

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SAYURAN DI PASAR RAU KECAMATAN SERANG

Andini Kania Putri¹, Muhammad Ali Al Hajj², Muhaedi³, Alfarid Fajar⁴, Muhamad Rano⁵

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

e-mail: 4441220096@untirta.ac.id¹, 4441220003@untirta.ac.id², 4441200096@untirta.ac.id³,
4441220053@untirta.ac.id⁴, 4441220081@untirta.ac.id⁵

***Abstract** – Product quality has an important factor that influences consumer satisfaction. This research aims to analyze the influence of product quality on vegetable consumer satisfaction at Rau Market, Serang. The research method used is quantitative with simple linear regression analysis techniques. Samples were taken using accidental sampling from 40 respondents who were vegetable consumers at Pasar Rau, Serang. The results of the research show that there is a positive and significant influence between product quality on vegetable consumer satisfaction at Rau Market, Serang District.*

***Keywords:** Consumer Satisfaction, Product Quality, Vegetable.*

PENDAHULUAN

Di era kehidupan bisnis saat ini, persaingan di dunia pemasaran semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk dapat memaksimalkan hasil pemasarannya untuk bersaing di pasar global. Pasar harus berusaha mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pelaku bisnis dalam merencanakan strategi pemasaran untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh bagaimana pelanggan melihat kinerja suatu jasa atau produk yang sesuai dengan harapannya. Kepuasan akan tercapai apabila setelah menggunakan produk, pelanggan merasa terpenuhi keinginannya dan kebutuhannya atau bahkan melampaui harapannya.

Sayuran merupakan salah satu bahan makanan pokok bagi manusia. Sayuran memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Salah satu tempat untuk mendapatkan sayuran adalah pasar tradisional. Di pasar tradisional, terdapat berbagai macam jenis sayuran yang dijual dengan harga yang relatif terjangkau. Namun, kualitas sayuran di pasar tradisional seringkali tidak terjamin. Hal ini dapat menyebabkan konsumen merasa tidak puas dengan produk yang mereka beli. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Produk yang berkualitas baik akan memberikan manfaat yang optimal bagi konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sayuran di Pasar Rau Kecamatan Serang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Rau yang terletak pada Desa Kaligandu, Kecamatan Serang, Kota Serang, Provinsi Banten. Waktu penelitian ini diperkirakan memakan waktu selama 1 bulan dan akan dilaksanakan pada bulan Juni 2024.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif mengambil jarak antara peneliti dengan objek yang diteliti menggunakan instrumen instrumen formal, standar, dan bersifat mengukur. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang memusatkan perhatiannya pada gejala-gejala yang mempunyai

karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia yang dinamakan variabel. Variabel terbagi menjadi dua yaitu variabel independent (variabel bebas) dan variabel dependent (variabel terikat). Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yakni Kualitas Produk dan Harga sedangkan untuk variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen.

Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden yang terdiri dari identitas responden dan juga hasil tanggapan responden. Data sekunder adalah data yang didapatkan peneliti dari buku-buku dan sumber lainnya yang berhubungan dengan pembahasan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Wilayah

Pasar Rau terletak di Desa Kaligandu, Kecamatan Serang, Kota Serang, Provinsi Banten. Luas wilayah Pasar Rau sekitar 4,4292 hektar. Pasar Rau terdiri dari beberapa kios untuk penjualan bahan pangan segar, seperti beras, sayur, buah, daging, ikan, sembako, pakaian, elektronik, furniture, dan peralatan rumah tangga. Pasar Rau buka setiap hari dari jam 05.00 WIB hingga 18.00 WIB. Pasar ini ramai dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai daerah di Kota Serang dan sekitarnya.

Pasar Rau memiliki batas wilayah yaitu :

- Sebelah Timur berbatasan dengan wilayah Kecamatan 51 cipocok Jaya
- Sebelah Barat berbatasan dengan Wilayah Kecamatan Taktakan
- Sebelah Utara berbatasan dengan wilayah Kecamatan Kasemen
- Sebelah Selatan berbatasan dengan wilayah Kecamatan Cipocok Jaya/Taktakan

Pasar Rau mudah diakses dengan berbagai jenis kendaraan, baik kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Pasar Rau berada di pusat kota, sehingga sangat strategis dimana hampir semua kabupaten dan kota di Provinsi Banten membeli barang yang kemudian dijual kembali di pasar-pasar lokal yang berbeda.

