

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI KOPERASI AGRO RIMBA
NUSANTARA (AGRINA)**

SKRIPSI

OLEH:

**YULIA ASTUTI
NIM. 20090003**



**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DIKOTA
PADANGSIDIMPUAN TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI KOPERASI AGRO RIMBA
NUSANTARA (AGRINA)**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Bisnis (S.Bns)

OLEH:

**YULIA ASTUTI
NIM. 20090003**



**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AIFA ROYHAN DIKOTA
PADANGSIDIMPUAN TAHUN 2024
HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI KOPERASI AGRO RIMBA
NUSANTARA (AGRINA)**

Skripsi ini telah diseminarkan dan dipertahankan dihadapan
tim penguji Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana
Universitas Aupa Royhan di Kota Padangsidimpuan

Padangsidimpuan, Agustus 2024

Pembimbing Utama

**Nurlaila S.Pd, MM
NIDN. 0119079102**

Pembimbing Pendamping

**Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NIDN. 0110099101**

**Ketua Program Studi Kewirausahaan
Program Sarjana**

**Nurfaila S.Pd, MM
NIDN. 0119079102**

**Dekan Fakultas Bisnis dan
Pendidikan Terapan**

**Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NIDN. 0110099101**

SURAT PERTANYAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulia astuti

NIM : 20090003

Program Studi : Kewirausahaan Program Sarjana

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA)” benar bebas plagiat, dan apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padangsidempuan, Agustus 2024

Peneliti



Yulia Astuti

IDENTITAS PENULIS

Nama : Yulia Astuti
Nim : 20090003
Tempat/Tanggal Lahir : Batang Toru, 09 Maret 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Simirik
Riwayat Pendidikan :

1. SD Negeri 200308 Simirik : Lulus Tahun 2014
2. SMP Negeri 1 Angkola Timur : Lulus Tahun 2017
3. SMK Negeri 1 Padangsidempuan : Lulus Tahun 2020
4. Universitas Afa Royhan : Tahun Masuk 2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-NYA penulis dapat menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA)”**, sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Bisnis Pada Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Aufa Royhan di Kota Padasidimpuan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan penulis ini menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Dr. Anto, S.KM, M.Kes, MM selaku Rektor Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan.
2. Indra Maulana, S.Pd, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan, sekaligus pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Nurlaila, S.Pd, MM selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana sekaligus pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Yulia Pratiwi Siregar, S.Pd., M.Pd selaku Ketua penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberi masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Khairunnisa Butar-butar, M.Ds selaku anggota penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Wardah Murti, S.E selaku manajer produksi di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).
7. Seluruh dosen Program Studi Kewirausahaan Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan.

8. Teristimewah saya ucapkan kepada ayahanda dan ibunda tersayang, yang telah memberikan motivasi serta doa selama menjalani pendidikan.
9. Kepada teman-teman yang telah banyak membantu dan memberi dorongan untuk menyelesaikan penelitian ini.

Semoga jerih payah yang telah kami laksanakan mendapat ridho dari Allah SWT, dan semoga penelitian yang telah kami laksanakan dapat bermanfaat untuk kita semua. Semoga dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya bagi pembaca sekalian pada umumnya. Kami sadar bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini. Kritik dan saran yang bersifat membangun penelitian harapan guna perbaikan dimasa mendatang. Mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat bagi peningkatan kualitas berwirausaha. Amin

Padangsidempuan, Agustus 2024

Penulis

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN PROGRAM SARJANA FAKULTAS
BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI
KOTA PADANGSIDIMPUAN

Laporan Penelitian, Agustus 2024

Yulia Astuti

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan di Koperasi Agro
Rimba Nusantara (AGRINA) tahun 2024

ABSTRAK

Kualitas produk merupakan elemen kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terutama dalam bidang industri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dengan objek di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan. Sampel diambil secara *Insidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Data yang diperoleh menggunakan metode analisis deskriptif, uji normalitas, regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan data responden dengan jenis kelamin bahwa laki-laki 9 orang ialah sebanyak 30% dan jenis kelamin perempuan 21 orang sebanyak 70% dengan hasil uji normalitas dari signifikansi kualitas produk $0.692 > 0,05$ dan signifikansi dari kepuasan pelanggan $0.068 > 0,05$ sehingga data terdistribusi normal dan hasil uji hipotesis kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, disarankan untuk bisa lebih meningkatkan kembali kualitas produknya agar tidak mengecewakan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan senang ketika mengkonsumsi produk tersebut.

Kata kunci : Kualitas produk, Kepuasan pelanggan, Koperasi Agrina

**ENTREPRENEURSHIP STUDY PROGRAM BACHELOR PROGRAM
FACULTY OF BUSINESS AND APPLIED EDUCATION
AUFA ROYHAN UNIVERSITY
IN PADANGSIDIMPUAN CITY**

Research Report, August 2024

Yulia Astuti

The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction at the Agro Rimba Nusantara Cooperative (AGRINA) in 2024

ABSTRACT

Product quality is a key element that influences customer satisfaction, especially in the industrial sector. This study aims to determine how much influence product quality has on customer satisfaction with objects at the Agro Rimba Nusantara Cooperative (AGRINA). This study uses quantitative methods and data collected through questionnaires distributed to customers. Samples were taken by Incidental sampling with a total of 30 respondents. The data obtained using descriptive analysis methods, normality tests, simple linear regression and hypothesis testing. The results of the study show based on respondent data with gender that male 9 people are 30% and female 21 people are 70% with the results of the normality test of the significance of product quality $0.692 > 0.05$ and the significance of customer satisfaction $0.068 > 0.05$ so that the data is normally distributed and the results of the product quality hypothesis test have a positive and significant effect on customer satisfaction. Thus the hypothesis in this study is accepted. Based on the conclusions obtained, it is recommended to be able to further improve the quality of its products so as not to disappoint consumers so that consumers feel satisfied and happy when consuming the product.

Keywords: Product quality, Customer satisfaction, Agrina Cooperative



DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
IDENTITAS PENULIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR SKEMA	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Materi dari variabel dependen, independen	8
2.2 Kerangka konsep/kerangka pikir	17
2.3 Hipotesis / pertanyaan penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	21
3.2 Lokasi dan waktu penelitian	22
3.2.1. Lokasi	22
3.2.2. Waktu Penelitian	22
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1. Populasi	23

3.3.2. Sampel	23
3.4. Alat Pengumpulan Data	24
3.4.1. Instrumen Penelitian	24
3.4.2. Sumber Data	25
3.5. Prosedur Pengumpulan Data	26
3.6. Definisi Operasional	26
3.7. Rencana Analisa	31
3.7.1. Pengolahan Data	31
3.7.2. Analisa Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
4.1. Gambaran umum lokasi	35
4.1.1. Keadaan Geografis	35
4.1.2. Demografi	35
4.1.3. Profil salak	35
4.1.4 Profil responden	37
4.2. Pengujian kualitas instrumen pengukuran	37
4.2.1 Uji Normalitas	37
4.3. Analisis deskriptif	37
4.4. Pengujian hipotesis	38
4.3.2. Uji T (Parsial)	38
4.3.3. Uji F (Simultan)	39
BAB V PEMBAHASAN	40
5.1. Pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan	40
5.2. Implikasi praktis	41
5.3. Keterbatasan	41
BAB VI PENUTUP	42
DAFTAR PUSTAKA	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	22
Tabel 3.2 Skor Alternatif Jawaban Instrumen	24
Tabel 3.3 Operasional Variabel	27
Tabel 3.4 Pernyataan Kuesioner Penelitian	28
Tabel 4.1 Data profil responden	37
Tabel 4.2 Hasil uji normalitas	38
Tabel 4.3 Hasil uji T (Parsial)	38
Tabel 4.5 Hasil Uji simultan F	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Skema 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	19

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Izin Survey Penelitian
- Lampiran 2. Surat Balasan Survey Penelitian
- Lampiran 3. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 4. Surat Balasan Izin Penelitian
- Lampiran 5. Formulir Persetujuan Menjadi Responden
- Lampiran 6. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7. Data Tabulasi Penelitian
- Lampiran 8. Output SPSS
- Lampiran 9. Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perkembangan dan persaingan didalam dunia bisnis semakin ketat. Produsen-produsen harus berinovasi dan lebih kreatif lagi sehingga mampu menarik minat calon konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam persaingan, perusahaan harus memberikan kualitas yang lebih baik dari para pesaing di satu sisi dan di sisi lain, pelanggan akan selalu membandingkan antara harapan dan kualitas yang dirasakan atau yang diterima. Kualitas produk merupakan keunggulan suatu produk yang menjelaskan tentang kemampuan suatu produk untuk memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas produk yang ditentukan, jika konsumen menginginkan kepuasan, maka produk yang diinginkan konsumen harus berkualitas. Kualitas produk merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, Rizqy, et al (2016). Kualitas yang paling baik akan mampu tumbuh dengan pesat dan akan mampu merebut pangsa pasar.

