



**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PRODUK JENANG KAROMAH KUDUS**

SKRIPSI

Oleh:

Muchamad Abdul Rozak

170210301045

Pembimbing I : Drs. Joko Widodo, M.M.

Pembimbing II : Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd.

Penguji I : Dr. Sri Kantun M.Ed.

Penguji II : Lisana Oktavisanti Mardiyana, S.Pd., M.Pd.

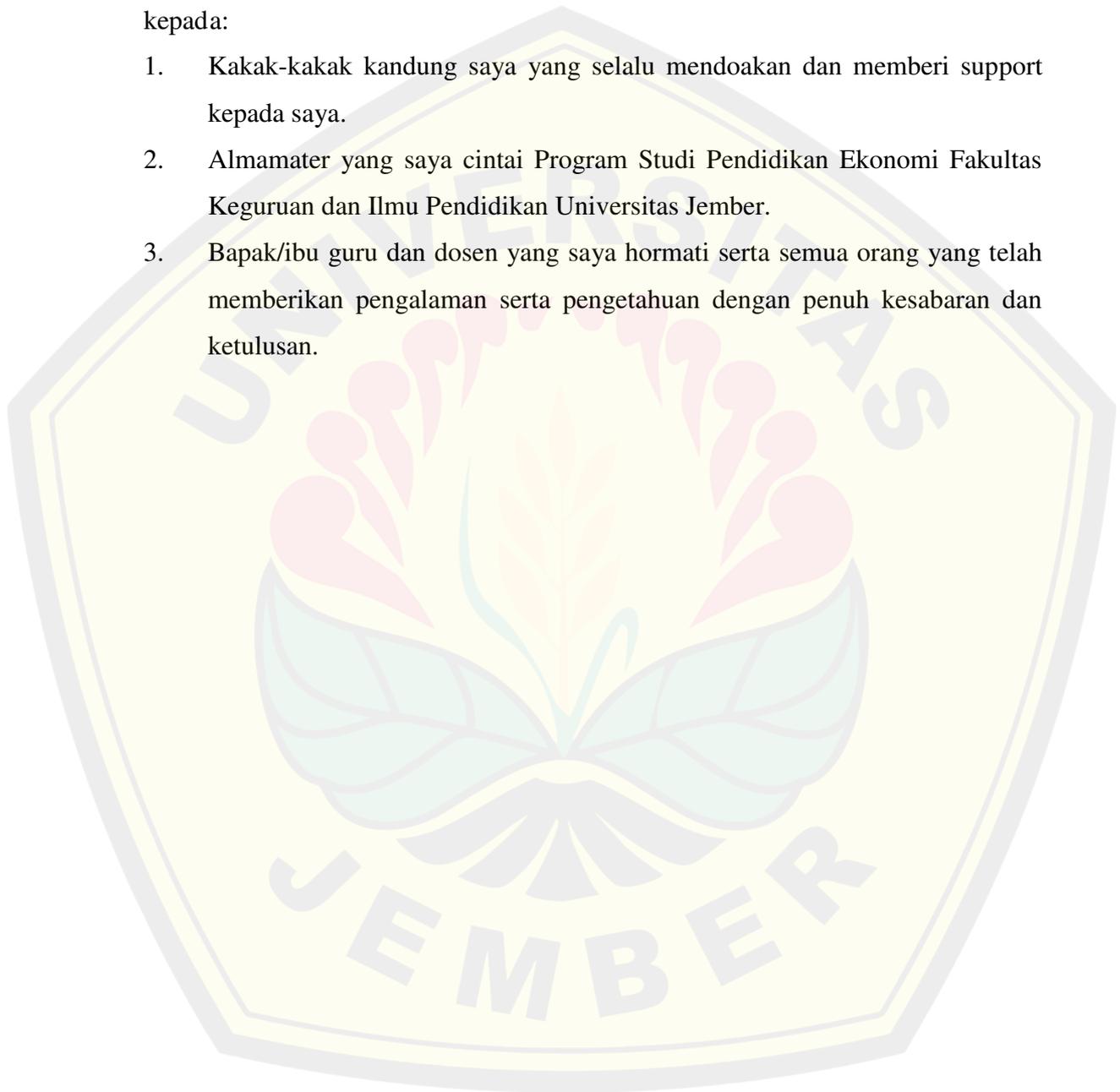
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2022

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas berkat dan rahmat Allah S.W.T. serta doa dari orang-orang selalu mendoakan saya sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kakak-kakak kandung saya yang selalu mendoakan dan memberi support kepada saya.
2. Almamater yang saya cintai Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
3. Bapak/ibu guru dan dosen yang saya hormati serta semua orang yang telah memberikan pengalaman serta pengetahuan dengan penuh kesabaran dan ketulusan.



