Pengaruh Kualitas Dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya"** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Teuku Umar berhak menyimpan, mengalihmedia/format- kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Meulaboh, 20 Desember 2022

METERAI TEMPEL 10000 18DF5AKX14981777

Mira Ratna Dilla
1805906020100

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya. Tujuan penelitian untuk menganalisis apa saja Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Usaha Dagang Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya. Dan untuk menganalisis bagaimana penerapan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kerupuk Terigu Sadi Desa Gubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya. Menganalisis bagaimana persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Citra Produk dan Kualitas Produk Pada Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang menggambarkan dan memaparkan data dalam bentuk angka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Kualitas Produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,545 > 1,689), sehingga diperoleh hasil signifikan 0,048 < 0,05 sehingga faktor Kualitas Produk (X_1) mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah. Faktor Citra Produk secara parsial berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,048 > 1,689), sehingga diperoleh hasil signifikan 0,004 < 0,05 sehingga faktor Citra Produk (X_2) mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah.

Kata kunci : Faktor Kualitas Produk, Citra Produk dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research was conducted in Kubang Gajah Village, Nagan Raya Regency, Kuala Pesisir District. The purpose of the study was to analyze the influence of product quality on the business of Sadi Wheat Crackers in Kubang Gajah Village, Kuala Pesisir District, Nagan Raya Regency and to analyze how the application of product image to consumer satisfaction on Sadi Wheat Crackers products in Kubang Gajah Village, Kuala Pesisir District, Nagan Raya Regency. Analyzing how the perception of consumer satisfaction with product image and product quality on Sadi Wheat Crackers, Kubang Gajah Village, Kuala Pesisir District, Nagan Raya Regency. The method used in this study is a quantitative method that describes and presents data in the form of numbers. The results showed that the Product Quality Factor (X1) partially had a significant effect on Consumer Satisfaction in the Sadi Wheat Cracker Business in Kubang Gajah Village with a value of tcount > tcount (2.545 > 1.689), so that significant results were obtained 0.004 < 0.05 so that the Product Quality factor (X1) Affects Consumer Satisfaction in the Sadi Wheat Cracker Business in Kubang Gajah Village. The product image factor partially has a significant effect on Consumer Satisfaction at the Sadi Wheat Cracker Business in Kubang Gajah Village with a value of tcount > tcount (2,048 > 1,689), so that the significant result is 0,048 < 0,05 so that the product image factor (X2) affects Consumer Satisfaction in Business Sadi Flour Crackers in Kubang Gajah Village

Keywords*: Product Quality Factors, Product Image and Consumer Satisfaction*

DAFTAR ISI

COVER
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI i
LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN ii
PERNYATAAN ORISINALITAS iii
PERSEMBAHAN iv
KATA PENGANTAR v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiii

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 9
1.3. Tujuan Penelitian 9
1.4. Batasan Masalah 10
1.5. Manfaat Penelitian 10
1.5.1 Manfaat Teoritis 10
1.5.2 Manfaat Praktis 10
1.6. Sistematika Penelitian 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13
2.1. Landasan Teori 13
2.1.1. Perngaruh Kualitas Dan Citra ProdukKepuasan Konsumen 13
2.1.2. Citra *(Image)* 14
2.1.3. Citra Produk *(Image Product)* 15
2.1.4. Citra Terhadap Kepuasan Konsumen 16
2.1.5. Dimensi Kualitas Produk 17
2.1.6. Kepuasan Konsumen *(Consumer Satisfaction)* 18
2.1.7. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen 19
2.1.8. Elemen Kepuasan Konsumen 20
2.2. Kerangka Konseptual 21
2.3. Rumusan Hipotesis 21
2.4. Penelitian Terdahulu 22

BAB III METODE PENELITIAN 24
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 24
3.2. Tempat Penelitian 24

3.3. Populasi dan Sampel 24
3.4. Jenis dan Sumber Data 26
3.5. Metode Analisis Data 26
3.6. Uji Instrumen 27
3.7. Uji I Asumsi Klasik 28
3.8. Uji Signifikan Persial (Uji –t) 29
3.9. Uji Signifikan Simultan (Uji –F) 29
3.10. Instrumen Penelitian 30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 31
4.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian 31
4.1.1. Visi Misi Usaha 32
4.1.2. Struktur Organisasi Usaha Kerupuk Terigu Sadi 33
4.1.3. Proses Produksi 34
4.2. Analisis Distribusi Karakteristik Responden 35
4.2.1 Karakteristik Responden 35
4.2.2 Analisis Variabel Penelitian 36
4.3. Hasil Penelitian 42
4.3.1 Model Regresi Linear Berganda 42
4.3.2 Uji Hipotesis 43
4.4. Pembahasan 46
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah 46
4.4.2 Pengaruh Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah 46
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah 47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 48
5.1. Kesimpulan 48
5.2. Saran 49

DAFTAR PUSTAKA 50

BIODATA 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konseptual 21

Gambar 4.2 Bagan Proses Pembuatan Kerupuk Terigu Sadi..... 35

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Home Industry di Desa Kubang Gajah Tahun 2021 6

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 22

Tabel 4.1. Karakteristik Responden 36

Tabel 4.2. Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Pada Variabel Kualitas Produk 37

Tabel 4.3 Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Pada Variabel Citra produk 38

Tabel 4.4. Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Pada Variabel Kepuasan Konsumen 40

Tabel 4.5. Rekapitulasi Regresi Linear Berganda.....42

Tabel 4.6. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....44

Tabel 4.7 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 45

Tabel 4.8. Rekapitulasi Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Secara umum kriteria industri kecil menengah umumnya mempunyai ciri–ciri manajemen yang berdiri sendiri, modal sendiri, daerah pemasaran lokal, aset perusahaan kecil dan juga memiliki karyawan yang sangat terbatas. Namun dengan berdasarkan data Kamar Dagang dan Industri (kadin) Indonesia dapat di proleh sekitar 99% dari setiap unit yang total usaha di seluruh indonesia merupakan suatu unit Industri Kecil Menengah dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Dengan begitu tidak hanya perusahaan besar saja yang dapat menikmati hasil dari ekspor kerupuk ke berbagai belahan dunia. Namun perusahaan skala kecil atau UMKM juga mulai menikmati hasil dari tingginya permintaan kerupuk di indonesia. Beberapa UMKM kerupuk memiliki sejumlah aneka rasa seperti Kerupuk Tapioka, Kerupuk Udang, Kerupuk Ikan dan Kerupuk Bawang yang dapat di nikmati oleh konsumen.

Ungkapan indonesia sebagai surga kerupuk bagi dunia yang mempunyai rasa yang tidak begitu berlebihan, kerupuk merupakan salah satu makanan ringan atau makanan untuk pendamping yang sudah menjadi ciri khas indonesia. Tidak hanya karena rasanya, namun juga karena jenis dan bentuk yang begitu beragam dan tidak dapat di temukan di negara lain. Kerupuk sebagai produk yang memiliki ciri khas dan asal produk *(geografis)*, pangsa pasar dan nilai jual kerupuk, baik di dalam atau di luar negeri yang terus meningkat. Potensi kerupuk sebagai produk

makanan olahan yang dihasilkan oleh setiap perusahaan yang mempunyai skala besar maupun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini layak untuk mendapatkan perhatian dari pemerintah di setiap tenaga kerja perdagangan komoditi utama indonesia yang masih sangat terlambat.

Sebagian besar industri kerupuk indonesia merupakan industri padat karya atau yang menyerap banyak tenaga kerja, yang berbentuk UMKM dan fokus hanya pada setiap sektor produksi. Hal ini dapat ditunjukan antara lain dengan lokasi industri kerupuk yang terbesar di wilayah kabupaten dan kota, kemasan produk yang masih sederhana, dan belum memiliki merek dan tidak memiliki jaringan distribusi sendiri.

Industri makanan saat ini bukan hanya memberikan makanan pokok saja, namun juga memberikan makanan ringan, dengan begitu wirausahawan harus menghadapi persaingan di pasar industri, makanan serta minuman yang semakin ketat. Wirausahawan harus bersedia memiliki *Competitive Advantage* (Keunggulan Kompetitive) agar dapat mudah untuk memenangkan persaingan, dengan salah satu cara adalah menggunakan jasa yang bersedia memberikan nilai besar terhadap mereka. Jadi, cara mempertahankan pasar adalah dengan membuat konsumen sangat puas, dengan memberikan kualitas produk dan memberikan layanan yang terbaik Kotler (2010).

Kualitas Produk adalah suatu kemampuan produk untuk menampilkan kelebihan dari kualitas produk tersebut, yang telah termasuk waktu kegunaan dalam produk andalan, kemudahan, dalam penggunaan dan juga perbaikan terhadap nilai lainnya. Kualitas Produk terdiri dari dua sudut pandang seperti sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal Kotler dan Armstrong (2012).

Sejauh mana produk dapat memenuhi proses–prosesnya. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk dapat memenuhi apa yang di inginkan oleh pemakainya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali untuk melakukan pembelian ulang dan mereka akan memberitahu calon konsumen lainnya Lupiyoadi (2013).

Produk yang memiliki kualitas yang sangat bagus dan terpercaya, akan bersedia untuk menanamkan di setiap benak/fikiran konsumen, karena konsumen akan senantiasa membayar untuk membeli/mendapatkan produk tersebut *Majalah Service Excellence Edisi* 02/II (2012). Produk merupakan sesuatu yang mudah ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan konsumen. Dalam pengertian secara luas, produk merangkum apa saja yang bisa dipasarkan, termasuk benda-benda, jasa, tempat, dan organisasi Sudaryono (2016:2017).

Kualitas Produk merupakan salah satu titik yang baik untuk mengembangkan citra yang positif, agar dapat mempertahankan dukungan dari konsumen jangka panjang Chang dan Fong (2010). Kualitas Produk adalah mempunyai kemampuan suatu produk yang memberikan hasil/kinerja yang sesuai dan dapat melebihi dari apa yang di inginkan konsumen. Dengan segala sesuatu dapat ditawarkan kesetiap pasar agar dapat memberikan perhatian, dibeli, digunakan, dan dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan setiap konsumen Kotler dan Keller (2012).

Citra (*image)* sudah pongpuler mulai tahun 1950 yang dapat dikemukakan dalam beberapa hal konteks. Citra merupakan suatu hal yang tidak dapat di ciptakan seperti barang, namun citra merupakan suatu hal yang dapat membuat

kesan yang sesuai dengan yang diharapkan. akan tetapi citra dapat memberikan kesan yang akan diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu produk. konsumen akan cenderung untuk membentuk citra yang didasarkan secara tidak langsung yang akan diperoleh oleh konsumen dari pemasaran dan lingkungan.

