

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BERAS
IKAN MAS DI UD. FAOMAKHODA DESA LOLOJUKHU KECAMATAN ULU
IDANOTAE KABUPATEN NIAS SELATAN

Erna Hati Zebua

Mahasiswa Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nias Raya
ernazebua@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan beras ikan mas di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu Kecamatan Ulu Idanotae Kabupaten Nias Selatan. Jenis penelitian adalah jenis kuantitatif, populasi penelitian ini adalah sebanyak 39 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh. Jenis data penelitian ini adalah jenis data primer sementara sumber data penelitian ini adalah dari konsumen dengan cara menggunakan angket. Teknik analisis data adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian adalah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan beras ikan mas di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu Kecamatan Ulu Idanotae Kabupaten Nias Selatan. Saran penelitian ini adalah (1) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka sebaiknya UD. Faomakhoda memberikan diskon pada harga beras ketika konsumen membeli perkarung. (2) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan maka sebaiknya UD. Faomakhoda melakukan promosi produk beras sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas produk; kepuasan pelanggan

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of product quality on customer satisfaction of carp rice at UD. Faomakhoda, Lolojukhu Village, Ulu Idanotae District, South Nias Regency. The type of research is a quantitative type, the population of this study is as many as 39 respondents. The sampling technique used is saturated sampling. This type of research data is a type of primary data while the source of this research data is from consumers by using questionnaires. The data analysis technique is simple regression analysis. The result of the study is that there is an influence of product quality on customer satisfaction of carp rice at UD. Faomakhoda, Lolojukhu Village, Ulu Idanotae District, South Nias Regency. The suggestion of this research is (1) to increase customer satisfaction, UD should be used. Faomakhoda gives a discount on the price of rice when consumers buy sacks. (2) in increasing customer satisfaction, UD should be. Faomakhoda promotes rice products according to customer needs.

Keywords: Product quality; Customer satisfaction

A. Pendahuluan

Persaingan dunia usaha dagang saat ini semakin berkembang sehingga memacu para pengelola usaha untuk dapat berpikir secara kreatif, agar selalu memberikan keberhasilan, serta keunggulan bagi usahanya dibandingkan dengan para pesaingnya. Untuk meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut usaha dagang untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen dan berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan untuk menentukan perilaku konsumen pada pengambilan keputusan pembelian. Pengusaha bukan hanya mempersiapkan produk-produk yang relevan, melainkan juga memperhatikan bagaimana perilaku konsumen pada suatu barang yang akan dikonsumsi, sehingga mudah bagi usaha dagang memperoleh konsumen yang akan membutuhkannya. Fungsi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi pengusaha dalam menjalankan semua aktifitas ataupun kegiatan yang berhubungan dengan arus barang dan jasa sejak dari produsen sampai konsumen akhir.

Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan. Produk yang mempunyai kualitas tinggi akan menjadi incaran konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Tingkat kebutuhan konsumen terhadap produk yang digunakan dari waktu ke waktu semakin meningkat khususnya pada era pasar global yang menjadikan kualitas produk merupakan hal utama yang diperhatikan konsumen dalam menentukan

pilihan produk yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Meningkatnya intensitas persaingan juga menuntut setiap pengusaha dagang untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan para pesaing. Hal ini menjadi dasar pemikiran pengusaha dagang untuk tetap menjaga kesetiaan konsumennya dalam segala perubahan yang terjadi, sehingga mereka tidak berpaling pada produk lain.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen akan mendorong konsumen untuk membeli kembali atau merekomendasikan produk yang mereka beli kepada orang lain. Apabila konsumen tidak merasa puas sudah tentu akan mengakibatkan konsumen beralih ke tempat lain dan membuat pengusaha dagang kehilangan pelanggan. Untuk menghindari hal tersebut pengusaha dagang perlu memberikan kepuasan kepada pelanggan baik dari segi kualitas produk, kualitas pelayanan maupun dari harga dengan memberikan sesuatu yang sesuai dengan harapan-harapan atau keinginan-keinginan pelanggan. Melalui kualitas produk diharapkan pengusaha dagang akan lebih berkembang dan kepuasan pelanggan meningkat. Saat pelanggan merekomendasikan sesuatu, ini menunjukkan bahwa mereka menerima lebih dari sekedar nilai ekonomis yang baik dari sebuah produk.

Hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan yakni salah satu tolak ukur dalam mencapai volume penjualan yang maksimal, karena jika kualitas produk rendah maka penjualan akan berpengaruh

sehingga kepuasan pelanggan dapat menurun. Pelanggan akan membandingkan antara produk yang satu dengan yang lainnya dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Tabel 1.1

Data Pembelian Pelanggan di UD. Faoma Khoda Produk Beras Ikan Mas

No.	Data Pelanggan	Data Pembelian Beras Ikan Mas		
		Juni	Juli	Agustus
1	Juni	4 orang	3 orang	2 orang
2	Juli	5 orang	5 orang	4 orang
3	Agustus	16 orang	12 orang	11 orang
Total		25 orang	20 orang	17 orang

Sumber: Hasil Survei Peneliti (2023)

Berdasarkan data pelanggan di UD. Faoma Khoda pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa data pelanggan di UD. Faoma Khoda pada tahun 2023 mulai dari bulan Juni s/d Agustus bahwa yang membeli beras merek Ikan Mas sebanyak 25 orang pada bulan Juni, pada bulan Juli sebanyak 20 orang dan bulan Agustus sebanyak 17 orang. Data pembelian beras ikan mas ini semakin menurun dari bulan ke bulan dengan alasan bahwa pelanggan kurang puas mengkonsumsi produk beras ikan mas dan merek produk beras ikan mas yang disebabkan kualitas produk yang tidak bagus.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh penulis di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu bahwa kepuasan pelanggan menurun karena kualitas produk kurang. Terdapat beberapa ciri-ciri kepuasan pelanggan menurun adalah kurang respon pelanggan terhadap

pemasaran beras ikan mas, jumlah keluhan pelanggan terhadap kualitas produk semakin meningkat, tidak terjadi peningkatan jumlah pelanggan pada pembelian produk beras ikan mas, konsumen kurang melakukan pembelian ulang. Selain itu terdapat beberapa masalah pada kualitas produk beras ikan mas yaitu kurangnya keawetan pada produk beras ikan mas sehingga membuat rasa harum beras tersebut kurang nyaman bagi pelanggan, kurangnya daya tarik pelanggan pada kualitas beras ikan mas contohnya beras ikan mas kurang lezat ketika pelanggan memkosumsinya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka muncul keinginan peneliti untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul **“Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan beras ikan mas di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu Kecamatan Ulu Idanotae Kabupaten Nias Selatan.”**

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas dapat diartikan sebagai kecocokan penggunaan produk dan kesesuaian pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Untuk itu kualitas produk dapat dikatakan kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Razak (2019) kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa yang menanggung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau yang tersirat. Menurut Firmansyah (2019:15) “kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan

pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”

Menurut Astuti dan Matondang (2020:6) “kualitas produk merupakan suatu kondisi dimana sebuah barang bernilai sesuai dengan standar ukur yang telah ditetapkan.” Menurut Indrasari (2019:26) “kualitas produk segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Menurut Prawisenotono dalam Hastuti (2018) kualitas produk ialah merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga agar suatu industri tidak kehilangan konsumen, dan reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas produk merupakan sekumpulan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan untuk memuaskan kebutuhan.

Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan ekspresi seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kinerja dengan harapan terhadap suatu produk yang dimiliki seseorang. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:210) kepuasan pelanggan adalah “pengukuran sejauhmana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima.” Menurut Razak (2019) kepuasan konsumen/pelanggan merupakan penilaian pembeli terhadap kualitas produk yang telah dikonsumsi oleh konsumen.