Selain kualitas produk hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah desain produk itu sendiri. Aspek desain dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya terhadap suatu produk.. Menurut Kotler (2003) dalam Listyawati (2016), desain yang baik dapat menarik perhatian, meningkatkan kinerja produk, mengurangi biaya produksi danmemberi keunggulan bersaing yang kuat di pasar sasaran. Desain yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada konsumen tentu akan menciptakan

kesan yang baik pada suatu produk. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, desain produk menjadi pusat perhatian konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Hal ini merupakan suatu tantangan bagi perusahaan untuk mampu membuat desain yang sesuai dengan keinginan dan selera konsumen.

Kepuasan pelanggan berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau jasa yang telah diterima sebelumnya (pengalaman) serta berita dari mulut ke mulut yang sampai pada pelanggan. Penilaian itu akan menimbulkan kepuasan pelanggan akan merasa puas jika kualitas yang diberikan telah sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Namun sebaliknya, jika kualitas produk atau jasa yang diberikan kurang ataupun berada di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Pengukuran atas tingkat kepuasan pelanggan perusahaan merupakan hal yang sangat penting, karena dengan demikian maka kinerja perusahaan dapat diukur dan dibandingkan dengan para pesaingnya. Selain itu perusahaan dapat mengetahui jika ada kekurangan atau kelemahan terhadap kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Sikap dan tindak lanjut adalah penting untuk menumbuhkan pelanggan yang loyal.

Dalam pelaksanaan pengembangan penjualan dapat disesuaikan dengan selera pelanggan, dengan harapan agar pelanggan merasa puas atas produk yang telah diberikan atau di perjual belikan. Persaingan yang cukup ketat seperti ini, perusahaan diuntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan

salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan melalui sekumpulan kegunaan serta fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidak tergantungan pada produk ini atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan lainnya). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam di benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan yang akan membuat konsumen terus kembali dan secara tidak langsung hal itu akan sangat menunjang profit perusahaan.

Menurut Priharto (2020) kepuasan pelanggan merupakan level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepuasan pelanggan menjadi sesuatu sasaran agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang serta tetap eksis dalam menghadapi perubahan persaingan yang ketat seperti sekarang. Semakin tinggi tingkat persaingan, akan menyebabkan konsumen menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga konsumen akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam di benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional karena berperan dalam pemanfaatan komoditas hasil yang bergerak dalam memenuhi kebutuhan pangan nasional yang dapat meningkatkan perekonomian

dan devisa negara. Hal tersebut menyebabkan pentingnya perkembangan dalam sektor pertanian yang berpotensi untuk meningkatkan kualitas masyarakat tani, pengembangan produktivitas masyarakat kerja, membangun sarana perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Industri koperasi pertanian di Desa Parsalakan sebagai salah satu wilayah yang mengendalikan sektor pertanian sebagai mata pencarian utama menghadapi tantangan dalam memastikan berkelanjutan produksi dan pemasaran hasil pertanian. Dalam Penelitian ini, Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) di jln. Sibolga km 11 Desa Parsalakan, kec. Angkola Barat Kabupaten Tapanuli selatan tampil sebagai entitas yang berperan dalam menggerakkan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, dalam menghadapi persaingan dan tuntutan pasar yang semakin kompleks, kualitas produk tidak hanya mempengaruhi persepsi pelanggan, tetapi juga dapat menjadi penentu utama kepuasan pelanggan. Tantangan yang dihadapi oleh Koperasi yang Agro Rimba Nusantara (AGRINA) di era sekarang yang menjadi peningkatan kualitas produk sebagai strategi utama dan dihadapkan pada berbagai tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar, salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah kualitas.

Pentingnya memahami hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan, sebagai sebuah koperasi yang bergerak di sektor pertanian, perlu memastikan bahwa produk-produk yang dihasilkannya memenuhi standar kualitas yang diharapkan pelanggan. Kualitas yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta berpotensi meningkatkan kinerja dan daya saing.

Pada umumnya ekspektasi pelanggan adalah harapan atau keyakinan dari pelanggan akan kinerja suatu produk atau jasa yang akan diterimanya bila ia mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Sementara kinerja dari produk atau jasanya ialah persepsi dari pelanggan tersebut mengenai apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu bagi Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) di Desa Parsalakan, menjaga dan meningkatkan kualitas produknya menjadi kunci untuk mempertahankan pangsa pasar dan memperoleh kepuasan pelanggan yang berkelanjutan. Tantangan yang utama dihadapi adalah mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan ditengah perubahan dinamis dan preferensi konsumen. Peran kualitas produk menjadi semakin penting, karena tidak hanya menciptakan loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan citra positif untuk Industri koperasi Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) di mata masyarakat. Oleh karena itu, penelitian akan mengeksplorasi sejauh mana kualitas produk yang di tawarkan oleh Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) berpengaruh terhadap keberhasilan jangka panjang dalam mempertahankan posisi mereka di dipasar.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap kepuasan Pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) tahun 2024”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA)?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Meneliti pengaruh antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya terkait dengan kepuasan konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi responden
 - Kesempatan Untuk menyampaikan pendapat dan pengalaman mereka sebagai pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).
- b. Bagi Peneliti
 - Memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

c. Bagi Tempat Penelitian

- Memberikan wawasan bagi Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) untuk meningkatkan kualitas produk, untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Materi dari variabel dependen, independen

2.1.1 Kualitas Produk

Menurut Harjanto dalam Irawan dan Japariato (2013), Produk merupakan obyek yang berwujud (*tangible*), maupun yang tidak berwujud (*intangible*) yang dapat dibeli orang. Sedangkan menurut W.J Stanton yang dikutip oleh Paulus Lilik Kristianto dalam Putro, Samuel, dan Brahmana (2014) menyatakan bahwa produk adalah suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, *pretise* perusahaan dan pengecer.

Putro, et al. (2014), produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Sedangkan menurut Kusuma et. al (2012) Produk adalah semua yang dapat ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan , penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Menurut Tjiptono dalam Lenzun, Massie, dan Adare (2014) berpendapat bahwa kualitas merupakan perpaduan antara sifat serta karakteristik yang menentukan sejauh mana dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Menurut Goeth dan Davis yang dikutip dari Tjiptono dalam Putro, Samuel, dan Brahmana, Kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan

dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (2014).