Kepuasan konsumen adalah menjadi suatu yang semakin lengkap di karenakan perusahaan sangat perlu memerhatikan aspek–aspek yang terdapat pada kulitas produk dan layanan Wibisono (2011). Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukan kepada konsumen ketika konsumen menyadari bahwa kebutuhan, keinginan akan sesuai dengan yang diharapkan serta akan terpenuhi Tjiptono (2012). Selain Usaha Kerupuk Terigu Sadi yang harus memiliki atau yang memerlukan kualitas dan citra produk, kepuasan konsumen usaha Kerupuk Terigu Sadi juga terdapat kualitas dan citra produk, kepuasan konsumen dengan begitu Kerupuk Terigu Sadi merupakan produk makanan yang berbahan dasar tepung terigu. Kerupuk Terigu Sadi merupakan salah satu produk makanan yang berada di indonesia yang juga memiliki citra rasa yang begitu khas.

Desa Kubang Gajah merupakan salah satu desa yang memiliki sejarah yang begitu menarik, yang selama ini dikenal sebagai warisan sejarah yang memiliki historis bagi masyarakat Desa Kubang Gajah, Kecamatan Kuala Pesisir, Kabupaten Nagan Raya dengan begitu pemerintah Kabupaten Nagan Raya membangun sebuah monumen (Tugu Gajah) agar masyarakat selalu melestarikan sejarah Desa Kubang Gajah tersebut. Namun dengan begitu lokasi Desa Kubang Gajah terdapat di sekitar komplek Bandara Udara Cut Nyak Dhien yang berada di Kabupaten Nagan Raya.

Namun dengan begitu Desa Kubang Gajah atau sering disebut dengan Desa Kubang Gajah di Kecamatan Kuala Pesisir. Memiliki jumlah penduduk sebanyak 167. 672 terdiri dari 358 penduduk laki-laki, dan 346 penduduk perempuan. Sebagian besar penduduk Desa Kubang Gajah mata pencarian petani, peternak dan *home industry*. Dan Desa Kubang Gajah kebanyakan petani sayur dan peternak ikan lele, dengan begitu hasil peternak dan pertanian dapat di jadikan sandang pangan untuk kebutuhan sehari–hari.

Adanya *home industry* atau UMKM salah satu penduduk Desa Kubang Gajah akhir nya membuat produk Kerupuk Terigu untuk memenuhi kebutuhan sehari–hari namun tidak disangka usaha Kerupuk Terigu ini sudah banyak konsumen dan sudah di kenal oleh Desa-Desa, dan Kecamatan lainnya maupun di luar daerah. Seorang wirausahawan *home industry* atau sering di katakan dengan UMKM dengan produksi Kerupuk, dengan begitu usaha Kerupuk Terigu yang sudah di produksi pada tahun 2019 sudah banyak memiliki konsumen atau Pelanggan**.** Bahkan setiap memproduksi Kerupuk Terigu bukan hanya saja untuk makanan sehari–hari namun juga dapat memproduksi dalam bentuk banyak untuk sebuah acara hajatan dan juga untuk sebagai oleh–oleh .

Setiap wirausahawan harus mampu memahami perilaku konsumen pada setiap target pasar yang dituju, dikarenakan untuk kelangsungan hidup seorang wirausahawan yang sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, dan dapat tergantung kepada perilaku konsumen. Dengan begitu kemampuan produk memiliki kepuasan tertinggi kepada setiap pemakainya dengan begitu dapat menguatkan kedudukan atau posisi produk tersebut dalam ingatan

konsumen dan dengan begitu akan menjadi pilihan produk pertama dalam pembelian pada waktu yang akan datang.

Tabel 1.1
Home Industry di Desa Kubang Gajah Tahun 2021

No	Nama Home Industry UKM	Alamat
1	Home Industry UKM Kerupuk Terigu Sadi	Desa Kubang Gajah, Kecamatan Kuala Pesisir, Kabupaten Nagan Raya
2	Home Industry UKM Kerupuk Terigu	Desa Kubang Gajah, Kecamatan Kuala Pesisir, Kabupaten Nagan Raya

Sumber : Informasi Dari Lapangan (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, bahwa sudah terbukti *home industry* UKM Kerupuk Terigu Sadi hanya memiliki satu pesaing sesama bisnis *home industry* Kerupuk Terigu di Desa Kubang Gajah, namun sangat disayangkan *home industry* Kerupuk Terigu tersebut belum diberi nama atau merk untuk setiap produk yang telah di produksi. Dengan demikian *home industry* Kerupuk Terigu Sadi yang akan teliti harus melakukan inovasi yang sangat menarik dan unik, agar dapat menarik setiap bagian pasar/segmentasi pasar (konsumen).

Setiap wirausahawan bertujuan untuk memberikan kepuasan terbesar untuk setiap konsumen, wirausahawan akan berusaha memberikan trik pemasaran yang sesuai dengan setiap kebutuhan konsumen. Salah satu alasan konsumen membeli produk yaitu dengan alasan membeli produk kepada penjual merupakan faktor yang sangat penting untuk setiap wirausahawan. Yang akan dimulai dengan usaha konsumen untuk dapat menentukan jenis dan kualitas produk yang akan dibeli dan akan di ikuti dengan pengambilan keputusan pembelian produk, dengan itu tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan saja, akan tetapi dapat di dorong oleh usaha untuk memperoleh manfaat dari produk itu sendiri.

Setiap peningkatan Kualitas Produk merupakan suatu konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk, dengan itu produk yang berkualitas yaitu produk yang akan diterima oleh konsumen sesuai dengan apa yang di inginkan atau dibutuhkan Anwar (2015). Citra Merk merupakan suatu perangkat untuk meyakinkan konsumen mengenai produk atau merk Defriansyah *et al (* 2016). Setiap konsep pemasaran adalah bertujuan untuk memberikan kepuasan kesetiap konsumen terhadap setiap barang yang dibeli, dengan begitu bahwa setiap kinerja suatu usaha dan pelayanan harus sebisa mungkin memberikan apa yang di harapkan oleh setiap konsumen. Kepuasan konsumen adalah hal yang dapat menciptakan suatu dasar yang baik bagi setiap pembelian ulang serta dapat terciptanya suatu loyalitas konsumen yaitu dengan cara rekomendasikan dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan bagi perusahaan atau usaha kecil menengah, berdasarkan informasi-informasi yang dapat dipahami bahwa kepuasan konsumen dapat diukur dari harapan konsumen yang terpenuhi.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013). Kepuasan Konsumen dapat di definisikan adalah tingkat suatu perasaan seorang konsumen yang telah dapat membandingkan setiap kinerja atau hasil yang dapat konsumen rasakan di bandingkan dengan harapanya. Maka setiap kinerja dapat sesuai dengan harapan, mereka akan merasa sangat puas namun juga sebalik nya apabila kinerja tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa kecewa Kotler dan Keller (2012). Kepuasan Konsumen adalah untuk penentu maju atau mundur-nya dari suatu perusahaan/usaha, dan kepuasan konsumen sangatlah penting untuk berhadapan dengan dua macam sifat konsumen yaitu merupakan pelanggan baru

dan pelanggan lama, sedangakan pelanggan baru sangat lah mamerlukan banyak biaya.

Dengan adanya salah satu produk khas masyarakat merupakan produk yang mempunyai rasa lokal indonesia yang merupakan suatu produk makanan ringan yang berdasarkan Tepung tapioka, tepung terigu, garam bleng,air dan penyedap yang kemudian di olah menjadi Kerupuk Terigu yang mempunyai Cita Rasa, Harga, Promosi dan Packaging yang berbeda dari Kerupuk–Kerupuk Terigu lainnya dan juga menggunakan bumbu–bumbu khas dari wirausahawan.

Namun dikarenakan Usaha Produk Kerupuk Terigu Sadi tersebut masih bisa dikatakan sangatlah kecil *home industry* maka produk tersebut belum memiliki izin dari pemerintah, dan masih sangat lah terbatas dalam pelayan, pengemasan dan cara pemasarannya, dengan begitu konsumen masih sangatlah terbatas untuk bisa mengetahui produk, dan citra rasa kerupuk terbaru. Namun bukan hanya dalam pelayanan, pengemasan dan pemasaran nya saja, tetapi masih sangat lah kurang dalam menciptakan rasa baru. Dan untuk menjadi seorang wirausahawan industri harus bisa menciptkan rasa terbaru untuk produk Kerupuk Terigu agar lebih mudah untuk menarik konsumen, dan kepuasan konsumen. Dengan begitu produk Kerupuk Terigu Sadi tersebut masih tergolong kecil namun sudah terkenal di Desa dan Kecamatan.

Berdasar kan uraian Latar Belakang Masalah di atas, peneliti sangat tertarik untuk mencoba meneliti sebuah permasalahan yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Nagan Raya".**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Produk Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya.
2. Apakah Citra Produk berpengaruh Terhadap Produk Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya.
3. Apakah Kualitas Produk dan Citra Produk berpengaruh Terhadap Produk Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Produk Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan raya.
2. Menganalisis Pengaruh Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya.
3. Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya.

1.4. Batasan Masalah

Untuk dapat memudahkan penelitidalam melaksanakan penelitian ini, maka sangat perlu dilakukan pembatasan masalah supaya dalam menjalankan praktek penelitian ini dan penyusunan secara ilmiah agar dapat mudah di pahami. Oleh karena itu, peneliti harus membatasi setiap permasalahan yang akan di teliti sebagai berikut :

1. Penelitian hanya dilakukan pada tempat Usaha Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubah Gajah Kecamatan Kuala Pesisr Kabupaten Nagan Raya.
2. Dan penelitian ini hanya berfokus kepada Pengaruh Kualitas dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (pelanggan) Kerupuk Terigu dan pemilik Usaha Kerupuk Terigu Sadi Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya.

1.5. Manfaat Penelitian

Penulisan ini dapat diharapkan memliki beberapa manfaat,seperti :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teori yang diperoleh dari penelitian ini merupakan hasil pembuktian teori sebelumnya atau bisa digunakan untuk sebagai bahan pendukung bagi setiap penelitian yang telah ada. Selain itu penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi setiap Home industry untuk dapat meningkatkan usaha mereka.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

   Adapun setiap hasil dari penelitian ini agar bisa memberikan manfaat kepada peneliti untuk mengetahui seberapa besar ilmu pengetahuan

terutama di bidang pemasaran yang sudah di dapat di Universitas, khususnya yang berkaitan dengan masalah yang di teliti saat ini.

2. Bagi Produsen (Pemilik Usaha)

   Diharapkan dapat menjadi bantuan pemikiran atau sumbangan pemikiran bagi *home industry* Usaha Kerupuk Terigu Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya dalam melakukan pengelolaan produk, dan perencanaan strategi dalam meningkatkan persaingan

3. Bagi Masyarakat

   Hasil dari penelitian ini dapat di harapkan memberikan informasi kepada setiap masyarakat di Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen, dan agar dapat menjadi inovasi dalam usaha *home industry.*

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Dari hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi manfaat sebagai bahan bacaan dan bisa menjadi sumber referensi dalam melakukan setiap penelitian sebagai tugas akhir.

1.6. Sistematika Penelitian

Adapun sistematika dalam pembahasan penulisan penlitian ini dengan langkah sebagai berikut :

Bab I Membahas berisi tentang pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah yang akan di teliti dalam pelaksanaan penelitian, rumusan

masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan penelitian. Dan selanjutnya penulisan Bab Dua.