Menurut Indrasari (2019:50) kepuasan konsumen adalah” tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapan. Menurut

Arraniri (2021:41) menyatakan bahwa “kepuasan konsumen merupakan evaluasi pernah beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.” Menurut Astuti (2018) kepuasan pelanggan perasaan bahagia ataupun kecewa seorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja ataupun hasil sesuatu produk serta harapan-harapannya.

Berdasarkan teori diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu harapan yang ingin diperoleh oleh para pelanggan, baik dalam bentuk harga, pelayanan, kenyamanan, atau hal-hal lain yang secara langsung akan memberi kepuasan kepada pelangganya.

Kerangka Teoritis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada suatu pasar untuk diperhatikan, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memenuhi keinginan atau kebutuhan. Menurut Razak (2019) kualitas produk sebagai faktor pengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan karena akan membandingkan antara produk yang satu dengan yang lainnya kemudian konsumen berminat untuk membeli suatu produk. Dalam menentukan produk yang akan ditawarkan, perusahaan harus menyesuaikan pada selera konsumen agar konsumen merasa puas. Apabila kualitas produk ditingkatkan, maka perilaku konsumen untuk melakukan pembelian juga akan meningkat serta dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Indrasari (2019:33) dimensi sebagai indikator kualitas produk yaitu sebagai berikut:

- Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
- Conformance specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukan cacat pada produk.
- Feature* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- Reliability* (reabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
- Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau dan bentuk dari produk.
- Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atau produk yang bersangkutan

Indikator Kepuasan Pelanggan

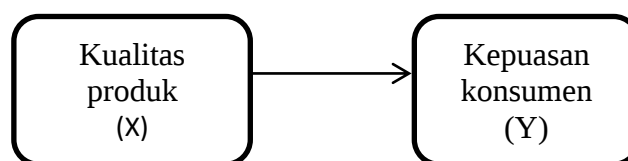
Kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan pembeli atau penerima layanan dari penjual yang membandingkan hasil yang ia terima dan sesuai dengan

harapannya. Menurut Indrasari (2019:92) indikator kepuasan konsumen adalah kesesuaian harapan, minat berkecukupan kembali, dan kesediaan merekomendasi.

Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir antara kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat dilihat pada Gambarkan 1.

Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan peneliti 2023

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan beras ikan mas di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu Kecamatan Ulu Idanotae Kabupaten Nias Selatan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif bersifat kausal (sebab akibat). Jenis data yaitu jenis kuantitatif, sumber data adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya, yaitu angket kepada konsumen. Tempat penelitian ini dilakukan di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu Kecamatan Ulu Idanotae Kabupaten Nias Selatan. Waktu penelitian ini dilakukan sejak dikeluarkan surat izin penelitian oleh LPPM Universitas Nias Raya pada tanggal 15 bulan 6 2023. Teknik pengumpulan data

adalah teknik angket dan observasi. Uji instrumen penelitian adalah uji validitas dan reabilitas. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu Kecamatan Ulu Idanotae Kabupaten Nias Selatan sebanyak 39 orang pegawai. Sampel teknik penelitian ini adalah teknik sampling jenuh, Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana.

C. Temuan Penelitian Dan Pembahasan

1. Temuan Penelitian

UD. Faomakhoda terdiri pada tanggal 10 Agustus tahun 2017. UD. Faomakhoda dimiliki oleh bapak Martinus Halawa. UD. Faomakhoda merupakan usaha yang menyajikan perlengkapan kelontong seperti beras, minyak makan, telur, sayur dan lain sebagainya. UD. Faomakhoda tersebut memiliki karyawan 1 orang. Konsumen yang melakukan pembelian di UD. Faomakhoda serta yang menerima angket dari peneliti adalah sebanyak 39 orang mulai umur 18 tahun-50 tahun sehingga dapat dikelompokkan oleh peneliti konsumen yang memiliki pekerjaan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 4 orang, petani sebanyak 22 orang, dan siswa sebanyak 8 orang

Deskriptif Penelitian Variabel

Deskripsi data variabel penelitian menjelaskan tentang nilai rata-rata hitung, ukuran standar deviasi, kemiringan kurva (*skewness*), dan keruncingan kurva (*kurtosis*) masing-masing variabel penelitian yakni dengan menggunakan alat bantu perangkat lunak *Program SPSS statistic version 22* dengan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1