Menurut Tjiptono (2012) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan dan merupakan definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversial hingga kepada yang lebih strategik.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Saidani dan Arifin (2012) 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. Sedangkan menurut Sutarso dalam Adi Kualitas produk adalah sarana untuk memposisikan produk dipasar dan menurut Anssauri (2015) kualitas produk merupakan suatu pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merk atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Sedangkan menurut weenas (2013) Kualitas produk yakni salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dari beberapa definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan hasil dari upaya yang konsisten untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan melalui proses yang di teliti dan komitmen terhadap kepuasan pelanggan.

a. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Assauri (2010:123) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah produk diantaranya:

1. Fungsi suatu produk, yaitu fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau di maksudkan.
2. Wujud luar, yaitu faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusannya.
3. Biaya produk bersangkutan, merupakan biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang sampai kepada pembeli.

b. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Irawan dan Japariato (2013) menjelaskan bahwa dimensi dari kualitas produk ini meliputi 8 dimensi diantaranya:

1. *Performance*

Kinerja (*Performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti dan dapat didefinisikan sebagai tampilan dari sebuah produk sesungguhnya. *Performance* sebuah produk merupakan pencerminan bagaimana sebuah produk itu disajikan atau ditampilkan kepada pelanggan. Tingkat pengukuran *performance* pada dasarnya mengacu pada tingkat karakteristik dasar produk itu beroperasi. Sebuah produk dikatakan memiliki *Performance* yang baik bila mana dapat memenuhi harapan. Bagi setiap produk/jasa, dimensi *Performance* bisa berlainan, tergantung pada *functional value* yang dijanjikan oleh perusahaan. Untuk bisnis makanan, dimensi *Performance* adalah rasa yang enak.

2. *Reliability*

Kehandalan (*Reliability*) yaitu tingkat keandalan suatu produk atau konsistensi keandalan sebuah produk didalam proses operasionalnya dimata konsumen. *Reliability* sebuah produk juga merupakan ukuran kemungkinan suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu. Sebuah produk dikatakan memiliki *Reliability* yang tinggi bila mana dapat menarik kepercayaan dari konsumen terkait kualitas keandalan sebuah produk. Dimensi *performance* dan *Reliability* sekilas hampir sama tetapi mempunyai perbedaan yang jelas, *Reliability* lebih menunjukkan probabilitas produk menjalankan fungsinya.

3. *Features*

Keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap dan dapat didefinisikan sebagai tingkat kelengkapan atribut-atribut yang ada pada sebuah produk.

4. *Conformance*

Kesesuaian (*conformance*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah diterapkan sebelumnya dan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan. Definisi diatas dapat dijelaskan bahwa tingkat *conformance* sebuah produk dikatakan telah akurat bila mana produk-produk yang dipasarkan oleh produsen telah sesuai perencanaan perusahaan yang berarti merupakan produk-produk yang mayoritas diinginkan pelanggan.

5. *Durability*

Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan/atau berat. *Durability* adalah tingkat usia sebuah makanan masih dapat dikonsumsi oleh konsumen. Ukuran usia ini dapat produk biasanya dicantumkan pada produk dengan tulisan masa kadaluarsa sebuah produk.

6. *Service Ability*

Service Ability meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran kemudahan memperbaiki suatu produk yang rusak atau gagal. Disini artinya bila mana sebuah produk rusak atau gagal maka kesiapan perbaikan produk tersebut dapat dihandalkan, sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.

7. *Aesthetics*

Aesthetics yaitu keindahan produk terhadap panca indera dan dapat didefinisikan sebagai atribut-atribut yang melekat pada sebuah produk, seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma, dan lain-lain. Pada dasarnya *Aesthetics* merupakan elemen yang melengkapi fungsi dasar suatu produk sehingga performance sebuah produk akan menjadi lebih baik dihadapan pelanggan.

8. *Customer Perceived Quality*

Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu kualitas yang dirasakan. Apabila diterapkan pada pengukuran kualitas makanan dan

minuman pada *perceived quality* merupakan kualitas dasar yang dimiliki sebuah makanan dan minuman. Sedangkan menurut Kotler dalam Dewi dan Prabowo (2018) menjelaskan bahwa dimensi dari kualitas produk ini meliputi 5 dimensi, diantaranya:

- a. Dimensi bentuk (*aesthetics*) merupakan dimensi kualitas yang berkaitan dengan tampilan, bunyi, rasa, maupun bau suatu produk.
- b. Dimensi ketahanan (*durability*) daya tahan meliputi jangka waktu penggunaan produk sampai waktunya habis, lamanya produk dapat bekerja dengan baik, dan bagaimana produk dapat bertahan dalam kondisi yang tidak menguntungkan seperti cuaca, penggunaan berlebih atau salah dalam penggunaannya juga termasuk garansi.
- c. Dimensi keandalan (*reliability*) merupakan dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemungkinan sebuah produk dapat bekerja secara memuaskan pada waktu dan kondisi tertentu.
- d. Dimensi kemudahan penggunaan (*ease of use*) meliputi kemampuan konsumen untuk menghidupkan dan mengoperasikan suatu produk sesuai dengan kejelasan pada alat tersebut maupun instruksi atau cara pakai.
- e. Dimensi desain (*design*) dimensi merupakan dimensi yang unik dan banyak menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2.1.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Hal

ini didasari oleh pemikiran bahwa kepuasan pelanggan dapat memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Tjiptono (2007:348) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan. Selain kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik laba masa depan. Fakta bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan saat ini juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan.

Pemahaman tentang kepuasan pelanggan masih bervariasi, bahwa menurut pakar kepuasan pelanggan Richard L.Oliver dalam Tjiptono (2008:311) menegaskan bahwa semua orang paham apa itu kepuasan, tetapi begitu diminta didefinisikannya, tampak tak seorang pun tahu. Berikut ini beberapa definisi kepuasan pelanggan yaitu:

Menurut Gasperz Laksana (2008) Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Menurut Fornel dalam tjiptono (2011) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra-pembelian. Sedangkan menurut Oliver (Hasan 2008) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap

kinerja produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan, ketidaksesuaian menciptakan ketidakpuasan.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan atau persepsi kinerja produk yang dirasakan memenuhi harapan pelanggan.

a. Faktor- faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2001):158) terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, khususnya dalam industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

b. Model Kepuasan Pelanggan

1. Pengalaman afektif perasaan (*Experience affective feelings*), berpandangan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang dipengaruhi perasaan positif/negatif yang diasosiasikan pelanggan dengan barang atau jasa tertentu setelah kembalian.
2. *Expectancy disconfirmation theory* model ini mendefinisikan kepuasan pelanggan menunjukkan evaluasi pengalaman yang dirasakan sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan.

Pemakaian merek tertentu atau merek lainnya dalam kelas produk yang sama, pelanggan membentuk harapan mengenai kinerja seharusnya dari merek bersangkutan. Harapan atas kinerja dibandingkan dengan kinerja aktual produk yakni persepsi terhadap kualitas produk, ada tiga kemungkinan yang terjadi:

- a. Apabila kualitas lebih rendah dari harapan, yang terjadi ketidakpuasan emosional (*negative disconfirmation*).
- b. Apabila kinerja lebih besar dibandingkan harapan, terjadi kepuasan emosional (*positive disconfirmation*).
- c. Apabila kinerja sama dengan harapan, maka yang terjadi adalah konfirmasi harapan (*simple disconfirmation atau non satisfaction*).

2.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan bagian penelitian yang menyajikan konsep atau teori yang mengacu pada masalah-masalah yang akan diteliti atau berhubungan dengan penelitian dan dibuat dalam bentuk diagram. Didalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

a. Variabel independent

Variabel independent merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependent. Variabel ini juga dikenal dengan mana variabel bebas yaitu dalam mempengaruhi variabel lain atau variabel mempengaruhi variabel lain.

b. Variabel dependent

Variabel dependent merupakan variabel yang dipengaruhi oleh atau menjadi sebab akibat karena variabel lain. Variabel ini bergantung dari variabel bebas.

Berdasarkan penjelasan, dapat digambarkan hubungan antara variabel indenpenden yaitu kualitas produk *kinerja, fitur, keandalan, daya tahan, estetika*, serta *desain* variabel dependen kepuasan konsumen.

2.2.1 Pengaruh Kinerja Dengan Kepuasan Konsumen

Kinerja merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kinerja adalah dimensi yang paling dasar/ basic dan berhubungan dengan fungsi utama suatu produk. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi tidak terpenuhi. Oleh karena itu kinerja produk dapat mempengaruhi rendahnya kepuasan konsumen , oleh karena itu fitur produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2.8.1. Pengaruh Kinerja Dengan Kepuasan Konsumen

Kinerja merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kinerja adalah dimensi yang paling dasar/basic dan berhubungan dengan fungsi utama suatu produk. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi ini tidak terpenuhi. Oleh karena itu kinerja produk dapat mempengaruhi rendahnya kepuasan konsumen.