Bab II Membahas tinjauan pustaka dan kajian teoris yang mengambil atau mengkaji dari seluruh isi atau inti dari setiap penelitian yang diketahui dengan sebutan variabel penelitian.

Bab III Membahas tentang metode penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, tempat penelitian populasi dan sampel, jenis sumber data, teknik/metode pengumpulan data dan teknik/metode analisis data, pada bab ini, peneliti akan menggunakan metode kuantitatif.

Bab IV Membahas tentang hasil dan pembahasan yang di dalam nya dijelaskan tentang suatu gambaran lokasi penelitian, keadaan penduduk, keadaan responden. Pengaruh Kualitas Dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha *home industry* Kerupuk Terigu Sadi.

Bab V Membahas tentang kesimpulan dan saran yang di dalam nya menjelaskan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan hasil penelitian serta saran. Dan serta dalam skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka yang penulis gunakan untuk melengkapi penyusunan skripsi ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Perngaruh Kualitas Dan Citra ProdukKepuasan Konsumen

Kualitas dapat dijelaskan bahwa kualitas adalah sebuah bentuk dari totalitas yang terdapat pada setiap karakter produk dan jasa yang memuaskan setiap kebutuhan dari konsumen Kotler dan Keller (2014). Dapat di definisikan bahwa Kualitas tersebut memiliki arti yaitu merupakan suatu keunggulan dari setiap produk dan juga kualitas merupakan bentuk ukuran relatif kebaikan dari produk. Pengertian Kualitas ada di bagi tiga bagian yaitu:

a. Kualitas dapat meliputi setiap usaha untuk memenuhi sehingga dapat melebihi harapan setiap pelanggan
b. Kualitas dapat mencakup semua pada setiap produk, jasa, manusia, proses dan juga lingkungan.
c. Kualitas adalah kondisi yang dapat selalu berubah (contoh nya apa yang selalu di anggap menjadi kualitas saat ini dan juga belum dianggap tidak berkualitas di masa akan datang).

Produk adalah suatu produk yang bisa di tawarkan di pasar untuk dapat bisa di perhatikan, dipakai, dimiliki dan dapat di konsumsi sehingga itu agar dapat memuaskan setiap keinginan atau kebutuhan konsumen. Pengertian Produk adalah setiap suatu produk dapat di tawarkan, dimiliki dan dapat digunakan bahkan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan setiap keinginan dan kebutuhan dan termasuk di dalam nya yaitu : fisik, tempat, orang, jasa, gagasan serta organisasi. Dengan itu juga dapat diartikan dengan singkat dan jelas bahwa produk adalah

sebuah bentuk benda, pelayanan yang dapat ditawarkan agar bisa memenuhi setiap kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Kualitas Produk adalah suatu produk dan jasa yang melalui tahapan proses dengan memperhitungkan nilai setiap produk dan jasa tanpa ada kekurangan sedikit pun dari nilai produk dan jasa, yang dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dari pelanggan Amrullah dan Agustin (2016).

Kualitas Produk merupakan dari setiap keseluruhan keunggulan pada suatu produk atau jasa yang diberikan pelayanan yang berkaitan sesuai dengan yang diharapkan, Kualitas Produk adalah sebuah karakteristik produk atau jasa yang sudah merangkum kemampuan kebutuhan oleh pelanggan Kotler dan Keller (dalam Lasander, 2013). Namun juga Kualitas Produk merupakan suatu hal penting yang harus di usahakan oleh setiap wirausahawan jika ingin mendapatkan hasil bersaing dipasar yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dan semakin dewasa seorang konsumen maka konsumen akan semakin teliti dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen ingin selalu mendapatkan produk yang berkualitas sesuai harga yang konsumen bayar, meskipun ada sebagian besar konsumen berpendapat bahwa produk yang mahal merupakan suatu produk yang berkualitas Bucchari Alma (2013).

2.1.2. Citra *(Image)*

Citra atau image merupakan salah satu perangkat ide dan kesan yang akan dimiliki pada seseorang terhadap suatu obyek. Citra yang baik akan menyebabkan konsumen untuk mengabaikan informasi dari usaha kecil menengah lainnya dan akan tetap setia pada produk yang di tawarkan, karena konsumen sudah percaya pada produk yang ditawarkan sehingga loyalitas konsumen pun dapat terwujud.

Oleh karena itu setiap wirausahawan harus menciptakan citra yang baik yaitu merupakan salah satu hal yang di haruskan bagi para peritel/wirausahawan. Sebab dengan adanya konsep citra yang baik wirausahawan dapat menciptakan identitas yang baik dan dengan itu wirausahawan akan mendapatkan reputasi yang baik serta loyalitas yang tinggi terhadap usahanya Aliyan (2015).

2.1.3. Citra Produk *(Image Product)*

Citra Produk merupakan suatu cara untuk membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Citra Produk juga dapat diartikan sebagai kumpulan asosiasi yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap suatu barang atau jasa. Oleh karena itu bagi usaha jasa memiliki citra yang baik menjadi sangat penting. Citra Produk toko diartikan sebagai apa yang dipikirkan konsumen tentang toko tersebut yang memiliki image yang baik pada setiap konsumen Pratiwi Suci Made (2014). Namun dengan itu Citra Produk memiliki gambaran produk dimata konsumen yang berdasarkan dari pengetahuan, tanggapan serta pengalaman dari konsumen terhadap produk yang bersangkutan (Li, Wang, & Cai, 2011).

Citra Produk adalah salah satu nama, istilah, tanda, lambang dan desain atau kombinasi semua ini, yang akan menunjukan identitas penjual produk atau jasa yang diberikan pada sekelompok penjual dan membedakan produk nya dari pesaing. Konsumen akan memandang merk sebagai suatu bagian penting dari produk, dan penetapan pada merk dapat menambah suatu nilai bagi sebuah produk, penetapan merk dapat membantu konsumen dalam berbagai cara. Citra Produk akan membantu konsumen untuk mengenali produk yang dapat menguntungkan bagi mereka. Merk juga menyatakan bahwa suatu Kualitas Produk membuat konsumen untuk membeli produk yang konsumen tahu bahwa

akan mendapatkan fitur, manfaat dan kualitas yang sama pada saat membeli produk. Nama produk dapat memberikan perlindungan hukum bagi fitur produk tertentu yang tidak akan bisa ditiru oleh pesaing lain Kotler dan Amstrong (2014).

Dari seluruh penjelasan yang diatas maka dapat diartikan atau disimpulkan Citra Produk adalah : kesan, pendapat dan tanggapan Keller (2013). Indikator yang utama dalam pembentukan Citra Produk adalah :

1. Identitas Produk (*Product Indetity)*
2. Personalitas Produk *(Product Personality)*
3. Asosiasi Produk (*Product Association)*
4. Sikap dan Perilaku Produk (*Product Attitude and Behavior)*
5. Manfaat dan Keunggulan Produk *(Product Benefit and Competence).*

2.1.4. Citra Terhadap Kepuasan Konsumen

Citra Terhadap Kepuasan Konsumen adalah dapat dijelaskan bahwa citra merupakan hal terpenting untuk kepuasan konsumen agar dapat mempengaruhi kualitas, dan layanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan Demikian Citra Terhadap Kepuasan Konsumen merupakan sebuah keunggulan dari setiap kepuasan konsumen terhadap produk yang telah dikonsumsi oleh konsumen. Namun dengan itu hubungan antara Citra Dan Kepuasan Konsumen yaitu yang mempunyai pengaruh yang sangat positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap produk maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi terhadap citra buruk maka kepuasan konsumen akan semakin rendah Winda Widya Wati (2012).

2.1.5. Dimensi Kualitas Produk

Kualitas dapat mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat *(benefits)* pada konsumen. Dimensi Dari Kualitas Produk ini meliputi delapan dimensi Buchari Alma (2014). yang terdiri dari :

1. Kinerja : Yaitu karakteristik operasi awal dari produk inti dapat didefinisikan sebagai tampilan dari sebuah produk yang sesungguhnya.
2. Kesesuaian Dengan Spesifikasi : Yaitu sejauh mana karakteristik suatu operasi dasar sebuah produk yang dapat memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukan cacat pada produk.
3. Fitur : Merupakan suatu karakteristik pada produk yang di rancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
4. Reabilitas : Probabilitas bahwa produk dapat bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam priode tertentu. semakin kecil akan kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
5. Daya Tahan : Merupakan yang berarti beberapa lama umur dari produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya dari suatu produk.
6. Estetika : Yang berhubungan dengan bagaimana dengan penampilan produk.
7. Kesan kualitas : Yang sering diartikan hasil penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa

konsumen tidak mengerti atau kurangnya informasi yang di dapat tentang produk bersangkutan.

8. Kenyamanan : Yang meliputi kecepatan atau kemudahan untuk diapresiasi, serta kompetensi dan keramah-tamahan pada kualitas pelayanan.

Berdsarkan dari dimensi ini dapat disimpulkan bawah setiap dimensi kualitas mempuyai syarat agar sesuai dengan nilai produk agar dapat memuaskan pelanggan dengan sesuai harapan mereka.

2.1.6. Kepuasan Konsumen *(Consumer Satisfaction)*

Kepuasan Pelanggan adalah hasil yang di dapat dalam pencapaian yang istimewa di karenakan wirausahawan dapat memberikan kepuasan ke pada konsumen dan pelanggan, apabila adanya kekurangan dalam setiap produk maka akan menyebabkan konsumen tidak puas sehingga pelanggan akan memberikan komentar dan mengembalikan produk. Kepuasan Pelanggan/Konsumen merupakan suatu reaksi emosional pasca setelah konsumen melakukan pembelian yang berupa kemarahan, ketidak-puasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan Lovelock dan K.Wright (2011).

Kepuasan Konsumen adalah perasaan dari setiap konsumen, baik kepuasan atau sebaliknya yang timbul untuk membandingkan setiap produk, dengan sesuai harapan konsumen atas produk tersebut Sudaryono (2016). Kepuasan Konsumen dapat diartikan adalah sikap dari keseluruhan yang diberikan oleh konsumen terhadap barang dan jasa setelah mereka mendapatkan dan menggunakan produk tersebut Mowen dan Minor (dalam Sudaryono 2016). Kepuasan Konsumen

adalah suatu kunci untuk agar dapat mempertahankan pelanggan atau konsumen. dan Kepuasan Konsumen memiliki indikator :

1. Menciptakan Barang Atau Produk
2. Loyalitas Pelanggan

2.1.7. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen sangatlah tergantung pada persepsi dan ekspetasi konsumen, maka sebagai produsen sangatlah perlu mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi produk nya Fandy Tjiptono (2016). Terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

1. Kualitas Produk : Konsumen akan merasa puas apabila hasil observasi mereka bahwa produk yang mereka gunakan atau mereka pakai sangat berkualitas
2. Harga : Produk dengan kualitas yang sama tetapi memiliki harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi pada konsumennya.
3. Kualitas pelayanan : Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang sesuai atau baik dengan harapannya.
4. Faktor Emosional : Konsumen akan merasa bangga apabila mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila mereka menggunakan produk merk tertentu.
5. Biaya : Merupakan suatu hal yang memudahkan untuk mendapatkan produk atau jasa, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung sangat puas terhadap produk tersebut.