MOTTO

“Hiduplah sebagaimana semaumu, tetapi ingat, bahwa engkau akan mati. Dan cintailah siapa yang engkau sukai, namun ingat, engkau akan berpisah dengannya. Dan berbuatlah seperti yang engkau kehendaki, namun ingat, engkau pasti akan menerima balasannya nanti.”¹

(Imam Ghazali)

“Tetapkan tujuan, tantang diri anda dan capai tujuan tersebut. Hiduplah dengan sehat dan hitunglah setiap waktu yang anda miliki. Bangkitlah mengatasi rintangan dan fokus pada yang positif.”²

(Robbert H. Goddard)

“Barangsiapa belum pernah merasakan pahitnya menuntut ilmu walau sesaat, ia akan menelan hinanya kebodohan sepanjang hidupnya”

(Imam Syafi'i)³

¹<https://www.bola.com/ragam/read/4289165/25-kata-kata-motivasi-islami-tentang-ilmu-menumbuhkan-semangat-belajar>

²<https://www.brilio.net/wow/60-kata-kata-motivasi-tokoh-terkenal-dunia-tentang-kehidupan-2001162.html>

³<https://www.bola.com/ragam/read/4289165/25-kata-kata-motivasi-islami-tentang-ilmu-menumbuhkan-semangat-belajar>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muchamad Abdul Rozak

NIM : 170210301045

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya cantumkan sumbernya dan belum diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas kebenaran dan keabsahan isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun dan bersedia mendapat sanksi akademik apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 04 Oktober 2022

Yang menyatakan

Muchamad Abdul Rozak

170210301045

PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PRODUK JENANG KAROMAH KUDUS**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh:

Nama Mahasiswa : Muchamad Abdul Rozak
NIM : 170210301045
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2017
Tempat, Tanggal Lahir : Kudus, 14 April 1999

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Drs. Joko Widodo, MM.
NIP. 19600217 198603 1 003

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19880721 201504 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Jenang Karomah Kudus”. Telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal :

Tempat : Gd. 1- FKIP

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Joko Widodo, M.
NIP. 19600217 198603 1 003

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd
NIP. 19880721 201504 1 001

Anggota I,

Anggota II,

Dr. Sri Kantun, M.Ed
NIP. 19581007 19860 2 001

Lisana Oktavisanti M, S.Pd., M.Pd.
NRP. 760016847

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Dr. Bambang Soepeno, M.Pd
NIP. 19600612 198702 1 001

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus: Muchamad Abdul Rozak, 170210301045: 2022: 57 Halaman: Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang dikenal dengan keaneragaman kulinernya, ada banyak sekali jenis kuliner di Indonesia, mulai dari kuliner dengan cita rasa asin, manis, pedas hingga asam. Berbagai jenis produk makanan menjadikan konsumen harus lebih berhati-hati untuk memilih dan membeli produk makanan. Kualitas produk yang baik akan lebih disukai konsumen, karena kualitas produk berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan tercapai ketika konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli. Ketika konsumen puas dengan sebuah produk pasti akan berdampak positif bagi para produsen.

Seiring berkembangnya zaman industri pengolahan pangan di Indonesia menjadi semakin banyak dan bervariasi, banyaknya industri pengolahan makanan di Indonesia tidak lepas dengan yang namanya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Pada tahun 2018 saja jumlah bisnis atau usaha kuliner di Indonesia mencapai jumlah 5.5 juta unit atau sekitar 67.66% dari jumlah 8.20 juta usaha yang bergerak pada bidang ekonomi kreatif, data tersebut diambil dari Badan Ekonomi Kreatif atau biasa dikenal dengan Bekraf tahun 2018.

Kabupaten Kudus merupakan salah satu kabupaten di Indonesia dengan banyak UMKM yang bergerak pada bidang kuliner, salah satu bentuk UMKM di Kabupaten Kudus yang bergerak pada bidang kuliner adalah usaha oleh-oleh. Oleh-oleh yang terkenal dari Kabupaten Kudus ialah jenang, jenang banyak diproduksi dan dijual di Kudus. Daerah Kaliputu merupakan sentra produksi jenang di Kabupaten Kudus, salah satu usaha produksi jenang di Kudus ialah Jenang Kudus Karomah. Jenang Kudus Karomah selalu mengutamakan kualitas produknya, karena dengan kualitas produk yang baik akan menjadikan

konsumennya puas dan melakukan pembelian ulang. Pemilihan bahan baku menjadi kunci terciptanya jenang yang berkualitas, selain itu harus ada takaran yang pas agar rasa jenang konsisten dari waktu ke waktu. Kualitas produk jenang yang dihasilkan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang membelinya.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Metode penentuan lokasi menggunakan metode *purposive area* dan penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu konsumen Jenang Kudus Karomah yang telah melakukan pembelian lebih dari dua kali dengan jumlah konsumen 40 orang. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, angket tertutup dengan skala likert, dan wawancara terstruktur

