

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE QUALITY OF PRODUCTS ON COSTUMERS' SATISFACTION OF PINEAPPLE CRACKERS IN KUALU NENAS VILLAGE, TAMBANG, KAMPAR, RIAU

Dewi Sartika dan Agustin Basriani

Akademi Sekretari dan Manajemen Persada Bunda

Jl.Diponegoro No.42 Telp (0761) 23181 Pekanbaru 28116

Email: dewiarelagha@gmail.com dan agustin.basriani@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the relationship between variables of product quality that consists of working performance, reliability, features, resistance, suitability, and design with costumers' satisfaction of pineapple crackers in kualu nenas village, tambang, Kampar regency, riau province. Tis research used quantitative method. Total populations in this research are 96 costumers, which mean they had bought pineapple crackers minimal twice in kualu nenas village. Analysis data technique used pearson correlation. And the results of this research are:1)There is positive relationship between working performance and costumers' satisfaction of pineapple crackers in kualu nenas village, tambang. Kampar regency, Riau province.2)There is positive relationship between reliability and costumers satisfaction of pineapple crackers ini kualu nenas village, tambang, Kampar regency, Riau province,3)There is positive relationship between features and costumers' satisfaction of pineapple crackers in kualu nenas village, tambang, Kampar regency, Riau province,4)There is positive relationship between suitability and costumers' satisfaction of pineapple crackers in kualu nenas village, tambang, Kampar regency, Riau province,5) There is positive relationship between suitability and costumers of pineapple crackers satisfaction kualu nenas village, tambang, Kampar regency, Riau province,6)There is positive relationship between design with costumers of pineapple crackers satisfaction in kualu nenas village, tambang, Kampar regency, Riau province.

Keywords: *the quality of products, costumers' satisfaction*

HUBUNGAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERIPIK NENAS DI DESA KUALU NENAS KECAMATAN TAMBANG KABUPATEN KAMPAR PROVINSI RIAU

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel kualitas produk yang terdiri dari kinerja, kehandalan, fitur, daya tahan, kesesuaian dan desain terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 96 orang pelanggan, yaitu yang telah melakukan pembelian keripik nenas minimal 2 kali di Desa Kualu Nenas. Teknik Analisis data dengan menggunakan korelasi Pearson. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa:1) Terdapat hubungan positif antara kinerja dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau; 2) Terdapat hubungan positif antara kehandalan dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau;3) Terdapat hubungan positif antara fitur dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau;4) Terdapat hubungan positif antara daya tahan dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau;5) Terdapat hubungan positif antara kesesuaian dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau;6) Terdapat hubungan positif antara desain dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Desa Kualu Nenas merupakan salah satu desa dari 17 desa yang ada di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Desa Kualu Nenas merupakan desa dengan lokasi yang strategis, karena merupakan jalan lintas menuju Sumatera Barat maupun sebaliknya. Desa ini merupakan desa yang terkenal dengan hasil alamnya yaitu penghasil nenas terbesar dibandingkan dengan daerah lainnya yang ada di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Hal ini juga yang menyebabkan pemberian nama untuk desa Kualu Nenas, (Arsip desa 2017). Letak geografi Desa Kualu Nenas, terletak diantara sebelah utara : Desa Pagaruyungsebelah selatan : Desa Aur Sati, sebelah barat : Desa Sungai Pinang, sebelah timur : Desa Rimbo Panjang.

Desa Kualu Nanas adalah desa yang subur, yang cocok untuk semua komoditi tanaman dan perkebunan. Desa Kualu Nenas kaya dengan sumber daya alam, seperti : Karet, Sawit, Coklat, Nangka dan Nenas. Salah satu komoditi unggulan dari desa Kualu Nanas yang mengharumkan nama baik desa di tingkat kabupaten, propinsi sampai ke mancanegara adalah komoditi Nanas (Arsip Desa Kualu Nenas 2017) . Pada saat ini kebun Nenas yang produktif lebih kurang 1000 Ha dengan jumlah produksi nenas segar hampir 4 ton per hari.