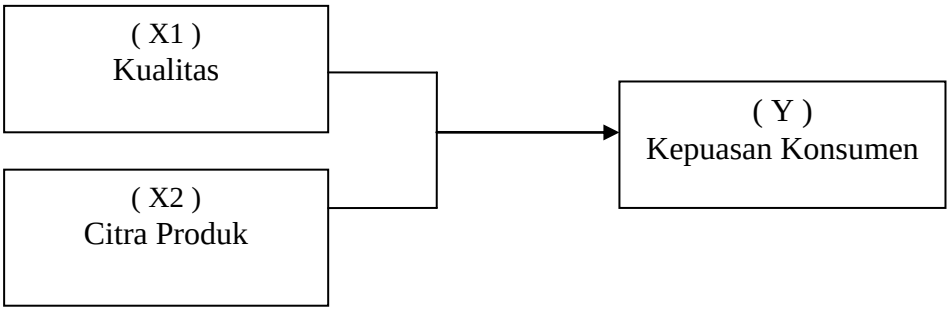
2.1.8. Elemen Kepuasan Konsumen

Wilkie (1994 : 27) Menpunyai 5 elemen yang terdapat dalam Kepuasan Konsumen sebagai berikut :

1. Harapan : Setiap konsumen memiliki harapan kepada suatu barang atau jasa yang telah di buat atau di bentuk sebelum konsumen melakukan pembelian barang atau jasa tersebut. Dengan dilakukannya proses pembelian yang dilakukan terhadap konsumen, maka demikian konsumen sangat berharap barang atau jasa yang mereka pesan atau terima sesuai dengan yang diharapkan, keinginan dan keyakinan mereka. Dan setelah melakukan pemesanan barang atau jasa yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan konsumen akan merasa sangat puas.
2. Kinerja : Dapat digunakan tanpa harus di pengaruhi dengan harapan mereka, dan dengan begitu ketika kinerja sebenarnya barang atau jasa dapat berhasil maka konsumen merasa sangat puas.
3. Persepsi : Dengan dilakukannya hal ini dapat membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum melakukan pembelian dengan persepsi kinerja yang sebenarnya barang atau jasa. Dengan begitu konsumen akan merasa puas apabila harapan sebelum melakukan pembelian sudah sangat sesuai dengan keinginan dan bisa melebihi persepsi konsumen kepada kinerja yang sebenar nya.
4. Konfirmasi/diskomunikasi : Harapan setiap konsumen dapat di pengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merk dari sebuah barang atau jasa yang sangat berbeda dari orang lain. Komunikasi dapat terjadi apabila sesuai dengan harapan setiap kinerja sebenarnya terhadap produk.

Dan juga begitu sebaliknya jika diskomunikasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau bisa kemungkinan lebih rendah dari kinerja aktual produk. Dan dengan begitu konsumen akan merasa puas ketika adanya komunikasi dan diskomunikasi.

2.2. Kerangka Konseptual



Gambar 1.Kerangka Konseptual

2.3. Rumusan Hipotesis

Ada beberapa pembahasan yang berkaitan dengan kerupuk antara lain Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Usaha Kerupuk Sadi Desa Kubang Gajah dapat dinilai dari apa yang menjadi pengaruh nya, maka dapat memudahkan untuk menerapkan Citra Produk Terhadap Kerupuk Terigu Sadi, dengan demikian persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Citra Produk dan Kualitas Produk Pada Kerupuk Terigu Sadi akan diterapkan. Berdasarkan apa yang telah dijelaskan diatas, sehingga yang akan menjadi hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. H0: Kualitas Produk tidak berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

   H1: Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen
2. H0: Citra Produk tidak berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

   H1: Citra Produk berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

3. H0: Kualitas Produk dan Citra Produk tidak berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

   Ha1: Kualitas Produk dan Citra Produk berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

2.4. Penelitian Terdahulu

Dengan adanya Peneliti Terdahulu adalah untuk mendukung penelitian ini

Tabel 2.1. Penelitian terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Agustina Rizky Fauzy (2016)	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Produk Kerupuk PT.Legong Bali Nusantara Pandan - Sidoarjo	Hasil penelitian ini dapat dikemukakan saran – saran yang tidak lanjut, baik.untuk pengembangan Pengetahuan yaitu bagi peneliti selanjutnya yang berminat dengan bedang manajemen pemasaran maupun kepentingan perusahaan
2.	Dewi Sartika , Agustin Basriani (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau	Hasil penelitian : 1 kualitas produk yaitu fitur dan desain berpengaruh secara persial tyerhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di desa kualu nenas kecamatan tumbang kabupaten Kampar provinsi riau sedangkan kualitas produk lainya kinerja, kehandalan, daya tahan, dan kesesuaian tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas didesa kualu nenas kecamatan tambang kabupaten Kampar provinsi riau.
3.	K, G, Darmawan. N.N Yulianthini , A A.A, N.Y.M. Mardika (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga secara persial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, citra toko secara persial berpengaruh positif dan signifikan
4	Lela Novita Anggraini,Eny Kustiyah, Sudarwati (2019)	Pengaruh Kualitas,Harga dan Citra Produk,Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada	Hasil penelitian yang dilakukan. Pada setiap bab sebelumnya. maka didapatkan kesimpulan mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan citra produk terhadap kepuasan pelanggan

		Masyarakat Fakultas Ekonomi Islam Batik Surakarta	
5.	Monica Maria,Muhammad Yusak Anshori (2013).	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake	Hasil penelitian ini hanya mengambil 1 obyek penelitian yaitu industry UKM di surabaya, tidak ada keseluruhan industri makanan dan minuman indonesia. penelitian untuk saluran wilayah indonesia akan di temui latar belakang sosial, ekonomi,dan budaya yang beda sehingga
6	Ni Putu Hani Susanti,I Made Wardana (2015)	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Hijau Merek The Body Shop	Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan serta kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan
7	Valdo Nuck Budiman,Silvya Mandey,Imelda Wj Ogi. (2019)	Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Telkomsel	Hasil menujukan bahawa secara persial promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, secara persial citra produk bepengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan secara simultan promosi penjualan dan citra berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
8.	Rezky Muhammad Akbar (2018)	Pengaruh Bauran Pemasaran Kepercayaan Konsumen di Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Servei pada jamaah umrah PT.Barakallah Dunia Wisata	Hasil penelitian ini dan diskusi dilanjutkan dengam diskusi solusi trategi berdsarkan hasil analisis deskriptif

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif ialah metode penulisan yang analisis datanya dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan ststistik. Penelitian kuantitatif menekankan pada teori yang telah melakukan pengukuran variabel penulisan numerik dan pengukuran/angka yang besifat menonjol. Metode penelitian ini sebuah rancangan yang dapat mencakup tentang suatu pendekatan yang menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif ialah pengukuran yang begitu cermat agar dapat mengetahui variabel secara mendalam yaitu : Kualitas, dan Citra Produk.

3.2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dan ditunjukan kepada konsumen dan pengelolah Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya Kecamatan Kuala Pesisir.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi terdiri dari suatu obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakter tertentu yang dapat di tetapkan kepada peneliti agar dapat di pelajari dan untuk dapat di ambil kesimpulanya Sugiyono (2014).

Populasi penelitian ini merupakan konsumen yang membeli di Kerupuk Terigu Sadi yang ada Di Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten

Nagan Raya. Konsumen Kerupuk Terigu yang datang untuk membeli selama tahun 2021 dari bulan Januari sampai bulan Desember 180 orang. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *Random Sampling* yaitu dengan teknik pengambilan yang dimana semua dilakukan secara acak, individu maka dalam populasi lebih baik dengan cara sendiri atau per-time untuk memberi kesempatan agar dapat dipilih sebagai anggota sampel. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin dikarenakan setiap penarikan sampel dapat mewakili jumlah sampel agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan mudah diperhitungkan nya dan tidak memerlukan tabel dan jumlah sampel, namun dengan itu dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Dengan itu untuk menentukan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut Sugiyono (2011).

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

Keterangan :

n = Sampel

N= Ukuran Populasi

e = Derajat kepercayaan 5% (0,05)

Adapun perhitungan dari teknik pengambilan sampel minimal dengan menggunakan teknik Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{180}{1 + 180\ (0{,}05)^2}$$

$$n = \frac{180}{1 + 180 \times 0{,}0025}$$

$$n = \frac{180}{1 + 2,5}$$

n = 51,428571429 dibulatkan menjadi 52

Dengan rumus Slovin di dapatkan jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 52 sampel, pada penelitian ini jumlah populasi konsumen sebanyak 180 konsumen, sedangkan derajat kepercayaan adalah 5%

Berdasarkan pertimbangan di dalam lapangan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 52 sampel konsumen yang diperoleh dengan cara *Sampel Random Sampling* yang dapat mewakili dari jumlah keseluruhan popolasi dalam penelitian.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini yang jenis dan sumber data yang harus di perhatikan dalam penelitan ini yang terdiri dari dua data yaitu data primer. Data Primer merupakan data/informasi yang langsung dikumpulkan dengan peneliti dan informasi tersebut langsung dari sumbernya. Dan data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuesioner oleh setiap responden, yaitu warga/masyarakat Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya.

3.5. Metode Analisis Data

Maka metode analisis yang dipergunakan untuk pembuktian hipotesis adalah analisis kuantitatif dengan itu menggunakan model *Regresi Linier Berganda*, adapun model persamaan yang digunakan Supranto (2013) ialah sebagai berikut:

$$Y = a + b1\ X1 + b2\ X2 + e:$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Kualitas

X2 = Citra Produk

a = Konstanta yaitu nilai Y yang tidak dapat di pengaruhi pada variabelX

e = Error atau Sisa (residual)

Untuk menganalisis data ini, penulis/peneliti menggunakan program data *Statistik Produk Service Solutions* atau *SPSS For window 20.0.* Analisis Regresi Berganda digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah antara Kualitas (X1) dan Citra Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dan selain itu juga untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

3.6. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Sebelum melakukan penelitian alangkah baiknya menganalisis terlebih dahulu untuk setiap butir petanyaan yang telah dilakukan analisis validitas dan reliabilitas, yang dimaksud untuk melihat sejauh mana sebuah tingkatan kehandalan setiap butir pertanyaan yang untuk digunakan setiap penyusunan angket untuk menjaring setiap jawab dari responden. Sebagai alat ukur dalam penelitian/uji validitas dengan melakukan suatu kuesioner adalah sebuah angka yang hasil dari kolerasi dari setiap antara skor pertanyaan dan juga skor dari keseluruhan pertanyaan responden pada setiap informasi dalam kuesioner. Dengan begitu angka dari persyaratan validitas yaitu tiap butir yang telah dianggap layak/valid dan dapat memadai yaitu diatas r tabel atau persyaratan setinggi–tingginya tiap butir 0,03.

2) Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah suatu alat untuk dapat mengukur setiap kuesioner yang merupakan sebuah indikator dari setiap variabel/konstruk. Dan kuesioner dapat disebut/dikatakan reliabel atau juga sering disebut dengn handal namun jika setiap jawaban seseorang kepada setiap pertanyaan adalah konsisten/stabil dari waktu kewaktu.

3.7. Uji I Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas yaitu bertujuan utuk dapat menguji apakah setiap model regresi, terdapat adanya variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal. Uji normalitas juga dapat memiliki ketentuan, yang dapat dikatakan data berdistribusi yang normal dan signifikan > 0.03 dan apabila data tidak dapat berkontribusi normal jika signifikan < 0,03.

2) Uji Multikolinieritas

Setiap pada pengajuan terhadap multikolinieritas dapat juga dilakukan agar dapat mengetahui apakah variabel yang dapat digunakan dan tidak saling berkolerasi atau ada hubungan dari setiap linier yang diantara nya satu atau lebih yang bervariabel bebas tersebut. Dan uji multikolinieritas yaitu sangatlah sulit untuk dapat memisahkan pengaruh dari masing-masing variabel bebas kepada setiap variabel tidak bebas. Salah satu cara untuk dapat mendeteksi multikolinieritas dapat dilakukan analisis korelasi person, jika dapat korelasi maka berarti multikolinieritas dapat dideteksi dari R2 yang begitu sangat tinggi pada setiap antara 0,07 sampai 1.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dapat terjadi apabila akibat ketidak samaan dari data yang terlalu sangat bervariasi/bermodel, salah satu cara nya untuk dapat mendeteksi terjadinya Heterokedastisitas merupakan salah satu dengan menggunakan *Spearman Rank Ciorrelation.* Cara pembuktian ini dapat dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas pada variabel gangguan.

3.8. Uji Signifikan Persial (Uji –t)

Gunanya untuk dapat membuktikan setiap kebenaran dari kumpulan hipotesis ke dua yang dapat di gandakan uji t yaitu merupakan salah satu untuk menguji kebenaran koefisiensi regresi parsial, cara atau syarat pengujiannya:

- Maka jika t dihitung < t table dengan begitu hipotesis nol (H0) dapat diterima dan juga hipotesis alternative (Ha) dapat ditolak dengan begitu variabel bebas nya sudah sangat kurang untuk menjelaskan pada variabel tidak bebas. Namun jika t di hitung > t table dengan begitu hipotesis nol (H0) dapat di tolak dan hipotesis alternative (H0) diterima.

3.9. Uji Signifikan Simultan (Uji –F)

Gunanya Uji F ini bertujuan agar dapat mengetahui setiap variabel bebas yang untuk digunakan dan mampu untuk menjelaskan variabel tidak bebasnya. Atau yang model *metode regresi berganda* yang di pergunakan sesuai atau tidak nya, cara/syarat pengujiannya:

- Maka jika F dihitung > F table dengan begitu hipotesis nol (H0) dan juga hipotesis alternatif (H1) dapat diterima, dengan begitu dapat diartikan bahwa variasi dan *Model Regresi Linear berganda* dapat menjelaskan

setiap pengaruh variabel bebasnya dengan cara keseluruhan yang terhdapat variabel tidak bebasnya namun juga sebaliknya. Namun jika F dapat di hitung < F table maka denga begitu hipotesis nol (H0) dapat diterima dan dengan juga hipotesis alternatif (H1) dapat ditolak, yang bertarti variabel yang dari *model regresi linier berganda* jika tidak mampu menjelaskan setiap pengaruh variabel bebas yang namun dengan cara keseluruhan pada variabel tidak bebas.

3.10. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini adalah:

1. Kuesioner *(Quesioner*)

   Kuesioner merupakan teknik/metode pengumpulan data yang dilakukan dengan peneliti untuk mengumpulkan data serta memberikan pertanyaan kepada setiap responden dengan sesusai panduan kuesioner, kuesioner ini menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup. Dengan begitu kuesioner ini disebarkan dengan mendatangi warga Desa Kubang Gajah Kecamatan Kuala Pesisir Kabupaten Nagan Raya.

2. Observasi *(Observation)*

   Observasi adalah metode penelitian yang langsung melakukan pengamatan secara langsung pada obyek peneliti.

3. Studi Pustaka *(Libraries Study)*

   Studi Pustaka ialah metode penelitian yang mengumpulkan data yang dapat dilakukan dengan membaca buku, jurnal dan referensi yang dapat berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

Nama usaha tempat penulis melakukan penelitian adalah Usaha Kerupuk Terigu Sadi. Tempat penelitian ini terletak di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Dengan produk yang dihasilkan adalah Kerupuk Mentah. Usaha Kerupuk Terigu Sadi merupakan sebuah usaha bisnis yang langsung melakukan produksinya didapur dengan tanpa menggunakan bahan pengawet. Hal ini untuk mengindikasikan sebuah kepercayaan konsumen atas produk sekaligus menjadi sebuah strategi dan ciri khas dibandingkan dengan usaha lainnya. Usaha Kerupuk Terigu Sadi merupakan industry yang sudah ada sejak tahun 2019 modal awal sebanyak Rp. 2 juta, sehingga dengan modal awal yang sangat minim tersebut menjadikan pemilik memilih membuka usaha ini dan hanya memproduksi awal sebanyak 1 sak tepung dan dapat menghasilkan 25 kg kerupuk dalam waktu sekali produksi.

Usaha Kerupuk Terigu Sadi ini sudah berkembang, dapat dilihat dari banyaknya produk yang berhasil dipasarkan. Pendistribusian Produk Usaha Kerupuk Terigu Sadi yang dijua dikede-kede/warung yang tersebar di beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Nagan Raya. Adapun Usaha Kerupuk Terigu ini pembeli nya berdominan ibu-ibu rumah tangga dengan itu Kerupuk Terigu Sadi ini memiliki keunggulan tersendiri dari bahan baku utama ketumbar dan tepung terigu. Kerupuk Terigu Sadi ini penyaluran pemasarannya masih di sekitaran Nagan Raya, dengan harga perkilo Kerupuk Terigu Sadi ini sebesar 25

ribu, dan Kerupuk Terigu Sadi ini memiliki rasa yang begitu digemari oleh konsumen.

Cara penjualannya pembeli datang baru dilakukan pembungkusan dan tidak tersedia packing. Kerupuk Terigu Sadi tersedia dalam bentuk harga per-setengah kilo dengan harga jual Rp. 13.000 dan per-satu kilo sebasar Rp. 25.000 dan pembeli juga bisa membeli dengan jumlah banyak dan bisa diantar langsung ke tempat yang dituju Kerupuk Terigu Sadi ini bisa disajikan kedalam toples atau piring.

4.1.1. Visi Misi Usaha

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Sadimin, selaku pemilik dari Usaha Kerupuk Terigu Sadi, visi dan misi usaha adalah sebagai berikut:

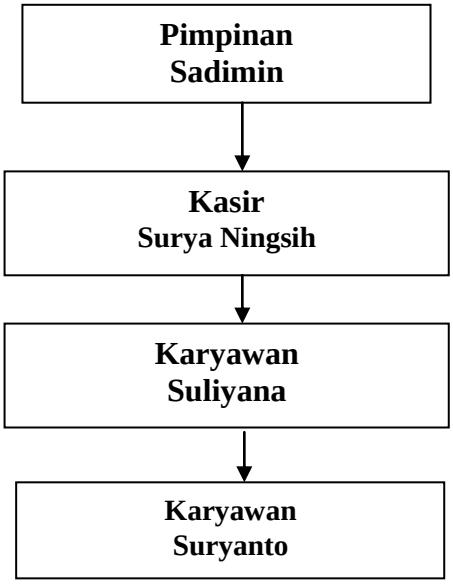
a. Visi

   Terwujudnya peningakatan perekonomian keluarga sejahtera dengan adannya dukungan usaha ini terus berkembang dengan serta menguatkan perekonomian keluarga dan masyarakat sekitar.

b. Misi

   Tidak hanya untuk menciptakan produk yang memiliki kualitas terbaik saja namun dapat memberikan pekerjaan untuk kalangan masyarakat yang utama.

4.1.2. Struktur Organisasi Usaha Kerupuk Terigu Sadi



Gambar : Struktur Organisasi Usaha Kerupuk Terigu Sadi
Sumber: Hasil wawancara dengan pemilik Usaha Kerupuk Terigu Sadi (2022)

Tugas dari masing-masing bagian dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pimpinan atau Pemilik Usaha

Pimpinan atau pemilik usaha adalah pemegang saham dan yang mendirikan Usaha Kerupuk Terigu Sadi ini. Pemilik Usaha Kerupuk Terigu Sadi selalu menerima laporan priodik dari bagian bendahara. Pemilik Usaha Kerupuk Terigu Sadi juga bertanggung jawab memberikan tambahan modal bagi pengembangan Usaha Kerupuk Terigu Sadi, dan pemilik Usaha Kerupuk Terigu Sadi secara langsung menggaji karyawan. Pemilik Usaha Kerupuk Terigu Sadi juga memastikan bekerja dengan baik, selain itu pemilik Usaha Kerupuk Terigu Sadi juga harus bisa memberikan ide untuk kemajuan Usaha Kerupuk Terigu Sadi nya.

b. Kasir (*Cashier*)

Kasir bertanggung jawab untuk melayani dan menerima uang masuk dari pelanggan yang ingin memesan kerupuk dan membeli kerupuk.

c. Karyawan (*Employee*)

Karyawan yang bertanggung jawab membuat kerupuk dan menjaga kebersihan kerupuk maupun tempat pembuatan kerupuk.

4.1.3. Proses Produksi

Jenis kegiatan yang dilakukan pada proses pembuatan Kerupuk Terigu Sadi meliputi 5 tahap yaitu:

1. **Tahap persiapan Bahan Baku *(Raw Material Preparation Stage)***

   Pada tahap ini meliputi kegiatan pembersihan, dan pencucian.

2. **Pembersihan *(Cleaning)***

   Pembersihan sebelum diolah dimaksud untuk menghilangkan bagian-bagian yang tidak di inginkan di antaranya tanah, dan kotoran-kotoran lain yang menempel.

3. **Tahap Penjemuran *(Drying Stage)***

   Penjemuran dilakukan dengan menggunakan alat terpal/tikar bambu yang di bentuk khusus, penjemuran dilakukan di terik matahari.

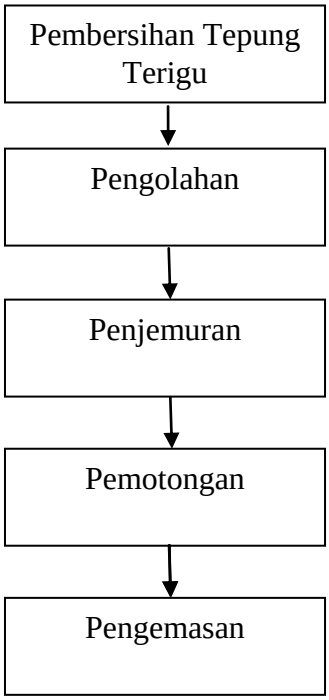
4. **Tahap Pengolahan dan pengirisan *(Processing And Slicing Stages)***

   Pada tahap ini dilakukan pemotongan yang dilakukan secara manual dengan menggunakan alat pemotong gunting/pisau.