2.8.2. Pengaruh Fitur Dengan Kepuasan Konsumen

Fitur merupakan salah satu hal yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Fitur merupakan aspek sekunder, maka fitur menjadi target para perusahaan untuk berinovasi dalam upaya memuaskan konsumen, oleh karena itu fitur produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2.8.3. Pengaruh Keandalan Dengan Kepuasan Konsumen

Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional. Maka dari itu keandalan produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

2.8.4. Pengaruh Dayatahan Dengan Kepuasan Konsumen

Suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk disebut awet kalau sudah banyak digunakan atau sudah lama sekali digunakan. Yang pertama adalah awet secara teknis dan yang kedua awet secara waktu. Konsumen sangat menyukai produk yang mempunyai jangka waktu yang lama, maka dari itu dayatahan produk mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan konsumen.

2.8.5. Pengaruh Estetika Dengan Kepuasan Konsumen

Estetika (Esthetica) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi. Konsumen lebih menyukai produk yang mempunyai desain yang menarik, jadi estetika dapat mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan konsumen.

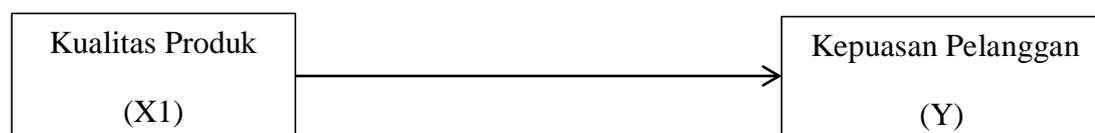
2.8.6. Pengaruh Desain Dengan Kepuasan Konsumen

Dimensi ini adalah dimensi yang unik. Dimensi ini banyak menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimensi ini dimasukkan dalam faktor pendorong emosi, seperti kemasan produk yang lucu dan menarik. Konsumen menyukai desain produk yang lucu dan unik, jadi desain mempengaruhi naik turunnya kepuasan konsumen.

Kerangka konsep penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Maka dibuat kerangka konsep penelitian sebagai berikut:

Variabel Independent

Variabel dependent



Skema 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

2.3 Hipotesis

1. Hipotesis

1. H1: Kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

2. H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusanatar

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain penelitian

Jenis penelitian ini berdasarkan pendekatannya merupakan penelitian Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013 : 14) data kuantitatif merupakan penelitian dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

Menurut Sugiyono (2022) Menjelaskan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang berlandaskan data konkret dan diterapkan dalam melakukan penelitian sampel dan populasi. Menurut Sugiyono (2012:40) metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Alasan Menggunakan jenis penelitian kuantitatif karena kemampuannya untuk menyediakan data yang terukur secara objektif, menggunakan analisis yang lebih jelas dan akurat.

Desain penelitian adalah sesuatu yang sangat penting dalam penelitian, memungkinkan pengontrolan maksimal berapa faktor yang dapat mempengaruhi akurasi suatu hasil (Mustafat et al, 2020). Penelitian ini merupakan studi kasus tujuan dalam penelitian ini yang di amati adalah pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

3.2 Lokasi dan waktu penelitian

3.2.1. Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) yang terletak di Desa Parsalakan di jln. Sibolga km 11 Desa Parsalakan, kec. Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan. Pemilihan ini didasarkan pada signifikansi koperasi dalam kegiatan pertanian dan kontribusinya terhadap ekonomi lokal.

3.2.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan terhitung mulai dari bulan Desember 2023 sampai dengan agustus 2024.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024	Jun 2024	Jul 2024	Agu 2024
1	Pengajuan judul									
2	Pembuatan proposal									
3	Seminar proposal									
4	Pelaksanaan penelitian									
5	Penyusunan penelitian									
6	Seminar hasil									

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah jumlah penghuni, baik manusia maupun makhluk hidup lainnya di suatu satuan tempat atau lingkungan tertentu. Dalam (Sugiyono, 2014) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2021:126) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kuantitas serta ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti buat dipelajari dan setelah itu diambil kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) di Desa Parsalakan yang jumlahnya mencapai 30 orang.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah wakil atau sebagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik yang sama yang menggambarkan dan dapat mewakili seluruh populasi yang diteliti. Sampel yang akan diambil (*Insidental sampling*) yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa aja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sumber data (Sugiyono 2011:96). Penelitian ini lakukan selama 5 minggu.

Sedangkan menurut Sugiyono (2015:202) merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan atau siapa saja yang kebetulan (*insidental*) bertemu

dengan peneliti. Alasan peneliti mengambil teknik sampling insidental karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

3.4 Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner ini diadopsi dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reyhan Rizki Bahari tahun (2020) terdiri dari pernyataan-pernyataan sesuai dengan variabel independent pada penelitian ini tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan. Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan dalam kuesioner ini menggunakan skala likert. Penskoran dibuat dengan menggunakan skala likert. Terdapat empat alternatif jawaban yang diberikan kepada responden, yaitu Sangat Setuju (ST), Setuju (S), Netral (N), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS). Pernyataan yang disusun sebagai instrumen yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skor Alternatif Jawaban Instrumen

Pernyataan	Jawaban
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Kurang Setuju	2
Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2019:143)

3.4.2. Sumber data

Penelitian ini menggunakan dua data yaitu data primer dan data sekunder agar memudahkan dalam melakukan penelitian. Berikut adalah penjelasan mengenai sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini:

1. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung melalui wawancara yang diperoleh dari lapangan atau lokasi tempat penelitian yaitu di Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri untuk tujuan lain. Perisetnya mencatat mengakses atau meminta data tersebut kepada pihak lain yang telah mengumpulkannya dilapangan.

3.5. Prosedur Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan sebagai landasan dalam penelitian mana penulis melakukan pengumpulan data dari lapangan yaitu:

1. Peneliti meminta surat izin penelitian dari kampus universitas Aufa Royhan Kota Padangsidempuan.
2. Peneliti mengajukan permohonan melakukan penelitian ke Koperasi Agro Rimba Nusantara(AGIRNA) yang terletak di Desa Parsalakan di jln. Sibolga km 11 Desa Parsalakan, kec. Angkola Barat Kabupaten Tapanuli.
3. Manajer Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina) mengeluarkan surat izin.

4. Peneliti bersama staff untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian di Koperasi Agro Rimba Nusantara(AGRINA).
5. Penelitian memberikan penjelasan mengenai tujuan dari penelitian kepada responden.
6. Peneliti memberikan informasi consent kepada calon responden yang bersedia menjadi responden.
7. Peneliti membagi kuesioner kepada responden.
8. Hasil dari kuesioner dilakukan pengolahan data.
9. Peneliti mengumpulkan data terakhir untuk kemudian di analisis.