Buah Nenas yang dihasilkan ada yang langsung dijual dan diolah menjadi Keripik Nenas, sebagai cemilan maupun buah tangan/oleh-oleh dari Kampar. Keripik Nenas ini banyak diperjualbelikan di sepanjang jalan daerah Kampar, yang merupakan jalan lintas menuju Sumatera Barat. Keripik Nenas ini diproduksi secara sederhana oleh pelaku usaha. Keripik Nenas dijual dalam bentuk kemasan yang sudah jadi, maupun yang belum dikemas (menyesuaikan dengan permintaan konsumen).

Saat ini, jumlah industri keripik nenas yang ada di Desa Kualu Nenas, berjumlah 13, seperti yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 1. Daftar Industri Rumah Tangga Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas

No	Nama industry	Lokasi	Nama pemilik
1	Berkat Bersama I	Dusun III Lengkok	Muslimin
2	Dua Saudara	Dusun III Lengkok	H.Adi Usman
3	Usaha Ibu	Dusun III Lengkok	Hj.Martini
4	Aroma Rasa	Dusun III Lengkok	Kayarudin Barat
5	Madani	Dusun I Pasar Buah	H.Yahya
6	Sakinah I	Dusun I Pasar Buah	Mardanis
7	Sakinah II	Dusun II Sungai Putih	Liyusmar
8	Sinar Hidayah	Dusun II Sungai Putih	Samsinar
9	Prima Tani	Dusun II Sungai Putih	Khairunnas
10	Usaha Keluarga	Dusun I Pasar Buah	Paimai.S
11	Berkat Bersama II	Dusun II Sungai Putih	Yusafrizal
12	Sampoerna	Dusun III Lengkok	Sampurna
13	Restu	Dusun II Sei Putih	Arisna

Sumber: Arsip Desa Kualu Nenas 2017, 2018

Buah Nenas memiliki aroma yang sangat khas dan tajam dengan rasa campuran asam dan manis namun sangat menyegarkan karena kandungan airnya yang cukup tinggi. Buah Nenas kaya akan vitamin A dan C yang bersifat antioksidan. Selain itu juga mengandung kalsium, fosfor, magnesium, mangan, zat besi, thiamin, natrium, kalium, gula buah (sukrosa), serta enzim bromelain, suatu enzim protease yang bekerja sebagai pemecah protein. Buah Nenas juga mengandung cukup banyak serat.

Keripik nenas yang dijual di sepanjang jalan lintas tersebut adalah oleh oleh khas dari desa tersebut yang sudah cukup terkenal. Namun keripik nenas tersebut belum memenuhi kriteria kualitas produk yang baik yang dapat memberikan kepuasan pelanggannya. Seperti dari warna keripik nenas dalam satu kemasan warnanya tidak sama, kepingan/ukuran keripik nenas tidak sama/pecah. Begitu juga dengan kemasannya hanya menggunakan plastik bening, penulisan merek dan isi label hanya menggunakan sablon biasa, yang mudah terkelupas ketika dipegang, sehingga tidak memenuhi standar kesehatan serta masih ada yang belum memiliki label Halal dan lulus uji BPOM

Dewasa ini pembeli sangat selektif dan hati-hati dalam memilih produk yang mereka beli, yang tentunya pasti memperhatikan kualitas produk yang akan mereka konsumsi.Oleh karena itu supaya Keripik Nenas yang dihasilkan berkualitas, tentu akan meningkatkan pembelian oleh konsumen yang nantinya akan menimbulkan rasa kepuasan terhadap Keripik Nenas dari desa Kualu Nenas.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana hubungan kinerja terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau? (2) Bagaimana hubungan keandalan terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau? (3) Bagaimana hubungan fitur terhadap

kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau? (4) Bagaimana hubungan daya tahan terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau? (5) Bagaimana hubungan kesesuaian terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau? (6) Bagaimana hubungan desain terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui hubungan kinerja terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. (2) Untuk mengetahui hubungan keandalan terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. (3) Untuk mengetahui hubungan fitur terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. (4) Untuk mengetahui hubungan daya tahan terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. (5) Untuk mengetahui hubungan kesesuaian terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. (6) Untuk mengetahui hubungan desain terhadap kepuasan pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2016:176) produk mencakup segala sesuatu yang memberikan nilai (*value*) untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan, seperti barang fisik, jasa, *event*, pengalaman, orang atau pribadi, tempat, *property*, dan lain-lain. Pada prinsipnya, produk merupakan segala sesuatu yang diterima konsumen dalam proses pertukaran dengan produsen, berupa manfaat pokok, produk fisik dan kemasannya, serta elemen-elemen tambahan yang menyertainya.