Deskriptif variabel kualitas produk (X)

Statistics		Kualitas produk
N	Valid	39
	Missing	0
Mean		43.62
Std. Error of Mean		.440
Median		44.00
Mode		46
Std. Deviation		2.749
Skewness		-.480
Std. Error of Skewness		.378
Kurtosis		-.339
Std. Error of Kurtosis		.741
Minimum		37
Maximum		49
Sum		1701
Percentile s	25	41.00
	50	44.00
	75	46.00

Sumber: Hasil Olahan Penelitian (2024)

Tabel 2

Deskriptif variabel kepuasan konsumen (Y)

Statistics		Kepuasan pelanggan
N	Valid	39
	Missing	0
Mean		43.56
Std. Error of Mean		.434
Median		43.00
Mode		46
Std. Deviation		2.712
Skewness		-.070
Std. Error of Skewness		.378
Kurtosis		-.868
Std. Error of Kurtosis		.741
Minimum		38
Maximum		49
Sum		1699
Percentile s	25	41.00
	50	43.00
	75	46.00

Sumber: Hasil Olahan Penelitian (2024)

Uji Validitas

Peneliti melakukan uji instrumen penelitian kepada konsumen di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu dengan responden sebanyak 39 konsumen. Validitas pernyataan dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS sehingga dapat dilihat pada table 3.

Tabel 3

Hasil Validitas Variabel Penelitian

No Pernyataan	Keterangan			
	R _{Hitung} X	R _{Hitung} Y	R tabel 39 N	Ket
1	0,668	0,816	0,316	Valid
2	0,631	0,719	0,316	Valid
3	0,653	0,777	0,316	Valid
4	0,640	0,618	0,316	Valid
5	0,616	0,618	0,316	Valid
6	0,718	0,815	0,316	Valid
7	0,617	0,817	0,316	Valid
8	0,715	0,668	0,316	Valid
9	0,817	0,777	0,316	Valid
10	0,756	0,813	0,316	Valid

Sumber: Hasil Olahan Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu dengan responden sebanyak 39 bahwa nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ artinya untuk pernyataan mengenai variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan yang

terdapat dalam daftar pernyataan (kuesioner) dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Maka untuk mendapatkan hasil reliabilitas penelitian dapat diolah melalui program SPSS versi 22 sehingga dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4

Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	No. Item
Kualitas produk	0,873	10
Kepuasan pelanggan	0,813	10

Sumber: Hasil Olahan peneliti (2024)

Hasil pengolahan data penelitian yang bersumber dari angket yang telah dibagikan kepada konsumen UD. Keyla Telukdalam sebanyak 44 responden bahwa hasil uji reliabilitas diketahui nilai Cronbach's Alpha kualitas produk sebesar $0,871 > 0,6$ nilai Cronbach's Alpha kepuasan pelanggan sebesar $0,813 > 0,6$, Sehingga peneliti menyimpulkan hasil data dalam butir angket untuk variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan dinyatakan Reliabel.

Uji Normalitas Data

Pada pengujian uji normalitas data dilakukan melalui program SPSS Versi 22 sehingga hasil uji normalitas data penelitian dapat dilihat di tabel 5.

Tabel 5

Hasil Uji Normalitas Data

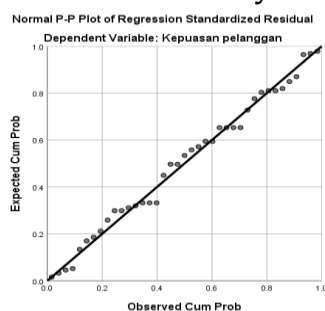
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Standar dized Predicted Value	Standar dized Residual
N	39	39

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	Normal Parameters ^{a,b}
	Std. Deviation	1.0000000	.98319208
Most Extreme Difference	Absolute	.171	Most Extreme Differences
	Positive	.116	.070
	Negative	-.171	-.077
Test Statistic		.171	.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006 ^c	.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,080 dan Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 > 0,05. Maka dapat disimpulkan data residu berdistribusi normal.