3.6. Definisi Operasional

Menurut Utama (2016:52) definisi operasional adalah pemberian atau pemberian makna bagi suatu variabel dengan spesifikasi kegiatan atau pelaksanaan atau operasi yang diperlukan untuk mengukur, mengkategorisasi, atau manipulasi variabel. Definisi operasional mengatakan pada pembaca laporan penelitian apa yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis. Sedangkan menurut Sugiyono (2020:68) variabel merupakan suatu karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulannya. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukan proses atau operasional alat ukur yang digunakan untuk kuantitatif gejala variabel yang diteliti. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel menurut penelitian Nelli Rizayanti (2021) dalam tabel 1.1 Berikut ini:

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Definisi Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Fandy, 2016)	Kinerja	1.Kenyamanan jika memakai produk 2.Senang mengkonsumsi produk 3. Kualitas yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan
	Fitur	4.Produk memiliki ciri yang berbeda dari produk lain 5.Label pada kemasan sangat menarik
	keandalan	6.Produk mempunyai rasa yang menyegarkan 7.Produk yang mempunyai tekstur yang lebih lembut
	Daya tahan	8.Produk memiliki ketahanan dalam waktu yang lama 9.Produk terbuat dari bahan-bahan berkualitas 10.Dibandingkan dengan produk lain,produk tersebut memiliki daya tahan yang cukup baik 11.Selalu menjaga kualitas produk yang dijual
	Estetika	12. Bentuk dan tampilan produk yang dijual terkesan indah 13.Produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan standar kelayakan produk. 14. Rasa yang disajikan berbeda dengan produk lain
	Desain	15. Produk yang dijual di desain dengan sangat menarik 16.Kemasan sangat menarik

Kepuasan pelanggan adalah kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa (Dwiastuti 2012).	Kepuasan pelanggan	17. Saya akan membeli kembali dan menikmati produk 18. Saya lebih suka produk ini daripada produk lain 19. Saya membeli produk secara berulang 20. Saya merasa puas dengan kualitas 21. Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk membeli 22. Saya tidak akan beralih kepada produk lain 23. Produk sudah sesuai dengan standar dan harapan
--	--------------------	--

3.7 Daftar pernyataan Kuesioner penelitian

Tabel 3.4

Pernyataan Kuesioner Penelitian

A. Identitas Responden

Nama / Kode :

Jenis Kelamin :

Alamat :

B. Pernyataan Kuesioner

Kualitas Produk						
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	KS	TS
Kinerja						
1	Rasa produk yang dijual Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) enak					
2	Senang mengonsumsi produk Agrina					
3	Kualitas yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan					
Fitur						
4.	Produk di Agrina memiliki ciri yang berbeda dengan produk lain					
5	Label pada kemasan produk di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) sangat menarik					
Keandalan						
6	Produk di Agrina memiliki rasa yang menyegarkan					
7	Tekstur produk lembut saat dikonsumsi					
Daya tahan						
8	Produk memiliki ketahanan dalam waktu yang lama					
9	Produk Agrina memiliki bahan-bahan yang berkualitas					
10	Dibandingkan dengan produk lain, Produk Agrina memiliki daya tahan cukup baik					

11	Selalu menjaga produk yang dijual					
Estetika						
12	Bentuk dan tampilan produk yang dijual terkesan indah					
13	Produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan standar kelayakan					
14	Rasa yang disajikan berbeda dengan produk lain yang sejenis					
Desain						
15	Kemasan produk didesain sangat sangat menarik					
16	Kemasan produk yang menarik					
Kepuasan Pelanggan						
	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	KS	TS
17	Saya akan membeli kembali dan menikmati produk					
18	Saya lebih suka produk yang dijual di AGRINA daripada produk lain					
19	Saya akan membeli produk secara berulang					
20	Saya merasa puas dengan produk yang dijual di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA)					
21	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk membeli dan mengkonsumsi produk Agrina					
22	Saya tidak akan beralih kepada produk lain yang sejenis					
23	Produk sudah sesuai dengan standar dan harapan					

3.8. Rencana Analisa

3.7.1. Pengolahan Data

1. *Editing*

Dilakukan memeriksa kuesioner yang telah terisi. Data yang akan dilakukan pengecekan ulang dengan tujuan agar data yang masuk dapat diolah secara benar, sehingga dapat memberikan hasil yang menggambarkan masalah yang diteliti, kemudian data dikelompokkan dengan aspek pengukuran.

2. *Coding*

Pemberian kode pada setiap data yang telah dikumpulkan untuk memperoleh memasukkan data ke tabel.

3. *Skoring*

Memberikan skor pada setiap jawaban yang diberikan pada responden, selanjutnya menghitung skor jawaban dari pertanyaan yang diberikan.

4. *Tabulating*

Untuk mempermudah analisa data pengolahan data serta pengambilan kesimpulan, data dimasukkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan memebrikan skor terhadap pernyataan yang diberikan kepada responden (Sugiyono, 2017).

3.7.2. Analisa Data

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas yang bertujuan untuk menguji apakah regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal agar data bisa digunakan dalam uji F dan uji T. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil, untuk menguji normalitas, dalam penelitian menggunakan cara uji statistik *Shapiro-Wilk* jika nilai $> \alpha = 0,05$ berarti data terdistribusi normal.

a. Analisis Deskriptif

Koefisien determinasi merupakan indikator yang menyatakan seberapa baik garis regresi mencocokkan data. Nilai R^2 berkisar antara 0-1. Dengan nilai yang kecil maka kemampuan dalam menjelaskan variabel dependent amat terbatas. Sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel independent mampu memberikan penjelasan variasi variabel dependen yang ada.

b. Analisis Regresi linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh indikator kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Agrina secara sendiri-sendiri digunakan metode analisis linier sederhana (*simple linear regression*), yaitu sebagai berikut:

$$Y = a_i + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 \dots \dots \dots (2)$$

Dimana;

Y = Kepuasan pelanggan

$X_i = (i = X_1, X_2, \dots)$

X_1 = Kinerja

X_2 = Keandalan

X_3 = Daya tahan

X_4 = Estetika

X_5 = Desain

a = Konstanta

β_i = Koefisien regresi

c. Uji Hipotesis

Hipotesis dilakukan dengan menggunakan:

a. Uji Parsial

Uji parsial (uji-t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Kaidah pengambilan keputusan dalam uji-t dengan menggunakan SPSS adalah:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_1 , ditolak (*variance* sama)
- Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_1 , diterima (*variance* berbeda)

b. Uji Simultan F

Analisis statistik merupakan suatu aktivitas yang dilakukan untuk mengelolah data penelitian dengan menggunakan metode statisti untuk menghasilkan suatu informasi yang berguna.

- Apabila nilai F hitung $>$ F tabel, atau nilai signifikan $<$ 0,05 dapat diartikan (H_a diterima, H_o ditolak)
- Apabila nilai F hitung $<$ F tabel, atau nilai signifikan $>$ 0,05 dapat diartikan (H_a ditolak, H_o diterima).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Keadaan Geografis

Koperasi Agro Rima Nusantara beralamat di Jl. Sibolga Km. 11 Parsalakan Kecamatan Angkola Barat, Kab.Tapanuli Selatan merupakan kabupaten induk setelah dimekarkan menjadi beberapa kabupaten/ kota yang terletak diwilayah provinsi Sumatera Utara yang mempunyai luas wilayah 4.367 km dengan batas-batas sebagai berikut:

- Sebelah utara : Berbatasan dengan Kab. Padang Lawas Utara
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kab. Mandailing Natal
- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kab. Padang Lawas
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Samudera Indonesia dan Tapanuli Tengah

4.1.2 Demografi

Kecamatan Angkola Barat terdiri dari 14 desa dan 2 kelurahan dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 7.372 KK.

4.1.3 Profil Salak

Salak merupakan buah tropik asli yang banyak tersebar diseluruh kepulauan nusantara. Tanaman salak merupakan pada jenis palem-paleman

(*Arecaceae*). Ciri khas dari tanaman ini yaitu tulang daun atau palepahnya yang berduri tajam. Buah salak yang bertandan muncul dari dalam palepah daun. Kulit buah berupa susunan seperti sisik yang membungkus daging buah. Pada umumnya daging buah salak berwarna putih kusam atau kekuningan. Namun salak Kabupaten Tapanuli Selatan ada yang berwarna merah khususnya dari Kecamatan Angkola Barat. Keunggulan tanaman buah salak di Kecamatan Angkola Barat yaitu memiliki palepah pohon yang besar, tandanan buah cukup besar yang mencapai 3-5kg. Buahnya besar berdaging tebal, mempunyai variasi rasa seperti manis, asam, dan sepat. Ditambah lagi dengan corak salak yang berwarna merah yang tidak terdapat di daerah lain.