Menurut Sudaryono (2016:44) produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Sedangkan menurut Alma dan Ratih (2009:303) produk merupakan suatu kumpulan sifat-sifat fisik, jasa, dan simbolik yang menghasilkan kepuasan atau manfaat bagi seorang pengguna atau pembeli yang dapat ditawarkan ke pasar dan akan mempengaruhi persepsi pelanggan dalam melakukan pembelian.

Kualitas menurut ISO 9000 dalam Lupiyoadi (2013:212) adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan, yaitu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib. Jadi kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menilai itu semua.

Kualitas sebenarnya bersifat relatif, bergantung pada pandangan yang digunakan dalam menentukan ciri-ciri dan spesifikasinya, yang diharapkan konsisten satu sama lainnya yaitu, menurut Lupiyoadi (2013:212) persepsi konsumen, produk dan proses. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2008:272) yaitu karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas produk menurut Lupiyoadi (2013:212) yaitu sejauh mana produk dapat memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas produk dapat disimpulkan kemampuan suatu produk untuk dapat memenuhi apa yang diinginkan oleh pemakainya. Pelanggan yang merasa puas akan kembali melakukan pembelian ulang dan mereka akan memberitahu calon konsumen lainnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk menurut Assauri (2009:362) yaitu: (1) Pasar (*market*). Jumlah produk baru dan baik yang ditawarkan di pasar terus bertumbuh pada laju yang eksplosif. Pelanggan diarahkan untuk mempercayai bahwa ada sebuah produk yang dapat memenuhi hampir setiap kebutuhan. (2) Uang (*money*). Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (*margin*) laba. Kenyataan ini memfokuskan perhatian pada manajer pada bidang biaya dan kualitas sebagai salah satu dari titik lunak tempat biaya operasi dan kerugian dapat diturunkan untuk memperbaiki laba. (3) Manajemen (*management*). Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus. Sekarang bagian pemasaran melalui fungsi perencanaan produknya, harus membuat persyaratan produk. Bagian perancangan bertanggung jawab merancang produk yang akan memenuhi persyaratan itu. Bagian produksi mengembangkan dan memperbaiki kembali proses untuk memberikan kemampuan yang cukup dalam membuat produk sesuai dengan spesifikasi rancangan. Bagian pengendalian kualitas pada seluruh aliran proses yang menjamin bahwa hasil akhir memenuhi persyaratan kualitas dan kualitas pelayanan, setelah produk sampai pada pelanggan menjadi bagian yang penting dari paket produk total. Hal ini telah menambah beban manajemen puncak, khususnya bertambahnya kesulitan dalam mengalokasikan tanggung jawab yang tepat untuk mengoreksi penyimpangan dari standar kualitas. (4) Manusia (*men*). Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus. Pada waktu yang sama situasi ini menciptakan permintaan akan ahli

teknik sistem yang akan mengajak semua bidang spesialisasi untuk bersama merencanakan, menciptakan, dan mengoperasikan berbagai sistem yang akan menjamin suatu hasil yang diinginkan. (5) Motivasi (*motivation*). Penilaian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa sebagai hadiah tambahan uang, para pekerjamas kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan didalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan. (6) Bahan (*material*). Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dari pada sebelumnya. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar. (7) Mesin dan Mekanisme (*machine and mechanism*). Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah mendorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut. Kualitas yang baik menjadi faktor yang kritis dalam memelihara waktu kerja mesin agar fasilitasnya dapat digunakan sepenuhnya. (8) Metode Informasi (*modern information method*). Metode pemrosesan data yang baru dan konstan memberikan kemampuan untuk manajemen informasi yang bermanfaat, akurat, tepat waktu dan bersifat ramalan mendasari keputusan yang membimbing masa depan bisnis. (9) Persyaratan Proses Produksi (*mounting product requirement*). Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk, memerlukan pengendalian yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk menekankan pentingnya keamanan dan keterandalan produk.