Karakteristik Responden

Semua kuesioner yang disebarakan telah dibagikan kepada 30 responden konsumen sayuran di Pasar Rau, Desa Kaligandu, Kota Serang, Banten, dan dapat digunakan sebagai data untuk penelitian ini. Berikut adalah karakteristik responden penelitian:

A. Usia Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
12 - 25	5	16
26 - 45	14	47
46-65	11	37
Total	30	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pada usia 12-55 tahun terdapat 5 responden atau 16% dari total keseluruhan responden. Sedangkan untuk usia 26-45 terdapat 14 responden atau 47% dari total keseluruhan responden. Untuk usia 46-65 terdapat 11 responden atau 37% dari total keseluruhan responden. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa usia responden yang paling banyak adalah usia 26-45 tahun.

B. Jenis Kelamin

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki - Laki	3	10
Perempuan	27	90
Total	30	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pada jenis kelamin laki-laki terdapat 3 responden atau 10% dari total keseluruhan responden. Sedangkan untuk jenis kelamin perempuan terdapat 27 responden atau 90% dari total keseluruhan responden. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa usia responden yang paling banyak terdapat pada jenis kelamin perempuan.

C. Tingkat Pendidikan Terakhir

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	%
SD/SMP	1	3
SMA/SMK	20	67
Diploma	3	10
Sarjana/Pascasarjana	6	20
Total	30	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pada tingkat pendidikan terakhir SD/SMP terdapat 1 responden atau 3% dari total keseluruhan responden. Sedangkan untuk tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK terdapat 20 responden atau 67% dari total keseluruhan responden. Untuk tingkat pendidikan terakhir Diploma terdapat 3 responden atau 10% dari total keseluruhan responden. Untuk tingkat pendidikan terakhir Sarjana/Pascasarjana terdapat 6 responden atau 20% dari total keseluruhan responden. Maka tingkat pendidikan terakhir responden yang paling banyak terdapat pada kategori SMA/SMK.

D. Pekerjaan

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	%
Pelajar/Mahasiswa	3	10
Ibu Rumah Tangga	17	57
Pegawai Negeri	4	13
Pegawai Swasta	6	20
Total	30	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa terdapat 3 responden atau 10% dari total keseluruhan responden. Untuk responden yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga terdapat 17 orang atau 57%. Untuk responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri terdapat 4 orang atau 13%. Sedangkan untuk responden yang bekerja sebagai Pegawai Swasta terdapat 6 orang atau 20%. Maka

dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak yaitu yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga.

E. Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	P1	0,735	0,361	Valid
	P2	0,821	0,361	Valid
	P3	0,752	0,361	Valid
	P4	0,435	0,361	Valid
Kepuasan Konsumen	P1	0,763	0,361	Valid
	P2	0,772	0,361	Valid
	P3	0,679	0,361	Valid
	P4	0,649	0,361	Valid

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 5 diatas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid dan layak untuk digunakan sebagai alat penelitian, dilihat dari $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Dengan demikian, semua item pertanyaan dapat digunakan dalam model pengujian secara keseluruhan,

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Reliabilitas	Ket.
Kualitas Produk	0,634	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,663	0,60	Reliabel

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel 6, diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai cronbach alpha yang lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum melanjutkan analisis lebih lanjut. Uji asumsi klasik pada regresi linier sederhana:

Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19325502
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.085
	Negative	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.491
Asymp. Sig. (2-tailed)		.969

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Perbandingan perolehan probabilitas dan Asymp. Sig. (2-tailed) terhadap tingkat signifikansi yang ditetapkan senilai 0,05 dan 5% dapat digunakan untuk menghasilkan kesimpulan berdasarkan data yang tertera pada tabel. Nilai probabilitas atau Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,969, yang lebih tinggi dari 0,05, seperti yang ditunjukkan oleh hasil. Oleh karena itu, kita dapat mengatakan bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian ini memenuhi asumsi distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	1,000	1,000