5. **Tahap Pengemasan *(Packaging Stage)***

   Pengemasan dilakukan dengan memasukkan Kerupuk Terigu Sadi kedalam plastik berlebel dengan ukuran yang seragam yaitu seberat 1,5 dan 1 kg/bungkus, kemudian dilakukan pengeliman. Setelah sampai pada tahap ini selesai lah proses pengolahan Kerupuk Terigu dan selanjutnya siap untuk dipasarkan,

Untuk lebih jelas dalam memahami proses pembuatan Kerupuk Terigu Sadi dapat dilihat pada skema berikut :



Gambar 4.2 Bagan Proses Pembuatan Kerupuk Terigu Sadi

4.2. Analisis Distribusi Karakteristik Responden

Analisis identitas responden dalam penelitian ini dilihat dari beberapa sisi, diantara nya adalah berdasarkan tingkat usia responden, tingkat pendidikan responden dan berdasarkan jenis kelamin responden. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada keterangan.

4.2.1 Karakteristik Responden

Berikut ini gambaran umum responden yang menjadi objek penelitian ini. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

No	Variabel	Frek	Persentase
1.	Jenis Kelamin a. Laki-laki b. Perempuan	 22 30	 42,31 57,69
2.	Umur a. ≤ 25 Tahun b. 31 – 35 Tahun c. 36 – 30 Tahun d. ≥ 30 Tahun	 41 11 - -	 78,85 21,15 - - -
3.	Status Perkawinan a. Kawin b. Belum Kawin	 26 26	 50,00 50,00

Sumber : Data Primer 2022

Berdasarkan tabel 4.1dari 52 responden yang bekerja Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Responden yang berjenis kelamin laki-laki 22 orang (42,31 %) dan perempuan berjumlah 30 orang (57,69 %). Adapun tingkat umur responden adalah umur ≤ 25 Tahun sebanyak 41 Orang (78,85 %), umur 31-35 Tahun sebanyak 11 orang (21,15 %). Untuk status perkawinan, responden yang sudah kawin sebanyak 26 orang (50 %), sedangkan sisanya yang belum kawin sebanyak 26 orang (50 %).

4.2.2 Analisis Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner terhadap 52 responden tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Dapat dilihat pada tabel 4.2 :

1) Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.2
Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Pada variabel Kualitas Produk

No	Pertanyaan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%	Frek
1	Kinerja produk Kerupuk Terigu Sadi sangat baik	-	-	-		4	7,69	38	73,07	10	19,23	52
2	Produk Kerupuk Terigu Sadi tahan selama 1 bulan	-	-	-	-	-		43	82,69	9	17,30	52
3	Produk Kerupuk Terigu Sadi (*Home Bage)* atau tantangan (produksi rumahan).	-	-	-	-	-		42	80,77	10	19,23	52
4	Produk Kerupuk Terigu Sadi dikemas dengan baik	-	-	-	-	2	3,85	39	75	11	21,15	52
Jumlah		0		0		6		162		40		208
		0						202				
Persentase		0				2,9		97,11				100

Sumber : Data Primer 2022

Dengan melihat hasil dari pertanyaan dalam tabel 4.3 diatas untuk pertanyaan Kinerja Produk Kerupuk Terigu Sadi sangat baik. Maka dapat dikatakan bahwa hampir sebagian besar responden menyatakan Setuju 38 orang atau sebesar 73,07 %, Sangat Setuju 10 orang atau 19,23 %, Netral 4 responden atau 7,69%, Tidak Setuju 0 orang atau 0 % dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %. Untuk pertanyaan Produk Kerupuk Terigu Sadi tahan selama 1 bulan. Responden juga lebih banyak menyatakan Setuju yaitu sebesar 43 orang atau 82,69 %, Sangat Setuju 9 orang atau sebesar 17,30 %, Tidak Setuju 0 orang atau 0

%, Netral 0 responden atau 0 %, dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %. Sementara itu, untuk pertanyaan Produk Kerupuk Terigu Sadi (*Home Bage)* atau tantangan (produksi rumahan). Responden yang menjawab Setuju 42 orang atau sebesar 80,77 %, Sangat Setuju 10 orang atau 19,23 %, Netral 0 responden atau 0 %, Tidak Setuju 0 orang atau 0 % dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %. Kemudian untuk pertanyaan Produk Kerupuk Terigu Sadi dikemas dengan baik responden lebih banyak menyatakan Setuju 39 orang atau sebesar 75 %, Sangat Setuju 11 orang atau 21,15 %, Netral 2 responden atau 3,85%, Tidak Setuju 0 orang atau 0 % dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %

Dari hasil pengamatan kuesioner diatas secara Rekapitutasi terlihat jelas bahwa Variabel Kualitas Produk merupakan salah satu Variabel yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya.

2) Variabel Citra Produk

Tabel 4.3
Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Pada Variabel Citra produk

No	Pertanyaan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%	Frek
1	Produk ini bernama Kerupuk Terigu Sadi	-	-	-	-	-	-	34	65,38	18	34,62	52
2	Produk ini dapat dikenal oleh masyarakat karena memiliki kemasan yang peraktis	-	-	-	-	-	-	36	69,23	16	30,77	52
3	Produk Kerupuk Sadi ini memiliki ukuran yang tidak sama	-	-	-	-	12	23,08	26	50,00	14	26,92	52
4	Produki ni memiliki kemasan yang kedap udara,sehingga	-	-	-	-	-	-	39	75,00	13	25,00	52

	menghambat masuk-nya udara											
Jumlah		0		0		12		135		61		208
		0					196					
Persentase		0				5,80		94,23				100

Sumber : Data Primer 2022

Dengan melihat hasil dari pertanyaan dalam tabel 4.3 diata suntuk pertanyaan Citra Produk ini bernama Kerupuk Terigu Sadi maka dapat dikatakan bahwa hampir sebagian besar responden menyatakan Setuju 34 orang atau sebesar 65,38%, Tidak Setuju 0 orang atau 0 %, Netral 0 responden atau 0 %, Sangat Setuju 36 orang atau 69,23 % dan Sangat Tidak setuju 0orang atau 0 %**.** Sementara itu, untuk pertanyaan Produk ini dapat dikenal oleh masyarakat karena memiliki kemasan yang peraktis responden yang menjawab Setuju 26 orang atau sebesar 50,00 %, Sangat Setuju 14 orang atau 26,92 %, Netral 0 responden atau 0%, Tidak Setuju 0 orang atau 0 % dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %**.** Untuk pertanyaan Produk Kerupuk Sadi ini memiliki ukuran yang tidak sama responden lebih yang menyatakan Sangat Setuju 16 orang atau sebesar 30,77 %, Sangat Setuju 13 orang atau 25.00 %, Netral 0 responden atau 0 %, Tidak Setuju 0 orang atau 0 % dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %. Untuk pertanyaan Produk ini memiliki kemasan yang kedap udara, sehingga menghambat masuk-nya udara responden juga lebih banyak menyatakan Setuju yaitu sebesar 39 orang atau 75,00 %, Sangat Setuju 13 orang atau sebesar 25,00 %, Tidak Setuju 0 orang atau 0 %, Netral 0 responden atau 0 %, dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %.

Dari hasil pengamatan kuesioner diatas secara Rekapitutasi terlihat jelas bahwa Variabel Citra Produk merupakan salah satu variabel yang dapat

mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya.

3) Variabel Dependen Kepuasan Konsumen

Tabel 4.4
Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya. Pada Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%	Frek
1	Saya merasa puas dengan Produk Kerupuk Terigu Sadi yang memiliki rasa khas	-	-	-	-	12	23,08	13	25,00	27	51,92	52
2	Saya merasa puas dengan kemasan produk Sadi yang praktis	-	-	-	-	-	-	40	76,92	12	23,08	52
3	Saya merasa puas dengan Produk Kerupuk Terigu Sadi yang harga nya relatife murah	-	-	-	-	-	-	37	71,15	15	28,85	37
4	Saya sangat loyal dengan Produk Kerupuk Terigu Sadi	-	-	-	-	-	-	44	84,62	8	15,38	52
5	Citra dan kualitas produk Merupakan Faktor utama dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen	-	-	-	-	12	23,08	13	25,00	27	51,92	52
Jumlah		0		0		24		147		89		260
		0						236				
Persentase		0				9,23		90,77				100

Sumber : Data Primer 2022

Dengan melihat hasil dari pertanyaan dalam tabel 4.4 diatas, untuk pertanyaan. Saya merasa puas dengan Produk Kerupuk Terigu Sadi yang memiliki rasa khas, maka dapat dikatakan bahwa hampir sebagian besar responden menyatakan Setuju 13 orang atau sebesar 25,00 %, Sangat Setuju 27 orang atau sebesar 51,92 %, Netral 12 responden atau 23,08 %, Tidak Setuju 0 orang atau 0 % dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0%**.** Sementara itu untuk pertanyaan. Saya merasa puas dengan kemasan produk Sadi yang praktis responden juga lebih banyak menjawab Setuju sebesar 40 orang atau 76,92 %, Sangat Setuju 12 orang atau sebesar 23,08 %, Netral 0 responden atau 0 %, Tidak Setuju 0 orang atau 0 % dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %.

Untuk pertanyaan Saya sangat loyal dengan Produk Kerupuk Terigu Sadi responden juga lebih banyak menyatakan Setuju yaitu sebesar 44 orang atau 84,62%. Sangat Setuju 8 orang atau sebesar 15,38 %, Netral 0 responden atau 0 %, Tidak Setuju 0 orang atau 0 % dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %.

Demikian juga untuk pertanyaan Citra dan Kualitas Produk Merupakan Faktor utama dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen responden juga lebih banyak menyatakan Sangat Setuju sebesar 27 orang atau 51,92 %. Setuju 13 orang atau sebesar 25,00 % Netral 12 responden atau 23,08 %, Tidak Setuju 0 orang atau 0 % dan Sangat Tidak setuju 0 orang atau 0 %.

Dari hasil pengamatan kuesioner diatas secara Rekapitutasi terlihat jelas bahwa Variabel Kepuasan Konsumen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, motivasi dan Kualitas Produk Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah Kabupaten Nagan Raya.

4.3. Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian dan pembahasan ini peneliti melakukan analisis Statistik yang digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian dalam hal ini digunakan. Analisis Regresi Linear Berganda, dan uji Hipotesis yang terdiri dari Uji t, Uji F dan Uji R^2 yang diolah melalui program komputer Statistik atau Program SPSS.