Adapun dimensi kualitas produk menurut Irawan (2009:46-52) yaitu: (1) Kinerja (*Performance*). Ini 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. Bagi setiap produk, yang namanya performance bisa berlainan tergantung pada functional value yang disajikan oleh perusahaan. (2) Keandalan (*Reliability*). Dimensi kinerja dan keandalan sepintas terlihat mirip tetapi mempunyai perbedaan yang jelas. Keandalan lebih menunjukkan probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya. (3) Fitur (*Feature*). Dimensi ini dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. Seperti contoh produk elektronik, fitur-fitur yang ditawarkan dapat dilihat pada menu remote control. Karena perkembangan teknologi, maka fitur menjadi target para perusahaan untuk berinovasi dalam upaya memuaskan pelanggan. (4) Daya Tahan (*Durability*). 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. (5) Kesesuaian (*Conformance*). Dimensi ini menunjukkan seberapa jauh sesuatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang mempunyai kesesuaian yang tinggi berarti produknya sesuai dengan standar yang telah ditentukan. (6) Desain (*Design*). Dimensi ini adalah dimensi yang unik. Dimensi ini banyak menawarkan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimensi ini dimasukkan dalam faktor pendorong emosi.

Kepuasan Pelanggan

Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Tjiptono (2014:353), kepuasan berasal dari bahasa Latin “*Satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan “*Facio*” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Kotler & Keller (2012:150), “*Satisfaction is a person's feelings of pleasure or dissatisfaction that result from comparing a product's perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted*”. Yang berarti kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas.

Dimensi Kepuasan Pelanggan, hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012), yaitu: (1) Tetap setia. Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsi akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. (2) Membeli produk yang ditawarkan. Keinginan untuk membeli produk atau makanan lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk. (3) Merekomendasikan produk. Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk. (4) Bersedia membayar lebih. Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih tinggi konsumen cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga. (5) Memberi masukan.

Walaupun kepuasan sudah tercapai, konsumen selalu menginginkan yang lebih lagi, maka konsumen akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai.

Untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan nilai total pelanggan harus lebih besar dari biaya total pelanggan. Kepuasan pembeli akan bergantung kepada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pembeli. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya, menurut Buchory dan Saladin (2010:67).

Sedangkan menurut Kottler dalam Suwardi (2011) indikator kepuasan pelanggan yaitu: (1) *Re-Purchase*: membeli kembali dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa. (2) Menciptakan *Word of Mouth*: dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. (3) Menciptakan Citra Merek :Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing. (4) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sudah melakukan pembelian/mengonsumsi minimal dua kali keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, yang tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya. Hal ini karena pelanggan yang berbelanja keripik nenas berubah-ubah setiap waktu. Dengan demikian teknik pengambilan sampel digunakan teknik sampling kemudahan. Berdasarkan sampling kemudahan, peneliti menseleksi dengan menyaring angket yang ada. Karena jumlah populasi masih dalam ukuran perkiraan dengan jumlah yang tak pasti, maka peneliti menggunakan penentuan populasi dengan rumus Wibisono dalam (Riduwan dan Akdon, 2013). Jika digunakan untuk mengestimasi μ , kita dapat $(1-\alpha)\%$ yakin bahwa eror tidak melebihi nilai e tertentu apabila ukuran sampelnya sebesar n , dimana apabila nilai σ tidak diketahui, kita dapat menggunakan s dari sampel sebelumnya (untuk $n \geq 30$) yang memberikan estimasi terhadap σ , maka standar deviasinya adalah 0,25. Apabila peneliti ingin menggunakan tingkat presisi 5%, dan tingkat kepercayaan 95% dan error estimasi μ kurang dari 0,05. Karena $\alpha = 0,05$ maka $Z_{0,05} = 1,96$. Sehingga untuk menentukan ukuran sampelnya digunakan persamaan:

$$n = \left[\frac{Z_{\frac{\alpha}{2}} \times \sigma}{e} \right]^2$$

dimana

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat kepercayaan yang dipakai adalah 95% maka nilai Z yang dipakai adalah 1,96

σ = Standar deviasi populasi.

e = Kesalahan sampel yang dikehendaki (sampling error) 5%

Dengan demikian

$$n = \left[\frac{1,96 \times 0,25}{0,05} \right]^2 = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka didapat jumlah sampel sebesar 96. Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel penelitian adalah sebanyak 96 pelanggan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja dengan persyaratan sampel yang diperlukan yaitu pelanggan yang telah melakukan minimal 2 kali pembelian/mengonsumsi keripik Nenas di Desa Kualu Nenas.

