

---

---

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN MINYAK SUNCO  
STUDI KASUS PERUMAHAN LINUR PADANG PASIR  
KECAMATAN RANTAU SELATAN,  
KABUPATEN LABUHANBATU**

**Ali Sahputra**

<sup>1</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu

Email : [alidlmnt@gmail.com](mailto:alidlmnt@gmail.com)

*Abstrak*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan minyak sunco pada perumahan Linur Padang Pasir Kecamatan Rantau Selatan. Dan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Indikator yang dominan terhadap Kepuasan Konsumen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang berada di perusahaan Linur Padang Pasir Kelurahan Urung Kompas. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 Orang dan teknik yang digunakan adalah slovin dengan *metode proporsional random sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi linier berganda. Analisis ini meliputi : uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F serta analisis koefisien berganda ( $R^2$ ), untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 0,05$ . Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh permintaan pasar terhadap kepuasan konsumen dengan hasil regresi berganda  $Y = 17,739 + 0,43$  yang berarti tanpa ada permintaan maka kepuasan konsumen PT. Musimas tetap dengan nilai 17,739. Sedangkan nilai Koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) memberikan hasil sebesar 0,12 atau 12% kondisi ini menjelaskan kepuasan konsumen mampu dijelaskan oleh satu variabel independen dalam persamaan regresi berganda. Sedangkan sisanya 88% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.**

## 1. PENDAHULUAN

Bagi perusahaan, Kualitas produk dan Kepuasan konsumen menjadi salah satu tolak ukur yang sangat penting untuk keberhasilan usahanya, dimana perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan dan pada akhirnya perusahaan dapat tumbuh

dan berkembang. Menurut Lamb (2006), faktor psikologis menentukan bagaimana individu menerima dan berinteraksi. Semakin tinggi faktor psikologis yang diambil oleh konsumen, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.

Banyaknya pilihan produk minyak yang tersedia pada industri perdagangan di Indonesia ini membuat konsumen lebih cenderung

menjatuhkan pilihan sesuai dengan persepsi mereka terhadap merek-merek tertentu yang menjadi produk favorit mereka. Perusahaan berlomba-lomba memperluas pasarnya, mencoba menarik minat pelanggan dengan cara memberi inovasi baru agar konsumen bersedia membeli produk-produk milik mereka. Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, maka konsumen akan mencari alternatif dalam membandingkan satu produk dengan produk yang lain untuk membandingkan kualitasnya.

Usaha yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus memenangkan persaingan, perusahaan harus mempersiapkan strategi pemasaran yang tepat untuk produknya. Produk yang ditawarkan kepasar industri harus mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi agar memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sedangkan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan apa yang diharapkan yang cenderung merasakan senang atau kecewa terhadap suatu produk tersebut. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak akan puas sebaliknya jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang dan puas. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di industri pasar. Konsumen selalu ingin

mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Keberhasilan PT.MUSIMAS Rantauprapat sebagai salah satu wadah dalam memproduksi minyak goreng tidak lepas dari pengelolaan dan manajemen yang baik serta kepercayaan masyarakat luas terhadap perusahaan tersebut. Karena itu PT.MUSIMAS Rantauprapat sangat mengutamakan loyalitas, kualitas layanan dan kualitas produk serta dengan fasilitas yang diberikan kepada karyawannya yang menunjang pada tingkat kinerja karyawan dalam menghasilkan produk minyak goreng yang berkualitas.

Dalam penelitian ini saya mengambil lokasi pada Perumahan Linur padang pasir. Alasan saya mengambil lokasi pada perumahan adalah karena penggunaan minyak goreng mayoritas digunakan oleh para ibu rumah tangga.

## 2. Landasan Teori

### Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008;272) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan

dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan.

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller 2009 : 177). Puas tidaknya pembeli diketahui setelah melakukan pembelian, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pembeli. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang (Kotler dan Keller 2009 : 177).

Perusahaan yang terpusat pada konsumen berupaya untuk menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi dengan menurunkan harganya atau meningkatkan jasanya, kemungkinan hasilnya adalah laba yang lebih rendah. Perusahaan mungkin mampu meningkatkan profitabilitasnya dengan sarana lain daripada meningkatkan kepuasan. Perusahaan memiliki banyak pihak berkepentingan, termasuk karyawan, penyalur, pemasok, dan pemegang saham. Perusahaan mengeluarkan lebih banyak biaya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian/ diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tjiptono, 2006:146). Defenisi lain kepuasan konsumen adalah tingkat

perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Lupiyoadi dan Hamdani 2006:192).