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Jenang Kudus Karomah hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan Jenang Kudus Karomah menunjukkan angka sebesar 0.608, ini artinya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 60.8% sedangkan sisanya 39.2% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, lokasi dan faktor pribadi, selain itu dalam penelitian memiliki nilai uji t variabel kualitas produk (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) dengan hasil t_{hitung} sebesar 2.488, ini artinya t_{hitung} mempunyai nilai lebih besar daripada t_{tabel} yaitu sebesar 2021. Nilai signifikansi dalam tabel diatas 0.000 lebih kecil dari 0.05 hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis dapat diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) Jenang Kudus Karomah.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus” Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Soepeno, M. Pd selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
2. Dr Sumardi, M. Hum. selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS.
3. Dr. Retna Ngesti Sedyati, M.P. selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan IPS.
4. Wiwin Hartanto, S.Pd. M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jember.
5. Drs. Joko Widodo, M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran guna memberikan bimbingan demi selesainya penyusunan skripsi ini, serta Dr. Sri Kantun M.Ed. selaku Dosen Penguji Utama dan Lisana Oktavisanti Mardiyana, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Penguji Anggota yang telah memberikan kritikan dan masukan pada skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember yang telah banyak memberikan banyak pengalaman dan ilmu yang bermanfaat.
7. Kakak-kakak kandung telah memberikan memberikan support dan doa demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman Program Studi Pendidikan Ekonomi khususnya angkatan 2017 dan Universitas Jember yang telah memberikan banyak pengalaman yang berharga selama ini

9. Semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritikan dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini, akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 04 Oktober 2022

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kajian Teori tentang Kualitas Produk	8
2.2.1 Dimensi Kualitas Produk	9
2.2.2 Pentingnya Kualitas Produk.....	13
2.3 Kepuasan Konsumen.....	14
2.3.1 Konsep Kepuasan Konsumen	16
2.3.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	17
2.3.3 Sebab-Sebab Munculnya Ketidakpuasan.....	18
2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen....	19
2.5 Kerangka Berpikir.....	20

2.6 Hipotesis Penelitian	20
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Rancangan Penelitian.....	21
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	21
3.3 Objek Penelitian.....	21
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.4.1 Populasi Penelitian.....	22
3.4.2 Penentuan Sampel.....	22
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.6 Jenis Data dan Sumber data	23
3.6.1 Jenis Data.....	23
3.6.2 Sumber Data.....	24
3.7 Metode Pengumpulan Data	24
3.8 Metode Pengolahan Data	25
3.8.1 Editing	25
3.8.2 Skoring	25
3.9 Uji Instrumen Penelitian	26
3.9.1 Uji Validitas	26
3.9.2 Uji Reliabilitas	26
3.10 Metode Analisis Data.....	27
3.10.1 Analisis Inferensial	27
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Hasil Penelitian	31
4.2 Data Pendukung.....	31
4.2.1 Sejarah Pusat Jenang Kudus Karomah.	31
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
6. Kesimpulan.....	54
7. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 1.1 Daftar Pusat Pertokoan Jenang di Kudus.....	66
Tabel 4.1 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.2 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.3 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X).....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X).....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	41
Tabel 4.8 Kriteria untuk r Hitung.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Klomogrov-Smirnov.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas.....	44
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	45
Tabel 4.12 Hasil Varian Garis Regresi.....	46
Tabel 4.13 Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	47
Tabel 4.15 Hasil Pengukuran Koefisien Determinasi.....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.2 Kerangka Berpikir Penelitian.....	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pusat Jenang Kudus Karomah.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner	58
Lampiran 2. Lembar Wawancara.....	64
Lampiran 3. Tabel Daftar Pusat Pertokoan Jenang di Kudus	66
Lampiran 4. Matrik Penelitian	67
Lampiran 5. Hasil Tabulasi Variabel	69
Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif	72
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas	76
Lampiran 8. Uji Normalitas	79
Lampiran 9. Uji Linearitas	80
Lampiran 10. Analisis Inferensial.....	81
Lampiran 11. r Tabel.....	82
Lampiran 12. t Tabel.....	83
Lampiran 13. Transkrip Wawancara	84
Lampiran 14 Data Responden.....	93
Lampiran 15. Dokumentasi Penelitian.....	94
Lampiran 16. Biodata Peneliti	101