Uji Validitas

Uji validitas angket adalah validitas item, yaitu untuk mengukur ketepatan suatu item, apakah item-item tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, Priyatno (2016:51). Item yang valid ditunjukkan dengan adanya korelasi yang signifikan antara item terhadap skor total item. Untuk menentukan suatu item layak digunakan atau tidak, dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05. Metode pengujian validitas item pada SPSS yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *corrected item-total correlation*. Menurut Priyatno (2016: 57) metode ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total item dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi (estimasi nilai yang lebih tinggi dari yang sebenarnya).

Setiap butir pertanyaan/pernyataan akan dikatakan valid apabila nilai r hitung dari *corrected item-total correlation* lebih besar dari r tabel. Nilai r tabel didapat dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel. Kemudian r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach's Alpha. Untuk penentuan instrumen reliabel atau tidak digunakan acuan nilai 0,6, menurut Priyatno (2016:60).

Korelasi Pearson (Product Moment)

Analisis Korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lain secara linier dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2010) dalam Priyatno (2014:79) pedoman untuk menginterpretasikan hasil koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

0,00-0,199	=	sangat rendah
0,20-0,399	=	rendah
0,40-0,599	=	sedang
0,60-0,799	=	kuat
0,80-1,00	=	sangat kuat

Sedangkan untuk menguji tingkat signifikansi hubungan variabel dilihat dari pengujian berdasarkan uji probabilitas yaitu: (1) Jika Probabilitas > 0,05, maka H_0 diterima. (2) Jika Probabilitas < 0,05, maka H_a diterima.

Hipotesis Penelitian

Menurut Sanusi (2011:44) hipotesis adalah kebenaran yang masih diragukan. Dengan kata lain hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H_0 : Tidak terdapat hubungan antara kinerja terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_1 : Terdapat hubungan antara kinerja terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_0 : Tidak terdapat hubungan antara kehandalan terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_2 : Terdapat hubungan antara kehandalan terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_0 : Tidak terdapat hubungan antara fitur terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_3 : Terdapat hubungan antara fitur terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_0 : Tidak terdapat hubungan antara daya tahan terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_4 : Terdapat hubungan antara daya tahan terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_0 : Tidak terdapat hubungan antara kesesuaian terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_5 : Terdapat hubungan antara kesesuaian terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_0 : Tidak terdapat hubungan antara desain terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.
- H_6 : Terdapat hubungan antara desain terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas menunjukkan ukuran tingkat kesahihan suatu instrument penelitian. Suatu instrument peneliti yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sedangkan instrument yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini digunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 24 untuk menganalisanya.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Adapun dalam penelitian ini menggunakan *degree of freedom* (df) = $n-2$. Nilai n menunjukkan jumlah responden 96, sehingga $df = n-2 = 96-2 = 94$. Dari hasil df , dapat ditentukan nilai r tabel dengan menggunakan signifikansi 0,05 (5%) yaitu 0,2006.