4.3.1 Model Regresi Linear Berganda

Hasil dari perhitungan untuk analisis regresi dari responden dapat di lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5 : Rekapitulasi Regresi Linear Berganda

Model	UnstandardizedCoefficients
	B
Konstanta	4,112
Kualitas Produk (X_1)	0,479
Citra produk (X_2)	0,092

Sumber : Data Primer 2022

Berdasarkan tabel 4.5 rekapitulasi regresi linear berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$\mathbf{Y = 4,112 + 0,479X_1 + 0,092X_2 + e}$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4,112 menyatakan bahwa jika tidak ada, Kualitas Produk dan, Citra produk, maka nilai Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah akan tetap sebesar 4,112.
2. Koefisien regresi sebesar 0,479 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai

Kualitas Produk, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah sebesar 0,479 dengan asumsi besarnya variabel dependen lainnya adalah tetap.

3. Koefisien regresi sebesar 0,092 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Kualitas Produk, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah sebesar 0,092 dengan asumsi besarnya variabel dependen lainnya adalah tetap.

4.3.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Uji Secara Parsial (Uji t), Uji Secara Simultan (Uji F), dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

1. Uji Parsial (Uji t)

Setelah diketahui adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, selanjutnya adalah dilakukan uji t statistik untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi sebesar 5 % dan *degree of freedom* (df) = n–(k+1). Dimana apabila $t_{hitung} > t_{tabel,}$ maka hipotesis diterima, dengan kata lain variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.6 : Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Tanda	Alpha (α)	Ket	Hipotesis
Kualitas Produk (X_1)	2,545	1.689	0,004	<	0.05	Sig	$H_o$ditolak H_1diterima
Citra produk (X_2)	2,048	1.689	0,048	<	0.05	Sig	$H_o$ditolak H_2diterima

Sumber : Data Primer 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa:

a. Variabel Kualitas Produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,545 > 1,689), sehingga diperoleh hasil signifikan 0,004 < 0,05 sehingga faktor Kualitas Produk (X_1) mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah

b. Variabel Citra produk secara parsial berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,048 > 1,689), sehingga diperoleh hasil signifikan 0,048 < 0,05 sehingga faktor Citra produk (X_2) mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah

2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama sama menjelaskan variabel dependen. Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan $F_{tabel.}$ Namun sebelum membandingkan nilai F tersebut, harus ditentukan tingkat kepercayaan (1-α) dan

derajat kebebasan *(degree of freedom)* = n-(k+1) agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.7 : Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig	Tanda	Alpha (α)	Ket	Hipotesis
7,471	2.641	0.000	<	0.05	Sig	$H_a$diterima H_1 ditolak

Sumber : Data Primer 2022

Dari tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa nilai F_{hitung} 7,471 atau Sig 0,000 < 0.05 yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Citra produk (X_2), secara bersama-sama berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah .

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen, Kualitas Produk (X_1) dan Citra produk (X_2), dapat menjelaskan variabel dependennya (Kepuasan Konsumen).

Tabel 4.8. :Rekapitulasi Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R	AdjustedR Square	Std.Erroroftheе	Durbin-Watson
1	0,779a	0,661	0,699	0,60182	2,235

Sumber : Data Primer 2022

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa nilai Korelasi (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,779. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara variabel Kualitas Produk (X_1) dan

Citra Produk (X_2), secara keseluruhan memberikan pengaruh (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) karena nilai korelasi sebesar 0,779 mendekati angka 1, sedangkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.661. Hal ini menunjukkan bahwa variabel, Kualitas Produk (X_1), dan Citra produk (X_2), secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 66,1 % terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah. Sedangkan sisanya sebesar 33,9% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.4. Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah

Hasil penelitian terhadap variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai t_{hitung} > t_{tabel} (2,545> 1,689), sehingga diperoleh hasil signifikan 0,004 < 0,05 sehingga faktor Kualitas Produk (X_1) mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Purnomo Edwin Setyo (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumsn *Best Autowarks.* Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel produk X1 dan X2 harga yang berpengaruh secara simultan Terhadap Kepuasan Konsumen.

4.4.2 Pengaruh Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah

Hasil penelitian terhadap variabel Citra Produk secara parsial berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai t_{hitung} > t_{tabel} (2,048 > 1,689), sehingga diperoleh

hasil signifikan 0,048 < 0,05 sehingga faktor Citra Produk (X_2) mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ni Putu Hani Susanti, I Made Wardana (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Hijau Merk The Body Shop. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kualitas Produk dan Citra Merk berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan serta kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah

Hasil penelitian terhadap variabel Kualitas Produk dan Citra Produk secara simultan berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai F_{hitung} 7,471 atau Sig 0,000 < 0.05 yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini sebagaimana penelitian yang telah dilakukan oleh Valdo Nuck Budiman, Silvya Mandey, Imelda Wj Ogi (2019). Dengan judul penelitain Pengaruh Promosi Penjualan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Telkomsel Hasil menujukan bahawa secara persial promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, secara persial Citra Produk bepengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan secara simultan promosi penjualan dan citra berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,545> 1,689), sehingga diperoleh hasil signifikan 0,004 < 0,05 sehingga faktor Kualitas Produk (X_1) mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah

b. Variabel Citra produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,048> 1,689), sehingga diperoleh hasil signifikan 0,048 < 0,05 sehingga faktor Citra Produk (X_2) mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah

c. Variabel Kualitas Produk dan Citra Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah dengan nilai F_{hitung} 7,471 atau Sig 0,000 < 0.05 yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, ada beberapa hal yang ingin penulis sampaikan kepada pihak perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Hendaknya atasan mempunyai kesadaran akan pentingnya Kepuasan Konsumen agar lebih berkembang kedepannya.
2. Teruslah lakukan dan tingkatkan perubahan supaya Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi Di Desa Kubang Gajah lebih baik dan lebih berkembang lagi kedepan.
3. Untuk penelitian lebih lanjut penelitian ini dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan alat uji statistik dan menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen agar data yang didapatkan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar . (2011). Impact of Brand Image, Trust and Affect on Consumer Brand Extension Attitude: the Mediating Role of Brand Loyalty. International journal of economict and managemen scienes vol.1, no.5,p73-79 2011

Benoit (2012). Retaining Customers With Shopping Convenience. Journal of Relationship Marketing. Vol.8, p. 314

Buchari, Alma, (2013). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.

Cintya D & W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Brand Image Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening: Management Analysis Journal 4,(3).

Desrina. (2017). The Factors Influencing Customer Satisfaction With Chain Budget Hotels in Bangkok by Each Traveler Segment. International Journal of Information, Business and Management, Vol. 9, No.1. Consuegra, D.

Faisal, Assegaf. (2015). Prospek Produksi Bioetanol Bonggol Pisang Musa paradisiaca. L Menggunakan Metode Hidrolisis Asam Dan Enzimatis. Purwokerto.

Farah,S.M, & WJ Iwelda. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT.Fifgroup Cabang Manado, Jurnal EMBA : Jurnal Riset Bisnis Ekonomi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 4 (1).

Francis, Buttle, (2011). Custumer Relationship Management Manajemen. Hubungan Pelanggan. Bayumedia: Jakarta.

Frendy O, Mokalu,Altje T. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan Cv. Minahasa Mantap perkasa: Jurnal Pengaruh Kualitas Produk, Vol 3, No 1, Maret, hal.254-265.

Hidayat, Ahmad. (2013). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Member PT. Melia Sehat Sejahtera

Keller, Kevin Lane. (2012). The Marketing Advantages of Strong Brands. Brand Management, Vol. 10, No.6. Management Analysis Journal 4,(3).

Lela, N, A, & Sudarwati, Eny K, (2019) Pengaruh Kualitas Harga dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kosmetik Wardah

(Studi Pada Masyarakat Fakultas Ekonomi Islam Batik Surakatra): Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi,Vol.7 No1,Juni.

M. Maria,Mohamad Y. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake.:Jurnal Mnajemen Teori dan Terapan, Thn 6, No 1, April.

Molina A., dan Esteban, A.(2011). An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector. Journal of Product and Brand Management Vol 16 No 7: 459-468. 128 Dedot, 2015

Muhammad,S & Sayyidah,A. (2019). Analisis Stategi Peningkatan Kualitas Produk Home Industry Kerupuk Pedas Melalui Atribut Produk Dalam Perspektif Manajemen Mutu (Studi Pada UD. Alim Rugi Desa Sono Sidokerto Kec. Buduran Kab. Sidoarjo, Jawa Timur): Journal Oeconomicus Of Economics 4 (1),hal 1-20.

Ni Nyoman Y, I W,Suwendra,& Made S, P. (2014). Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost Pada Distro Ruby Soho Di Singaraja: E- Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen Vol 2.

Ni Putu H. S, I Made W. (2015). Pengaruh Kulitas Produk dan Citra Merelk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Hijau Merk The Body Shop: E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana 4 (5),hal 622- 636.

R.F, Agustina. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Produk Kerupuk PT. Legong Bali Nunsantara Pandaan-Sidoarjo.: Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 4 Vo (2).

Rezky Muhamad Akbar. (2018). Pengaruh Baruan Pemasaran Kepercayaan Konsumen dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Servei Pada Jama'ah Umrah PT. Barakallah Dunia Wisata Jurnal Manajemen 8 Vol 1.

Sukotjo. (2013). Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga, Yogyakarta: Liberty. Farisman

Syarief. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Federal Internasional Finance Pos Tandes Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.2 No.3.

Wayasirli Soderi Amri. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Rambak Di Kelurahan Mahulu Kecamatan Tenggarong: Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia 19,(2).

Wibawa, P. Careen, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang : Studi Pada Produk Eatlah: Jurnal Teknologi,Vol 11, No 2

Responden Yang Terhormat,

Saya Mira Ratna Dilla mahasiswa Jurusan Manajamen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar, Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Dan Citra Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kerupuk Terigu Sadi. Hasil survei ini akan dipakai sebagai sumber data dalam penelitian tersebut.

Oleh karena itu, saya mengharapkan partisipasi bapak/ibu/saudara(i) dengan mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya. Ada beberapa hal yang **PERLU DIPERHATIKAN** dalam pengisian kuesioner ini:

- Tidak ada jawaban **BENAR** atau **SALAH**. Karena itu, isilah kuesioner ini dengan jawaban yang paling sesuai dengan diri bapak/ibu/saudara(i)
- Setiap jawaban akan sangat bermakna bagi kami. Dengan demikian, kami mengharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan.
- Jawaban responden akan diperlakukan sesuai dengan standar profesionalitas dan etika penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas bapak/ibu/saudara(i) .

Atas perhatian bapak/ibu/saudara(i), saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,
Peneliti,

MIRA RATNA DILLA
NIM 1805906020100

A. PROFIL RESPONDEN

Berilah tanda silang (x) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan data dari anda.

1. Jenis kelamin
   - ☐ Pria
   - ☐ Wanita

2. Status Perkawinan
   - ☐ Sudah menikah
   - ☐ Belum menikah

3. Usia
   - ☐ 21 - 25 tahun
   - ☐ 26 - 30 tahun
   - ☐ 31 - 35 tahun
   - ☐ 36 - 40 tahun
   - ☐ 41 - 45 tahun
   - ☐ 46 - 50 tahun

4. Pendidikan Terakhir
   - ☐ SMA atau sederajat
   - ☐ D1/D2/D3
   - ☐ S-1 (Sarjana)
   - ☐ S-2

B. PENDAPAT TERHADAP HAL-HAL DI BAWAH INI

Pilihlah salah satu angka pada pilihan jawaban setiap pernyataan berikut dengan menggunakan skala di bawah ini sebagai pilihan jawaban.