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan industri pengolahan bahan pangan di Indonesia yang didukung oleh sumber daya alam berupa hewani dan tumbuhan dapat menciptakan aneka produk pangan yang dapat dihasilkan dari sumber daya alam lokal dan regional. Sekarang ini, terdapat produk makanan yang berjumlah banyak di Indonesia yang terdiri dari berbagai jenis makanan lokal yang pengolahannya menggunakan cara tradisional. Sehingga jumlah dan jenis produk berupa makanan semakin meningkat dan beranekaragam. Globalisasi memudahkan para produsen dalam mengenalkan dan memasarkan produknya pada para pembeli. Pembeli atau konsumen harus lebih berhati-hati ketika memilih produk yang mau dibeli, produk dengan kualitas baik akan lebih disukai para konsumen. Indikator pembentuk kualitas produk lain, keberagaman ukuran produk, kemudahan dalam penggunaan kejelasan dari fungsi produk tersebut dan daya tahan (Kotler dan Amstrong, 2001:354)

Pelanggan memegang peranan penting dalam sebuah perekonomian, oleh karena itu keberadaan pelanggan sangat diperhatikan oleh produsen. Produsen yang baik akan menjual hasil produknya dengan kualitas yang tinggi. Hal itu sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan konsumen yang menggunakan produk tersebut. Ketika konsumen puas dengan sebuah produk pasti akan berdampak positif bagi para produsen. Setiap perusahaan atau produsen pasti ingin memberikan yang terbaik untuk konsumen, apalagi di masa seperti ini, dimana perusahaan dituntut untuk bersaing. Hal ini dikarenakan banyaknya pesaing bisnis mengeluarkan produk berupa barang atau jasa yang serupa. Maka dari itu para produsen harus berlomba-lomba menciptakan produk dengan kualitas terbaik agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

Berbagai macam bidang usaha menjamur dimana-mana, hal ini merupakan salah satu bentuk cara untuk mempertahankan eksistensi usaha di masa globalisasi seperti saat ini. Salah satu bentuk bidang usaha yang banyak digeluti sekarang ini

adalah bidang berupa oleh-oleh khas daerah. Bisnis oleh-oleh khas daerah menjadi salah satu primadona para pebisnis atau produsen, seperti diketahui, setiap daerah di Indonesia memiliki keunikan sendiri-sendiri. Keunikan ini terlihat dari budayanya, bahasanya, pakaiannya, hingga makanannya khas daerah. Banyaknya tempat wisata pada setiap daerah juga menjadi salah satu alasan mengapa bisnis oleh-oleh khas daerah diminati oleh banyak orang. Wisatawan yang mengunjungi suatu daerah hanya karena oleh-oleh khas daerahnya. Dengan demikian bisnis oleh-oleh menjadi peluang besar bagi suatu daerah destinasi wisata. Wisatawan tidak akan segan mengeluarkan uang untuk membeli oleh-oleh khas daerah yang dikunjungi.