Jika hasil r hitung > r tabel (0,2006) maka valid

Jika hasil r hitung < r tabel (0,2006) maka tidak valid

Berdasarkan hasil perhitungan validitas dari semua item pertanyaan untuk variabel X dan variabel Y diperoleh pernyataan yang valid dan tidak valid. Item pernyataan yang tidak valid dibuang. Dan pernyataan yang valid saja yang diikutkan dalam perhitungan selanjutnya. Dari hasil perhitungan validitas pernyataan yang tidak valid yaitu X5.3 dan item pernyataan Y.12.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Item	Corrected Item-Total Correlation	r Tabel	Ket	Item	Corrected Item-Total Correlation	r Tabel	Ket
Kinerja.1	0,412	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 1	0,748	0,2006	Valid
Kinerja.2	0,571	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 2	0,679	0,2006	Valid
Kinerja.3	0,477	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 3	0,589	0,2006	Valid
Kinerja.4	0,468	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 4	0,612	0,2006	Valid
Kinerja.5	0,342	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 5	0,805	0,2006	Valid
Kinerja.6	0,502	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 6	0,758	0,2006	Valid
Kehandalan.1	0,751	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 7	0,780	0,2006	Valid
Kehandalan.2	0,756	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 8	0,744	0,2006	Valid
Kehandalan.3	0,658	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 9	0,472	0,2006	Valid
Kehandalan.4	0,816	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 10	0,618	0,2006	Valid
Kehandalan.5	0,837	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 11	0,723	0,2006	Valid
Kehandalan.6	0,729	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 13	0,476	0,2006	Valid
Fitur.1	0,573	0,2006	Valid	Kepuasan Pelanggan 14	0,428	0,2006	Valid
Fitur.2	0,718	0,2006	Valid				
Fitur.3	0,555	0,2006	Valid				
Fitur.4	0,580	0,2006	Valid				
Fitur.5	0,598	0,2006	Valid				
Fitur.6	0,678	0,2006	Valid				
Daya Tahan.1	0,603	0,2006	Valid				
Daya Tahan.2	0,532	0,2006	Valid				
Daya Tahan.3	0,587	0,2006	Valid				
Daya Tahan.4	0,419	0,2006	Valid				
Kesesuaian.1	0,673	0,2006	Valid				
Kesesuaian.2	0,563	0,2006	Valid				
Kesesuaian.4	0,591	0,2006	Valid				
Desain.1	0,448	0,2006	Valid				
Desain.2	0,636	0,2006	Valid				
Desain.3	0,404	0,2006	Valid				
Desain.4	0,639	0,2006	Valid				
Desain.5	0,627	0,2006	Valid				
Desain.6	0,602	0,2006	Valid				

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 24,0

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa 46 pernyataan mempunyai nilai r hitung > r tabel (0,2006) dan bernilai positif. Sehingga pernyataan diatas adalah valid.

Uji Reliabilitas

Metode uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha. Metode ini sangat cocok digunakan ada skor berbentuk skala. Pengujian reliabilitas menggunakan alat bantu Program SPSS versi 24.0, yang tertera pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kinerja (X ₁)	0,723	Reliabel
Kehandalan(X ₂)	0,910	Reliabel
Fitur(X ₃)	0,838	Reliabel
Daya Tahan(X ₄)	0,731	Reliabel
Kesesuaian(X ₅)	0,772	Reliabel
Desain(X ₆)	0,715	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,917	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 24

Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau (Dewi Sartika dan Agustin Basriani)

Berdasarkan tabel diatas nilai Cronbach Alpha untuk masing-masing variabel kinerja, kehandalan, fitur, daya tahan, kesesuaian, desain dan kepuasan pelanggan diatas 0,6. Sehingga semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat reliabel.

Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi Pearson digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel secara linier dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Adapun hasil nilai hubungan untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Korelasi Pearson

		Kinerja (X ₁)	Kehandalan (X ₂)	Fitur (X ₃)	Daya Tahan (X ₄)	Kesesuaian (X ₅)	Desain (X ₆)	Kepuasan Pelanggan
Kinerja (X ₁)	Pearson	1	.709**	.673**	.705**	.281**	.611**	.594**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.005	.000	.000
Kehandalan (X ₂)	N	96	96	96	96	96	96	96
	Pearson	.709**	1	.787**	.763**	.374**	.708**	.684**
	Correlation							
Fitur (X ₃)	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
	Pearson	.673**	.787**	1	.743**	.317**	.612**	.666**
Daya Tahan (X ₄)	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Kesesuaian (X ₅)	Pearson	.705**	.763**	.743**	1	.419**	.663**	.635**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
Desain (X ₆)	N	96	96	96	96	96	96	96
	Pearson	.281**	.374**	.317**	.419**	1	.342**	.299**
	Correlation							
Kepuasan Pelanggan	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.002	.000		.001	.003
	N	96	96	96	96	96	96	96
	Pearson	.611**	.708**	.612**	.663**	.342**	1	.677**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
	Pearson	.594**	.684**	.666**	.635**	.299**	.677**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS 24

Berdasarkan tabel 4 diketahui nilai korelasi antar variabel. Tanda bintang berjumlah dua artinya korelasi signifikan pada level 0,01 Angka koefisien korelasi yang diperoleh nilai korelasi bernilai positif (+) menunjukkan bahwa antara kedua variabel bersifat berbanding lurus, artinya peningkatan satu variabel akan diikuti oleh peningkatan variabel lain.