Gambar 3
Normal Probability Plot



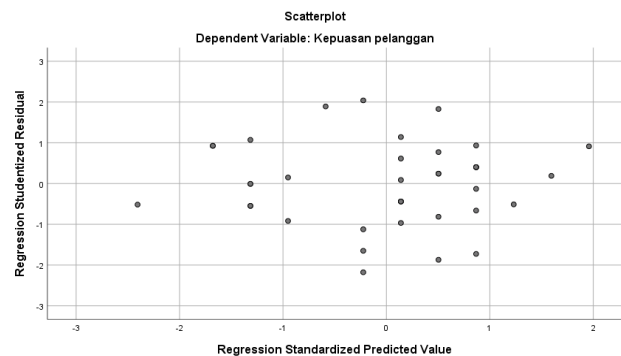
Sumber: Hasil olahan data penelitian (2022)

Berdasarkan gambar 3 dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik, karena data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan menunjukkan pola distribusi normal.

Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji normalitas data, maka adapun hasil pengujian heterokedastisitas dapat di lihat pada gambar 4:

Gambar 4
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil olahan data penelitian (2024)

Scatter plot bahwa tidak membentuk pola tertentu atau teratur dari titik yang ada. Hal ini dapat peneliti menyimpulkan bahwa model regresi bebas dari uji asumsi akklasik dan telah memenuhi asumsi dasar bahwa variasi residual sama untuk semua pengamatan.

2. Pembahasan

Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini ada beberapa bagian yang akan dilakukan Untuk itu pengujian yaitu Uji t, dan Koefisien Determinasi.

Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji t dapat dilihat tabel 6:

Tabel 6
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	12.821	4.959	2.585	.014
	Kualitas	.705	.113	6.211	.000

produk

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber Hasil Pengujian Parsial Penelitian (2024)

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam perhitungan nilai determinasi diolah melalui program SPSS sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.497	1.923

a. Predictors: (Constant), Fasilitas kerja

b. Dependent Variable: Kinerja pegawai

Sumber Hasil Pengujian R^2 Penelitian (2022)

Metode Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi adalah salah satu analisis yang luas pemakaiannya. Analisis regresi yang digunakan adalah analisis linier sederhana, berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan hasil nilai model regresi sederhana sehingga dapat dilihat di bawah ini.

$$Y = 12.821 + 0,705X$$

Inteprestasi hasil persamaan regresi linier sederhana dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a)= 12.812 menunjukkan nilai tetap kepuasan pelanggan ketika nilai kualitas produk sama dengan nol.
2. Koefisien regresi kualitas produk (X) = 0,705 menunjukkan nilai kualitas produk ketika naik 1 satuan maka akan

meningkatkan kepuasan pelanggan beras ikan mas di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu Kecamatan Ulu Idanotae Kabupaten Nias Selatan sebesar 0,705.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat didukung oleh penelitian Pramadiyara (2017) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Dagang Mediterania Semarang. Persamaan penelitian ini adalah judul, metode analisis regresi sederhana, uji instrument, dan pengujian hipotesis. Sementara perbedaan pada penelitian ini adalah hasil dari penelitian pada tahun 2022 diperoleh nilai $t_{hitung} 5.161 > t_{tabel} 1,735$ sedangkan pada tahun penelitian sekarang $t_{hitung} 6.211 > t_{tabel} 1,687$

D. Penutup

1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menarik kesimpulan bahwa yaitu sebagai berikut:

1. Ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan beras ikan mas di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu Kecamatan Ulu Idanotae Kabupaten Nias Selatan.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian bahwa nilai R_{Square} (R^2) sebesar 0.510 artinya kualitas produk mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan beras ikan mas di UD. Faomakhoda Desa Lolojukhu Kecamatan Ulu Idanotae Kabupaten Nias Selatan sebesar 51,0%, sedangkan 49,0% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu promosi, harga dan iklan.