Semakin meningkatnya produksi salak di daerah Tapanuli Selatan membuat pemerintah kewalahan untuk memasarkan salak-salak yang telah di panen karena rasa salak yang dihasilkan memiliki kualitas yang semakin menurun. Rasa yang dihasilkan yaitu dari manis, pahit, bahkan asam sehingga membuat permintaan masyarakat semakin berkurang. Akibat dari itu banyak salak yang busuk karena tidak laku dipasarkan dan gagal panen karena salak yang dihasilkan pahit atau asam. Hal ini mendorong masyarakat untuk mengolah kembali buah salak dengan sedikit inovasi yang didukung oleh peralatan mesin yang cukup canggih. Untuk mencapai tujuan berupa omset penjualan yang optimal dan menguntungkan, harus melakukan promosi yang benar dan tepat pada sasaran. Karena pada dasarnya promosi penjualan mempunyai tujuan yang sangat penting dalam mendukung tercapainya target penjualan yang optimal dan dibutuhkan juga strategi promosi penjualan yang baik agar bisa menarik pelanggan. Begitu juga

dengan Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) yang bergerak dibidang penjualan produk .

4.1.4. Profil Responden

Tabel 4.1
Data profil reponden

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Jenis kelamin		
	- Laki-Laki	9	30%
	- Perempuan	21	70%
	Jumlah	30 Orang	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui dari 30 responden pelanggan dengan jenis kelamin laki-laki 9 orang ialah sebanyak 30% dan jenis kelamin perempuan 21 Orang sebanyak 70% .

4.2 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas data yang digunakan dalam bentuk penelitian ini adalah menggunakan uji *Shapiro-Wilk* dan dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikan dari pengujian *Shapiro-wilk* $> 0,05$ (5%) begitu sebaliknya jika nilai signifikan dari pengujian *Shapiro-Wilk* $< 0,05$ (5%) maka dikatakan terdistribusi tidak normal. Berikut data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
kualitas produk	.114	30	.200*	.975	30	.692
kepuasan pelanggan	.167	30	.033	.935	30	.068

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Hasil analisis data dengan uji Shapiro-Wilk diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi (sig) dari kualitas produk $0.692 > 0,05$ dan signifikansi dari kepuasan pelanggan $0.068 > 0,05$ sehingga data pada penelitian terdistribusi normal.

4.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji ada tidaknya hubungan positif antara variabel independen (kinerja, fitur, keandalan, daya tahan, estetika, desain terhadap variabel dependent (kepuasan konsumen). Untuk menguji hipotesis yang diajukan, uji statistic yang digunakan adalah uji t (Parsial). Ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.999	5.222		2.872	.008
	Kualitas produk	.184	.080	.396	2.284	.030

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis tabel dengan menggunakan uji t (Parsial) diperoleh $Pvalue = 0,030$ ($p < 0,05$), maka terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

Kemudian, diuji juga melalui uji simultan (F). Berikut ini adalah data hasil pengujian dari uji simultan (F) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.901	1	19.901	5.217	.030 ^b
	Residual	106.799	28	3.814		
	Total	126.700	29			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), kualitas produk

Berdasarkan hasil analisis tabel dengan menggunakan uji simultan F diperoleh $Pvalue = 0,030$ ($p < 0,05$), maka terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

Kesimpulan akhir dari hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji simultan F, maka dapat diambil kesimpulan terdapat pengaruh dan signifikansi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA).

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Agro Rimba Nusantara (AGRINA). Adapun pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel diatas diketahui dari 30 responden pelanggan dengan jenis kelamin laki-laki 9 orang ialah sebanyak 30% dan jenis kelamin perempuan 21 Orang sebanyak 70% .
2. Hasil uji normalitas dari hasil analisis data dengan uji *Shapiro-wilk* diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi (sig) dari kualitas produk 0.692 > 0,05 dan signifikansi dari kepuasan pelanggan 0.068 > 0,05 sehingga data pada penelitian terdistribusi normal.
3. Berdasarkan hasil uji t di atas dapat di ketahui bahwa Nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk adalah sebesar 0,030, artinya variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, dimana nilai signifikansinya < 0,05. Dengan demikian H_1 : kualitas produk mempengaruhi besarnya tingkat kepuasan konsumen secara signifikan dapat di terima, sedangkan H_0 : kualitas produk tidak mempengaruhi besarnya tingkat kepuasan konsumen secara signifikan di tolak. Sehingga dapat di simpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Agrina.

5.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan pada Koperasi Agro Rimba Nusantara tentunya mempunyai implikasi dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada penelitian diatas bahwa faktor kualitas produk berperan penting terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Agrina perlu melakukan upaya-upaya untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dengan memberikan konsumen kualitas produk yang baik dan yang menarik sehingga ketika mengonsumsi produk senang dan sering membeli secara berulang-ulang dan meningkatkan kualitas produk.

5.3 Keterbatasan

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini, penulis menemui beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Pengamatan penelitian ini hanya dilakukan pada Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) di desa Parsalakan.
2. Pengambilan keputusan dan pengumpulan data instrumen kuesioner peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan kenyataan yang sesungguhnya.

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji normalitas dari hasil analisis data dengan uji *Shapiro-wilk* diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi (sig) dari kualitas produk $0.692 > 0,05$ dan signifikansi dari kepuasan pelanggan $0.068 > 0,05$ sehingga data pada penelitian terdistribusi normal.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,030 dengan nilai $p < 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan uji T (Parsial) terhadap kepuasan pelanggan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan uji F (Simultan). Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,030 dengan nilai $p < 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

B. SARAN

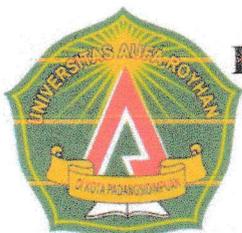
Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka saran yang dapat direkomendasikan untuk menjaga pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Industri Agrina untuk bisa lebih meningkatkan kembali kualitas produknya agar tidak mengecewakan konsumen sehingga konsumen merasa puas dan senang ketika mengkonsumsi produk tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar kiranya bisa lebih luas dalam membahas permasalahan mengenai kepuasan konsumen dengan menambahkan variabel-variabel independen yang sesuai sehingga bisa memperkuat lagi pembahasan yang ada dengan berbagai aspek-aspek didalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hastuti, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudera Ekonomi dan Bisnis, Mail. ejurnalunsam.id*, 9 (1), 21-30.
- I Razak, N. N. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7 (2), 1-14.
- Harjadi, D. d. (2021). Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. Cirebon: Insania.
(<https://jurnal.unka.ac.id/index.php/fisip/article/view/1069/870>)
- Kotler, Philip, 2003, Principles of Marketing, Millenium Edition, Nortwestern University, Prentice Hall.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Hamid, 2018, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Bataraja Di Palembang Pada PT Semen Bataraja (Persero) Tbk, jurnal ecoment global, volume 3
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Abna Haniif Novel, S. V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC) Batuaji Batam). *Jurnal Al-Amal*, 1 (1), 26-32.
- Rizqy, R.R.R, Warso, M.M dan Fathoni, A 2016. Pengaruh Kulaitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia, Cabang Semarang). *Journal of Management*. Vol.2, No.2, Maret.
- Harsanto, B. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen Operasi: Konsep, Batang Tubuh Ilmu dan Industri 4.0*. Prenada Media.
- Priharto, S. (2020). Indikator kepuasan pelanggan: Pengertian, jenis, dan fungsinya bagi bisnis. Diakses dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/indikator-kepuasan-pelanggan>.
- A, R. (2003, Juni 19). *Definisi Operasional*. Retrieved Juni 19, 2022, from a.rusdiana.id: <https://a.rusdiana.id/2022/06/19/definisi-operasional/>
- Rizayanti, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte di Pidie Jaya. *Skripsi Thesis, Uin Ar-Raniry*.

- Reyhan Riski B. 2020 *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Wongcoco Pudding di Borma Dakota Bandung*. (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN - Indonesia Bandung :Diakses Dari <https://epub.imandiri.id/repository/docs/TaSkripsi/Tugas%20Akhir%20Reyhan.pdf>
- Nidia Suriani, R. M. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam*, E-ISSN 2987-1298.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga*, ISBN 978-602-60346-8.
- Nugroho, U. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif pendidikan jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung.



UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN

Berdasarkan SK Menristekdikti RI Nomor: 461/KPT/I/2019, 17 Juni 2019
Jl. Raja Inal Siregar Kel. BatunaduaJulu, Kota Padangsidempuan 22733.
Telp.(0634) 7366507 Fax. (0634) 22684
e-mail: aufa.royhan@yahoo.com http://: unar.ac.id

Nomor : 765/ FBPT/UNAR/E/PM/XII/2023
Lampiran : -
Perihal : Izin Survey Pendahuluan

Padangsidempuan, 22 Desember 2023

Kepada Yth.
Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina)
Di

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas AuFa Royhan Di Kota Padangsidempuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Yulia Astuti

NIM : 20090003

Program Studi : Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Survey Pendahuluan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina) untuk penulisan Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina)".

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan

Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NIDN. 0110099101



**SENTRA INDUSTRI KECIL
PENGOLAHAN BUAH SALAK
KOPERASI AGRINA**



Jln.Sibolga Km 12Desa Parsalakan, Kec. Angkola Barat

KABUPATEN TAPANULI SELATAN

Kontak Person : 085262660963 - 081265488587

Nomor : 155/KOP-AGR/I/2024
Lampiran :

Kepada Yth :
Bapak DEKAN FAKULTAS BISNIS
DAN PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERSITAS AUFA ROYHAN
di -
KOTA PADANGSIDIMPUAN

Dengan hormat,
Sehubungan dengan surat Bapak No : 765/FBPT/UNAR/E/PM/XII/2023 tentang seorang mahasiswi :

Nama : **YULIA ASTUTI**
NIM : 20090003
P. Studi : Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana
Judul : **”PENGARUH KWALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOPERASI AGRO RIMBA NUSANTARA (AGRINA)”**.

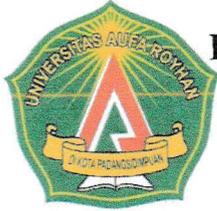
Untuk melaksanakan Survey Pendahuluan dalam rangka penulisan Skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi di Universitas Aufa Royhan di Kota Padangsidimpuan.

Maka dengan ini kami sampaikan bahwa Koperasi Agrina memberikan izin kepada mahasiswi tersebut untuk melaksanakan survey pendahuluan di Koperasi Agrina Desa Parsalakan.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Desa Parsalakan, 06 Februari 2024
Pengurus Koperasi


(SARBENI HARAHAP)



UNIVERSITAS AUFA ROYHAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS BISNIS DAN PENDIDIKAN TERAPAN

Berdasarkan SK Menristekdikti RI Nomor: 461/KPT/I/2019, 17 Juni 2019
Jl. Raja Inal Siregar Kel. BatunaduaJulu, Kota Padangsidempuan 22733.
Telp.(0634) 7366507 Fax. (0634) 22684
e -mail: aufa.royhan@yahoo.com http://: unar.ac.id

Nomor : 265/ FBPT/UNAR/I/PM/V/2024 Padangsidempuan, 7 Mei 2024
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina)
Di

Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyelesaian studi pada Program Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana di Universitas Afa Royhan Di Kota Padangsidempuan, kami mohon bantuan saudara agar kepada mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Yulia Astuti

NIM : 20090003

Program Studi : Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana

Dapat diberikan Izin Penelitian di Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina) untuk penulisan Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (Agrina)".

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan bantuan saudara kami ucapkan terimakasih.

Dekan


Indra Maulana, S.Pd, M.Pd
NIDN. 0110099101



**SENTRA INDUSTRI KECIL
PENGOLAHAN BUAH SALAK
KOPERASI AGRINA**



Jln.Sibolga Km 12 Desa Parsalakan, Kec. Angkola Barat
KABUPATEN TAPANULI SELATAN
Kontak Person : 0823 7007 0955

Nomor : 15/KOP-AGR/VIII/2024
Lampiran :

Kepada Yth :
DEKAN FAKULTAS BISNIS DAN
PENDIDIKAN TERAPAN
UNIVERITAS AUFA ROYHAN

di -
Padangsidempuan

Dengan hormat,
Sehubungan dengan surat Bapak/Ibu Nomor 265/FBPT/UNAR/I/PM/V/2024 tentang seorang mahasiswa :

Nama : YULIA ASTUTI
NIM : 20090003
P.Studi : Pendidikan Kewirausahaan Program Sarjana
Fakkultas : Fakultas Bisnis dan Pendidikan Terapan

adalah benar telah melaksanakan penelitian di Koperasi Agrina Desa Parsalakan, yang berjudul: **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA)"**. Maka dalam hal ini kami telah dapat membantu memberikan informasi sehubungan dengan penelitian yang dimaksud.

Demikian surat keterangan ini atas kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Desa Parsalakan, 03 Agustus 2024
Pengurus Koperasi Agrina



WARDA MURTI HARAHAP, S.E

FORMULIR PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN

(Informed Consent)

Setelah dijelaskan maksud penelitian, saya bersedia menjadi responden dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Yulia Astuti, mahasiswi Universitas Afa Royhan di Kota Padangsidempuan yang sedang mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA)”. Demikianlah persetujuan ini saya tanda tangani dengan sukarela tanpa ada paksaan dan pihak manapun.

Responden

()

KUESIONER PENELITIAN

A. Petunjuk Penulisan

Pada setiap item kuesioner, berilah penilaian seberapa jauh Bapak/Ibu/Saudara/Saudari setuju dengan pernyataan yang tersedia. Isilah jawaban atas pernyataan pada kuesioner ini dan jangan ada yang terlewatkan. Berilah tanda *check list* (\checkmark) pada salah satu jawaban dengan pemahaman bapak/ibu.

B. Identitas Responden

Nama / Kode* :

Jenis Kelamin :

Alamat :

C. Pernyataan Kuesioner

		Kualitas Produk				
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	KS	TS
Kinerja						
1	Rasa produk yang dijual Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) enak					
2	Senang mengonsumsi produk Agrina					
3	Kualitas yang ditawarkan sudah sesuai dengan keinginan					
Fitur						
4.	Produk di Agrina memiliki ciri yang berbeda dengan produk lain					
5	Label pada kemasan produk di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA) sangat menarik					
Keandalan						
6	Produk di Agrina memiliki rasa yang menyegarkan					
7	Tekstur produk lembut saat dikonsumsi					

Daya tahan						
8	Produk memiliki ketahanan dalam waktu yang lama					
9	Produk Agrina memiliki bahan-bahan yang berkualitas					
10	Dibandingkan dengan produk lain, Produk Agrina memiliki daya tahan cukup baik					
11	Selalu menjaga produk yang dijual					
Estetika						
12	Bentuk dan tampilan produk yang dijual terkesan indah					
13	Produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan standar kelayakan					
14	Rasa yang disajikan berbeda dengan produk lain yang sejenis					
Desain						
15	Kemasan produk didesain sangat sangat menarik					
16	Kemasan produk yang menarik					
Kepuasan Pelanggan						
	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	KS	TS
17	Saya akan membeli kembali dan menikmati produk					
18	Saya lebih suka produk yang dijual di AGRINA daripada produk lain					
19	Saya akan membeli produk secara berulang					
20	Saya merasa puas dengan produk yang dijual di Koperasi Agro Rimba Nusantara (AGRINA)					
21	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk membeli dan mengkonsumsi produk Agrina					

22	Saya tidak akan beralih kepada produk lain yang sejenis					
23	Produk sudah sesuai dengan standar dan harapan					

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

*** Kode digunakan untuk inisial nama/nama samaran apabila kurang berkenan mencantumkan nama asli**

DATA TABULASI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOPERASI AGRO RIMBA NUSANTARA (AGRINA)