Tabel 5. Hubungan Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas

Hubungan	Koefisien Korelasi	Kategori	Probabilitas	Kesimpulan
Kinerja dengan kepuasan pelanggan	0,594	sedang	0,00	Signifikan
Kehandalan dengan kepuasan pelanggan	0,684	Kuat	0,00	Signifikan
Fitur dengan kepuasan pelanggan	0,666	Kuat	0,00	Signifikan
Daya Tahan dengan kepuasan pelanggan	0,635	Kuat	0,00	Signifikan
Kesesuaian dengan kepuasan pelanggan	0,299	rendah	0,03	Signifikan
Desain dengan kepuasan pelanggan	0,677	Kuat	0,00	Signifikan

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa: (1) Nilai korelasi Pearson antara variabel Kinerja dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau sebesar 0,594. Karena nilai korelasi berada di range 0,40-0,599, dengan taraf signifikansi 0,00. Maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja dengan kepuasan pelanggan adalah sedang. Karena nilai korelasi positif, maka hubungan yang terjadi adalah hubungan yang positif, yaitu jika kinerja meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. (2) Nilai korelasi Pearson antara variabel Keandalan dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau sebesar 0,684. Karena nilai korelasi berada di range 0,60-0,799, dengan taraf signifikansi 0,00. Maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara keandalan dengan kepuasan pelanggan adalah kuat. Karena nilai korelasi positif, maka hubungan yang terjadi adalah hubungan yang positif, yaitu jika keandalan meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. (3) Nilai korelasi Pearson antara variabel Fitur dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau sebesar 0,666. Karena nilai korelasi berada di range 0,60-0,799, dengan taraf signifikansi 0,00. Maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara fitur dengan kepuasan pelanggan adalah kuat. Karena nilai korelasi positif, maka hubungan yang terjadi adalah hubungan yang positif, yaitu jika fitur meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. (4) Nilai korelasi Pearson antara variabel Daya tahan dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau sebesar 0,635. Karena nilai korelasi berada di range 0,40-0,599, dengan taraf signifikansi 0,00. Maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara daya tahan dengan kepuasan pelanggan adalah kuat. Karena nilai korelasi positif, maka hubungan yang terjadi adalah hubungan yang positif, yaitu jika daya tahan meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. (5) Nilai korelasi Pearson antara variabel Kesesuaian dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau sebesar 0,299. Karena nilai korelasi berada di range 0,200-0,399, dengan taraf signifikansi 0,00. Maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kesesuaian dengan kepuasan pelanggan adalah rendah. Karena nilai korelasi positif, maka hubungan yang terjadi adalah hubungan yang positif, yaitu jika kesesuaian meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. (6) Nilai korelasi Pearson antara variabel Desain dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau sebesar 0,677. Karena nilai korelasi berada di range 0,60-0,799, dengan taraf signifikansi 0,00. Maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kinerja dengan kepuasan pelanggan adalah kuat. Karena nilai korelasi positif, maka hubungan yang terjadi adalah hubungan yang positif, yaitu jika desain meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

PENUTUP

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa: (1) Terdapat hubungan positif antara kinerja dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau; (2) Terdapat hubungan positif antara keandalan dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau; (3) Terdapat hubungan positif antara fitur dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau; (4) Terdapat hubungan positif antara daya tahan dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau; (5) Terdapat hubungan positif antara kesesuaian dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau; (6) Terdapat hubungan positif antara desain dengan kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati., 2009. *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima.*, Alfa Beta., Bandung.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*, edisi pertama. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Buchory, Herry Achmad dan Saladin, Djaslim. 2013. *Manajemen Pemasaran: Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya Bandung
- Gasperz, V. 2009. *Total Quality Manajemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Gramedia: Jakarta
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- , 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2010. *Prinsip Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: PT Erlangga.
- Kotler, Philip dan Lane, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyatno, Duwi. 2016. *SPSS Handbook*. Mediakom: Yogyakarta.
- Riduwan dan Akdon., 2013., *Rumus dan Data dalam Analisis Statistik untuk Penelitian.*, Alfa Beta., Bandung.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat: Jakarta.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran : Teori dan Implementasi*. Jogjakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran, Esensi & Aplikasi.*, Penerbit Andi., Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*. Jogjakarta: Penerbit Andi.