1	2	3	4	5	6	7
Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Netral (N)	Agak Setuju (AS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	Jawaban						
		1	2	3	4	5	6	7
		STS	TS	KS	N	AS	S	SS
KualitasProduk								
1.	Kinerja produk Kerupuk Terigu Sadi sangat baik							
2.	Produk Kerupuk Terigu Sadi tahan selama 1 bulan							
3.	Produk Kerupuk Terigu Sadi (*Home Bage)* atau tantangan (produksi rumahan).							
4.	Produk Kerupuk Terigu Sadi dikemas dengan baik							
Citra Produk								
1.	Produk ini bernama Kerupuk Terigu Sadi							
2.	Produk ini dapat dikenal oleh masyarakat karena memiliki kemasan yang peraktis							
3.	Produk Kerupuk Sadi ini memiliki ukuran yang tidak sama							
4.	Produk ini memiliki kemasan yang kedap udara, sehingga menghambat masuk-nya udara							
	KepuasanKonsumen							
1.	Saya merasa puas dengan Produk Kerupuk Terigu Sadi yang memiliki rasa khas							
2.	Saya merasa puas dengan kemasan produk Sadi yang praktis							
3.	Saya merasa puas dengan Produk Kerupuk Terigu Sadi yang harga nya relatife murah							
4.	Saya sangat loyal dengan Produk Kerupuk Terigu Sadi							
5	Citra dan kualitas produk Merupakan Faktor utama dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen							

Terima kasih atas partisipasinya

Lampiran Lampiran 2:

Rekapitulasi Data Responden

Nama Respoden	Kepuasan Konsumen					Jumlah	Y
	P1	P2	P3	P4	P5		
1	4	4	4	4	4	20	4,00
2	4	3	4	4	4	19	3,80
3	4	4	4	4	4	20	4,00
4	4	4	4	4	4	20	4,00
5	4	4	4	4	3	19	3,80
6	4	4	4	3	4	19	3,80
7	4	4	3	4	4	19	3,80
8	4	4	3	4	4	19	3,80
9	4	4	4	4	4	20	4,00
10	4	4	2	4	4	18	3,60
11	4	4	4	4	3	19	3,80
12	4	3	4	4	4	19	3,80
13	4	4	4	4	4	20	4,00
14	4	4	4	4	4	20	4,00
15	4	4	4	4	3	19	3,80
16	4	4	4	4	4	20	4,00
17	4	4	3	4	4	19	3,80
18	4	4	4	4	3	19	3,80
19	4	4	3	4	4	19	3,80
20	4	4	4	4	4	20	4,00
21	4	4	4	4	4	20	4,00
22	4	4	4	4	4	20	4,00
23	4	3	4	4	4	19	3,80
24	4	4	4	4	4	20	4,00
25	4	4	4	4	4	20	4,00
26	4	4	3	4	4	19	3,80
27	4	4	4	2	4	18	3,60
28	4	3	4	4	4	19	3,80
29	4	4	4	4	2	18	3,60
30	4	2	4	4	4	18	3,60
31	4	4	4	4	4	20	4,00
32	4	3	4	4	4	19	3,80
33	4	4	4	4	4	20	4,00
34	4	4	4	4	4	20	4,00
35	4	4	4	4	3	19	3,80
36	4	4	4	3	4	19	3,80
37	4	4	3	4	4	19	3,80
38	4	4	3	4	4	19	3,80
39	4	4	4	4	4	20	4,00

40	4	4	2	4	4	18	3,60
41	4	4	4	4	3	19	3,80
42	4	3	4	4	4	19	3,80
43	4	4	4	4	4	20	4,00
44	4	4	4	4	4	20	4,00
45	4	4	4	4	3	19	3,80
46	4	4	4	4	4	20	4,00
47	4	4	3	4	4	19	3,80
48	4	4	4	4	3	19	3,80
49	4	4	3	4	4	19	3,80
50	4	4	4	4	4	20	4,00
51	4	4	4	4	4	20	4,00
52	4	4	4	4	4	20	4,00

Nama Respoden	**Kualitas Produk**				**Jumlah**	**X1**
	P1	**P2**	**P3**	**P4**		
1	4	5	4	4	17	4,25
2	4	3	4	4	15	3,75
3	4	4	4	4	16	4,00
4	4	5	4	4	17	4,25
5	4	4	4	4	16	4,00
6	4	4	4	3	15	3,75
7	4	4	3	4	15	3,75
8	4	4	3	4	15	3,75
9	4	4	4	4	16	4,00
10	4	4	2	4	14	3,50
11	4	4	4	4	16	4,00
12	4	3	4	4	15	3,75
13	4	4	4	4	16	4,00
14	4	4	4	4	16	4,00
15	4	4	4	4	16	4,00
16	4	4	4	4	16	4,00
17	4	4	3	4	15	3,75
18	4	4	4	4	16	4,00
19	4	4	3	4	15	3,75
20	4	4	4	4	16	4,00
21	4	4	4	4	16	4,00
22	4	4	4	4	16	4,00
23	4	3	4	4	15	3,75

24	4	4	4	4	16	4,00
25	4	4	4	4	16	4,00
26	4	4	3	4	15	3,75
27	4	4	4	2	14	3,50
28	4	3	4	4	15	3,75
29	4	4	4	4	16	4,00
30	4	4	4	4	16	4,00
31	4	4	3	4	15	3,75
32	4	4	4	4	16	4,00
33	4	4	3	4	15	3,75
34	4	4	4	4	16	4,00
35	4	4	4	4	16	4,00
36	4	4	4	4	16	4,00
37	4	3	4	4	15	3,75
38	4	4	4	4	16	4,00
39	4	2	4	4	14	3,50
40	4	4	4	4	16	4,00
41	4	4	3	4	15	3,75
42	4	4	4	4	16	4,00
43	4	4	3	4	15	3,75
44	4	4	4	4	16	4,00
45	4	4	4	4	16	4,00
46	4	4	4	4	16	4,00
47	4	3	4	4	15	3,75
48	4	4	4	4	16	4,00
49	4	4	4	4	16	4,00
50	4	4	4	4	16	4,00
51	4	3	4	4	15	3,75
52	4	4	4	4	16	4,00

Nama Respoden	**Citra Produk**				**Jumlah**	**X2**
	P1	**P2**	**P3**	**P4**		
1	4	4	4	4	16	4,00
2	4	3	3	4	14	3,50
3	4	4	3	4	15	3,75
4	4	4	4	4	16	4,00
5	4	4	4	4	16	4,00
6	4	4	4	3	15	3,75
7	4	4	3	4	15	3,75
8	3	4	3	4	14	3,50
9	4	4	4	4	16	4,00

10	4	4	2	4	14	3,50
11	4	5	4	4	17	4,25
12	4	3	4	4	15	3,75
13	4	3	4	4	15	3,75
14	4	4	4	4	16	4,00
15	4	4	4	4	16	4,00
16	4	4	4	4	16	4,00
17	4	4	3	4	15	3,75
18	4	4	4	4	16	4,00
19	4	4	3	4	15	3,75
20	4	4	4	4	16	4,00
21	4	4	4	4	16	4,00
22	4	4	4	4	16	4,00
23	4	3	4	4	15	3,75
24	4	4	4	4	16	4,00
25	4	4	4	4	16	4,00
26	3	4	3	4	14	3,50
27	4	4	4	2	14	3,50
28	4	3	4	4	15	3,75
29	4	4	4	4	16	4,00
30	4	5	4	4	17	4,25
31	4	4	4	4	16	4,00
32	4	4	4	4	16	4,00
33	4	4	4	4	16	4,00
34	4	4	3	4	15	3,75
35	4	4	4	4	16	4,00
36	4	4	3	4	15	3,75
37	4	4	4	4	16	4,00
38	4	4	4	4	16	4,00
39	4	4	4	4	16	4,00
40	4	3	4	4	15	3,75
41	4	4	4	4	16	4,00
42	4	4	4	4	16	4,00
43	4	4	4	4	16	4,00
44	4	4	3	4	15	3,75
45	4	4	4	4	16	4,00
46	4	4	3	4	15	3,75
47	4	4	4	4	16	4,00
48	4	4	4	4	16	4,00
49	4	4	4	4	16	4,00
50	4	3	4	4	15	3,75
51	4	4	4	4	15	3,87
52	4	4	4	4	15	3,86

Lampiran 3 Data input

Y	X1	X2
4,00	4,25	4,00
3,80	3,75	3,50
4,00	4,00	3,75
4,00	4,25	4,00
3,80	4,00	4,00
3,80	3,75	3,75
3,80	3,75	3,75
3,80	3,75	3,50
4,00	4,00	4,00
3,60	3,50	3,50
3,80	4,00	4,25
3,80	3,75	3,75
4,00	4,00	3,75
4,00	4,00	4,00
3,80	4,00	4,00
4,00	4,00	4,00
3,80	3,75	3,75
3,80	4,00	4,00
3,80	3,75	3,75
4,00	4,00	4,00
4,00	4,00	4,00
4,00	4,00	4,00
3,80	3,75	3,75
4,00	4,00	4,00
4,00	4,00	4,00
3,80	3,75	3,50
3,60	3,50	3,50
3,80	3,75	3,75
3,60	4,00	4,00
3,60	4,00	4,25
4,00	3,75	4,00
3,80	4,00	4,00
4,00	3,75	4,00
4,00	4,00	3,75
3,80	4,00	4,00
3,80	4,00	3,75
3,80	3,75	4,00
3,80	4,00	4,00
4,00	3,50	4,00
3,60	4,00	3,75
3,80	3,75	4,00

3,80	4,00	4,00
4,00	3,75	4,00
4,00	4,00	3,75
3,80	4,00	4,00
4,00	4,00	3,75
3,80	3,75	4,00
3,80	4,00	4,00
3,80	4,00	4,00
4,00	4,00	3,75
4,00	3,75	3,87
4,00	4,00	3,86

DOKUMENTASI

BIODATA

Data Diri

Nama	: Mira Ratna Dilla
Tempat/Tanggal Lahir	: Padang Panyang, 17 April 2000
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat Tempat Tinggal	: Desa Padang Panyang, Kec.Kuala Pesisi, Kab. Nagan Raya
No Hp	: 0812-7246-8827
Email	: miraratna0400@gmail.com

Data Orang Tua

a. Nama Orang Tua	
Ayah	: Tuhadi
Ibu	: Ana Setiana
b. Pekerjaan	: Petani
c. Alamat orang Tua	: Desa Padang Panyang, Kec.Kuala Pesisi, Kab. Nagan Raya

Pendidikan Formal

2006-2012	: SD Padang Panyag
2012-2015	: SMPN 1 Padang Panyang
2015-2018	: SMKN 1 Meulaboh
2018-2022	: Sarjana Ekonomi (Universitas Teuku Umar)