## **3. METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan waktu penelitian**

Objek dalam penelitian adalah kaum ibu yang ada di Lingkungan Perumahan Linur Padang pasir Kelurahan Urung Kompas, Kecamatan Rantau selatan Rantauprapat. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan yaitu pada bulan Februari sampai dengan April 2016.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah kaum ibu yang ada di Perumahan Linur Padang pasir. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 50 orang. Sugiyono (2009:116) mengatakan bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Untuk menentukan besarnya sampel tersebut bisa dilakukan secara statistic maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus representative artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

### **Defenisi Operasional Variabel**

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y).

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel, Defenisi Operasional  
 Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya (Kotler dan Amstrong, 2006)
2. Kepuasan konsumen (Y)  
 Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja(hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller 2009:177)

Minyak merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi ibu-ibu rumah tangga. Yang dimana minyak digunakan untuk kebutuhan sehari-hari.

**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin secara rinci yaitu :

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Kategori	Jumlah	%
1	Perempuan	48	96%
2	Laki-laki	2	4%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden jenis kelamin laki-laki. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 48 orang dan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 2 orang.

**Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang usia dari responden sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	%
1	0 > 20 Tahun	2	4%
2	20–30 Tahun	15	30%
3	30–40 Tahun	28	56%
4	40 Tahun >	5	10%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Tabel 2 menunjukkan jumlah sampel yang di ambil 4 jenis usia

**Jenis dan Sumber Data**

- a. Data Primer  
 Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diambil serta dicatat untuk pertama kalinya. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data identitas responden.
- b. Data Sekunder  
 Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.

**Teknik Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan adalah metode angket (kusioner) dan metode wawancara.

**4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

yang menjadi konsumen minyak Sanco. Jumlah sampel tersebut diambil secara objektif dengan jumlah yang proporsional seluruh populasi penelitian.

### **Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Seperti yang terlihat pada tabel.3, para responden yang menjadi sampel penelitian terdiri dari 4 jenis pekerjaan, hal ini terlihat dari data pada tabel 3 berikut :

**Tabel 3**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	%
1	Ibu Rumah tangga	20 orang	40%
2	Karyawan	8 orang	16%
3	Pegawai Negeri	17 orang	34%
4	Wirasaha	5 orang	10%
	Jumlah	50 orang	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Tabel 4.3 menunjukkan jumlah sampel yang diambil dari 4 jenis pekerjaan yang telah diteliti. Jumlah sampel tersebut diambil secara objektif dengan jumlah yang proporsional untuk mewakili seluruh populasi penelitian.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi minyak sunco studi kasus Perumahan Linur Padang Pasir Kecamatan Rantau Selatan, maka

diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pada hasil analisis hipotesis uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat hasil sebagai berikut : kualitas produk berpengaruh secara tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen PT, Musimas Rantauprapat.
1. Berdasarkan hasil analisis hipotesis uji F yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat hasil sebagai berikut : ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen PT, Musimas Rantauprapat.
1. Berdasarkan hasil yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat hasil sebagai berikut : menunjukkan bahwa sebesar 12% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk sedangkan sisanya 88% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Lamb. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat
- Rina. 2008. *Marketing*, penyunting bahasa Herujati Purwoko, Jakarta: PenerbitErlangga
- Gilarso. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa* (edisi cetakan ke empat). Jakarta :Salemba Empat
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo: Jakarta
- Tjiptono. 2006. *Pemasaran Jasa*. Edisi pertama cetakan ketiga. Malang :Bayumedia Publishing

- Lupiyoadi, Hamdani. 2006.  
*Manajemen Pemasaran* (edisi kedua). Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandi. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, edisi ketiga belas jilid 2. PT.Gelora Aksara Pratama : Jakarta
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* edisi keempat. Salemba Empat : Jakarta
- Swastha, Basu. 2000. *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga : Jakarta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. CV.Alfabeta: Bandung
- Umar. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta. Salemba Empat
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Ghozali. 2009. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*” edisi 3. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.