Saran

Peneliti menguraikan beberapa poin yang menjadi saran pada penelitian yaitu:

1. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka sebaiknya UD. Faomakhoda kualitas beras ikan mas disediakan.
2. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan maka sebaiknya UD. Faomakhoda melakukan promosi produk beras sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

E. Daftar Pustaka

- Dakhi, P. (2023). The Influence Of Service Quality And Product Quality On Consumer Satisfaction With Purchasing Decisions As Intervening Variables At Alfamidi Diponegoro Teluk Dalam-Nias Selatan. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 956–964. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Duha, T. (2023). The work performance employees of the environmental service of south nias district was examined from the effect of work ethic and communication. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(3), 462–469.
- Duha, T., & Dakhi, Y. (2020). Job Satisfaction of Non-Permanent Teachers in South Nias Amid Limitation. *Jurnal Manajemen*, 24(2), 250–265. <https://doi.org/10.24912/jm.v24i2.646>
- Fau, J. F. (2020). ANALISIS EKSPOR KARET DAN KOPI INDONESIA KE NEGARA JEPANG DAN NEGARA SINGAPURA (PENDEKATAN MODEL GRAVITY). *Jurnal Education and Developmen*, 8(3), 932–937.
- Fau, J. F., & Buulolo, P. (2023). Pengaruh lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja pegawai di kantor Samsat kabupaten Nias Selatan. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 533–536. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12104>
- Fau, J. F., Waruwu, Y., Jaya Mendrofa, K., & Wau, F. T. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja dan Semangat Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Camat Telukdalam. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(3), 1421–1427. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i3.12786>
- Fau, J. F., & Wau, M. (2022). Implementasi Kebijakan Refocusing Anggaran Penanggulangan Covid -19 di Kabupaten Nias Selatan. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 6(2), 187–191. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i2.11478>
- Fau, S. H., & Gohae, A. S. (2022). The Effect Of Profitability And Liquidty On Value Companies With Capital Structure As Intervening Variables. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 1679–1687. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Gohae, A. S. (2020). PENGALAMAN MAGANG, MINAT KERJA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KESIAPAN KERJA MAHASISWA AKUNTANSI. *Jurnal Ilimiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 4(3), 1954–1964.
- Manao, A. (2020). PENGARUH PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA SALON LIDEO. *Jurnal Education and Development*, 8(2), 301–303.

- Waruwu, Y., & Tafonao, A. (2022). PENGARUH KONFLIK TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI DI KSP3 NIAS. *JURNAL MathEdu (Mathematic Education Journal)*, 5(3), 189–193. <http://journal.ipts.ac.id/index.php/>
- Wau, M., & Dakhi, Y. (2022). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Sierad Produce Tbk 1. *Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 6(2), 173–186. <https://doi.org/10.33395/remik.v6i2.11428>
- Wau, M., Dakhi, Y., & Mendrofa, K. J. (2021). The Role of Corporate Governance as Moderating Variable Between Capital Structure and Mining Company Performance. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies (JEFAS)*, 3(2), 152–157. <https://doi.org/10.32996/jefas>
- Wau, M., Manao, A., & Dakhi, Y. (2023). Pengaruh Pengawasan Internal dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Sosial. *Pengayaan: Jurnal Manajemen*, 13(1), 166–173.
- Wau, M., & Waruwu, Y. (2021). Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Kinerja Perusahaan Pertambangan Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *JURNAL MUTIARA AKUNTANSI*, 6(2), 103–117. <https://doi.org/10.51544/jma.v6i2.2157>
- Wau, Y., & Wau, M. (2023). Pengaruh Disiplin dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pelayanan terhadap Kinerja Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Nias Barata. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 572–582. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i1.12107>
- Zagoto, R., & Zalogo, E. F. (2023). PENGARUH SOSIALISASI PAJAK DAN LAYANAN INSTANSI TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PAJAK BUMI DAN BANGUNAN PERKOTAAN DAN PERDESAAN. *JURNAL ILMIAH BISNIS DAN PERPAJAKAN*, 5(1), 83–89.