KUALITAS PRODUK																			
NO	KODE	JENIS KELAMIN	Kinerja			Fitur		Keandalan		Daya Tahan				Estetika			Desain		Skor
			P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	
1	1	PR	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	61
2	2	LK	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	69
3	3	LK	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	55
4	4	LK	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	65
5	5	LK	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	61
6	6	LK	5	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	3	3	59
7	7	LK	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	66
8	8	LK	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	60
9	9	PR	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	70
10	10	PR	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	65
11	11	LK	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	63
12	12	PR	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	69
13	13	PR	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	3	5	66
14	14	PR	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	63
15	15	LK	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	55
16	16	PR	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	73
17	17	PR	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	68
18	18	PR	4	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	65
19	19	PR	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	66
20	20	PR	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	3	69
21	21	PR	4	4	4	5	5	4	3	5	4	3	4	4	5	5	4	4	67
22	22	PR	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	75
23	23	PR	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	63
24	24	PR	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	65
25	25	PR	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	67
26	26	PR	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	67
27	27	PR	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	63
28	28	PR	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	64
29	29	PR	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	61
30	30	PR	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	63

KEPUASAN PELANGGAN										
NO	KODE	JENIS KELAMIN	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	Skor
1	1	PR	4	4	3	3	4	4	4	26
2	2	LK	4	4	3	4	5	4	4	28
3	3	LK	4	3	3	3	3	4	4	24
4	4	LK	4	4	3	4	4	3	4	26
5	5	LK	4	4	4	4	4	4	4	28
6	6	LK	4	4	4	5	4	4	4	29
7	7	LK	4	4	4	5	5	4	4	30
8	8	LK	4	4	3	3	4	4	4	26
9	9	PR	3	3	3	3	5	3	4	24
10	10	PR	4	4	4	4	5	4	4	29
11	11	LK	4	4	3	3	4	4	4	26
12	12	PR	4	4	3	4	5	4	4	28
13	13	PR	4	3	3	4	5	3	4	26
14	14	PR	4	4	3	4	4	3	4	26
15	15	LK	4	3	3	3	3	4	4	24
16	16	PR	4	4	4	4	5	4	5	30
17	17	PR	5	4	4	4	5	4	4	30
18	18	PR	5	4	5	4	4	3	4	29
19	19	PR	4	4	4	5	4	4	4	29
20	20	PR	5	4	5	5	5	3	4	31
21	21	PR	5	3	3	3	3	3	4	24
22	22	PR	4	4	4	4	4	4	4	28
23	23	PR	4	4	3	3	3	4	4	25
24	24	PR	4	3	3	3	4	3	4	24
25	25	PR	4	4	3	3	3	4	4	25
26	26	PR	4	4	3	4	4	3	4	26
27	27	PR	4	4	3	3	4	3	4	25
28	28	PR	4	3	4	4	4	4	4	27
29	29	PR	4	4	4	4	4	3	4	27
30	30	PR	4	4	3	4	4	4	4	27

OUTPUT SPSS

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
kualitas produk	.114	30	.200*	.975	30	.692
kepuasan pelanggan	.167	30	.033	.935	30	.068

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualitas produk	.	Enter

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. All requested variables entered.

Hasil Uji Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.901	1	19.901	5.217	.030 ^b
	Residual	106.799	28	3.814		
	Total	126.700	29			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), kualitas produk

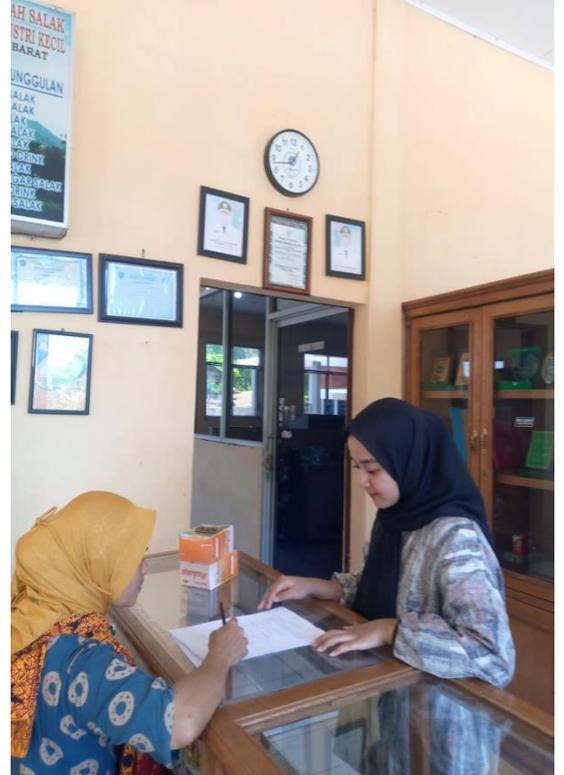
Hasil Uji T Parsial

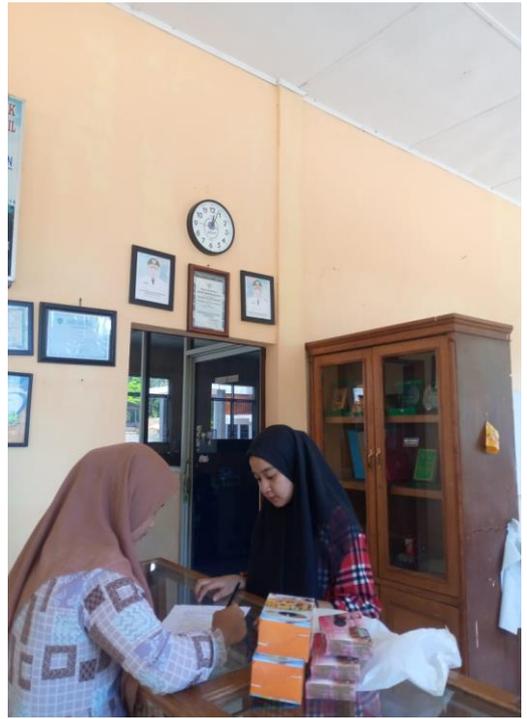
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.999	5.222		2.872	.008
	Kualitas produk	.184	.080	.396	2.284	.030

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

DOKUMENTASI PENELITIAN





BIMBINGAN KONSULTASI

PENELITIAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : YULIA ASTUTI
NIM : 20090003
PROGRAM STUDI : KEWIRAUSAHAAN
DOSEN PEMBIMBING : 1. Nurlaila, S.Pd, MM.
2. Indra Maulana, S.Pd, M.Pd

No	Tanggal	Konsultasi (Saran Perbaikan)	Tanda Tangan
7	21/03/2024	ACC proposal lanjut seminar proposal	
8	25/07/2024	<ul style="list-style-type: none">- Ukuran kertas- uji validitas- uji Reliabilitas- uji t- uji F- Tanggapan Responden	
9	29/07/2024	<ul style="list-style-type: none">- BAB IV- Uji uji Penelitian	
10	02/08/2024	<ul style="list-style-type: none">- BAB II- kata pengantar- Daftar isi- murtut	
11	06/08/2024	<ul style="list-style-type: none">- BAB I- HURUF- BAB ke kata ke ti dan kuanan	

BIMBINGAN KONSULTASI

PENELITIAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : YULIA ASTUTI
NIM : 20090003
PROGRAM STUDI : KEWIRAUSAHAAN
DOSEN PEMBIMBING : 1. Nurlaila, S.Pd, MM.
2. Indra Maulana, S.Pd, M.Pd

No	Tanggal	Konsultasi (Saran Perbaikan)	Tanda Tangan
1	07-02-2024	- Menambah Pembahasan BAB I, II, III SPasi	
2.	19-02-2024	- Perbaiki BAB III Tabel dan kuesioner	
3.	08-03-2024	- Perbaiki BAB III - Populasi - Sampel	
4.	09-03-2024	Perbaiki - cover - margin - kata pengantar - kuesioner - Daftar isi - BAB I Rumusan masalah - BAB II Pembahasan materi - BAB III Jenis penelitian	
5.	19-03-2024	- cover - 7000i - Daftar isi	
6.	21-03-2024	- Daftar isi	