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel kualitas produk tersebut lebih besar dari 0.10 dan nilai VIF kurang dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas atau tidak terpengaruh olehnya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.555	.966		1.610	.119
▪ Kualitas Produk	-.038	.064	-.113	-.602	.552

a. Dependent Variable: Abs_RES

Pada Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi > 0,05, yang

berarti bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.924	1.760		2.798	.009
Kualitas Produk	.651	.116	.728	5.620	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Tabel Coefficients digunakan untuk memberikan penjelasan tentang model persamaan regresi yang diperoleh dengan koefisien konstanta dan koefisien variabel yang ada di kolom Unstandardized Coefficients B. Berdasarkan tabel ini diperoleh model persamaan regresi :

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 4,924 + 0,651$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 4,924 artinya apabila variabel kualitas produksi sebesar 0 maka variabel kepuasan konsumen sebesar 4,924. Selanjutnya, nilai b yang positif menunjukkan bahwa dengan asumsi variabel lain tetap, tingkat kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,651 untuk setiap kenaikan variabel kualitas produk sebesar 1. Koefisien bernilai positif, yang berarti terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen.

Uji t

Variabel dependen (Y) dipengaruhi secara oleh variabel independen (X), dengan ketentuan bahwa tingkat signifikansi $< \alpha$ (0,05). Hasil perhitungan untuk uji t yang dilakukan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel 12. Dari output tersebut terlihat bahwa Nilai Signifikansi pada variabel kualitas produk sebesar 0,00 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengambilan keputusan menggunakan perbandingan nilai t, jika t hitung lebih besar daripada t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Untuk dasar perhitungan t tabel menggunakan rumus $t_{tabel} = (\alpha / 2 ; df)$ maka diperoleh t tabel = (0,025; 28) sebesar 2,048. Pada tabel output dapat diketahui nilai t hitung sebesar 5,620 > t tabel sebesar 2,048 maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Uji Koefisien determinasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.513	1.21438

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Tabel di atas menunjukkan besarnya nilai korelasi/hubungan (R), yaitu sebesar 0,728 serta besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dikenal sebagai koefisien determinasi. Nilai R Square tersebut berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu $[(0,530)]^2 = 0,728$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,530 atau sama dengan 53%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel kualitas produk (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 53%. Sedangkan sisanya 47% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas produk sebesar $0,00 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 53%. Sedangkan sisanya 47% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188.
- Andi, Jam'an, & Alamsyah. (2017). Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada SNVT Pelaksanaan Jaringan Pemanfaatan Air Pompengan Jeneberang SULSEL. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 139-80.
- Ghozali, H. Imam. 2016. *Aplikasi Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Ed. 8, Cetakan Kedelapan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Retrieved June, 7, 2017.
- Husein Umar. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. 14Th edition. New Jersey : Pearson : Prentice Hall
- Kotler, P. (2017). *Marketing Management (16th ed.)*. New Jersey: Pearson.
- Languju, O. (2016). Pengaruh return on equity, ukuran perusahaan, price earning ratio dan struktur modal terhadap nilai perusahaan property and real estate terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2).
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk dan kualitas layanan. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 4(2).

- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). Metode penelitian kuantitatif. Pascal Books.
- Retnawati, H. (2017, September). Teknik pengambilan sampel. In Disampaikan pada workshop update penelitian kuantitatif, teknik sampling, analisis data, dan isu plagiarisme (pp. 1-7).
- Rindiasari, P. R., Hidayat, Y., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Angket Kepercayaan Diri. FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan), 4(5), 367-372.
- Said, H. S., Khotimah, C., Ardiansyah, D., & Khadrinur, H. (2023). Uji Validitas dan Reliabilitas: Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Terhadap Mata Kuliah Accounting For Business atau Pengantar Akuntansi. Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi, 3(2), 249-259.
- Siyoto, Sandu., Ali Sodik. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. 2015.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D. Cetakan Kedua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- Utami, Y. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penilaian Kinerja Dosen. Jurnal Sains dan Teknologi, 4(2), 21-24.
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier berganda. Denpasar: Universitas Udayana.