UMKM berperan penting dalam berjalannya bisnis usaha oleh-oleh. Setiap kota atau kabupaten yang ada di Indonesia tentunya mempunyai oleh-oleh khas masing-masing. Salah satunya adalah Kudus, yang merupakan sebuah kabupaten kecil di provinsi Jawa Tengah Kabupaten Kudus menjadi salah satu daerah di Indonesia dengan jumlah pelaku UMKM yang cukup banyak, sebagian besar usaha pengolahan makanan di Kabupaten Kudus merupakan usaha makanan kecil, tetapi ada juga industri besar. Umumnya industri makanan kecil masih ada memakai cara tradisional yang menjadikan kualitas produknya masih beranekaragam dan tidak sepenuhnya sesuai dengan standar mutu dan kualitas yang sudah ditetapkan. Permasalahan yang dihadapi produsen produk makanan ialah permasalahan mutu atau kualitas makanan yang belum memenuhi kebutuhan masyarakat. Kontrol kualitas makanan baik dalam industri kecil maupun besar sangat mutlak diperlukan. Berbagai macam bisnis kuliner berkembang pesat di Indonesia, salah satu bentuknya adalah usaha oleh-oleh makanan khas daerah. Sejak dahulu kala Negara Indonesia terkenal akan keanekaragaman hayati dan budaya. Keberagaman budaya di Indonesia yang bermacam-macam menjadikan Indonesia mempunyai banyak ciri khas di tiap daerahnya. Banyaknya jenis makanan atau kuliner yang terbentang dari barat ke timur Indonesia yang melekat dengan kehidupan para warganya yang harmonis. Jenang menjadi salah satu makanan khas daerah di Indonesia lebih tepatnya Kabupaten Kudus. Berikut adalah daftar tabel pusat pertokoan jenang yang ada di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan tabel 1.1 yang terdapat di lampiran halaman 66 ada sekitar sembilan belas pusat jenang yang berada di Kabupaten Kudus, dan dapat diketahui bahwa Kudus memiliki pusat pertokoan jenang sebagai pusat oleh-oleh di Kabupaten Kudus. Proses pembuatan jenang memakan waktu yang cukup lama, sekitar empat jam adonan jenang diaduk secara terus menerus hingga kental secara merata. Hingga saat ini semua proses pembuatan dilakukan secara tradisional, hal ini dilakukan untuk mempertahankan rasa, meskipun ada beberapa produsen yang sudah menggunakan mesin dalam proses pembuatannya. Oleh-oleh ini sangat melekat dengan kehidupan warga Kudus, tidak heran jika banyak warga Kudus yang berprofesi sebagai pembuat dan penjual jenang. Daerah Kaliputu menjadi daerah sentra pembuatan jenang di Kabupaten Kudus, salah satu produsen jenang yang terkenal disana adalah Pusat Jenang Kudus Karomah. Pada awalnya usaha Jenang Karomah didirikan oleh Bapak Dahwan dan istrinya Ibu Maskuni pada tahun 1973, pada saat ini usaha Jenang Karomah dilanjutkan oleh putranya yaitu Bapak Zaenal Arifin S.Ag.

Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk, dan lain-lain (Zeithalm, 1988 dalam Kotler, 2009). Kualitas yang terdiri dari jasa, manusia, lingkungan, produk, dan proses. Kualitas adalah keadaan yang berubah-ubah, contohnya seperti produk dengan berkualitas di masa sekarang mungkin dianggap tidak berkualitas lagi dimasa yang akan datang. Dalam proses pembuatan Jenang Karomah Kudus perlu mengedepankan kualitas produk hal itu dapat dilakukan dengan menggunakan bahan-bahan dalam yang mempunyai kualitas baik, dengan bahan yang berkualitas diharapkan nantinya menghasilkan jenang yang berkualitas baik pula, mempunyai rasa yang enak dan beraroma khas jenang yang legit, serta tahan lama dalam hitungan bulan. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kualitas produk guna mencapai kepuasan konsumen. Baik dan tidaknya kualitas jenang akan berpengaruh dengan kepuasan konsumen yang membelinya. Kepuasan konsumen adalah bagian dari pengalaman pelanggan. Berdasarkan pengalaman konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh pelanggan cenderung membangun nilai identifikasi. Nilai ini mempengaruhi

konsumen untuk membandingkan produk tersebut dengan produk kompetitor yang pernah dibeli sebelumnya. Ketika produsen memproduksi sebuah produk diharapkan berkualitas baik dan memenuhi harapan konsumen sehingga pada akhirnya memberikan nilai yang maksimal dalam mencapai kepuasan bagi konsumen. Semakin banyak harapan konsumen terpenuhi, tentu saja semakin banyak pelanggan yang semakin puas. Perusahaan perlu memiliki strategi untuk mempertahankan pelanggan dalam menjual produknya, apabila pelanggan merasa puas dengan sebuah produk maka pelanggan tersebut akan melakukan pembelian dilain waktu, untuk menciptakan kepuasan konsumen produsen harus mampu menghasilkan produk dengan mutu atau kualitas yang bagus diimbangi dengan harga yang pantas dengan kualitas produk yang dihasilkan.

Pada masa seperti sekarang ini produsen harus mempunyai metode jitu agar usahanya tetap eksis dan dikenal oleh konsumen, Jenang Kudus Karomah merupakan salah satu dari puluhan toko jenang di Kudus yang masih berdiri hingga saat ini, hal tersebut membuktikan bahwa Jenang Kudus Karomah mampu mempertahankan kualitas produknya hingga saat ini. Oleh sebab itu peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus"**.

1.2 Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Jenang Karomah Kudus?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan kualitas produk dengan kepuasan konsumen produk Jenang Karomah Kudus.

1.4 Manfaat

Penelitian ini mempunyai manfaat ialah sebagai berikut :

1. Bagi Perguruan Tinggi

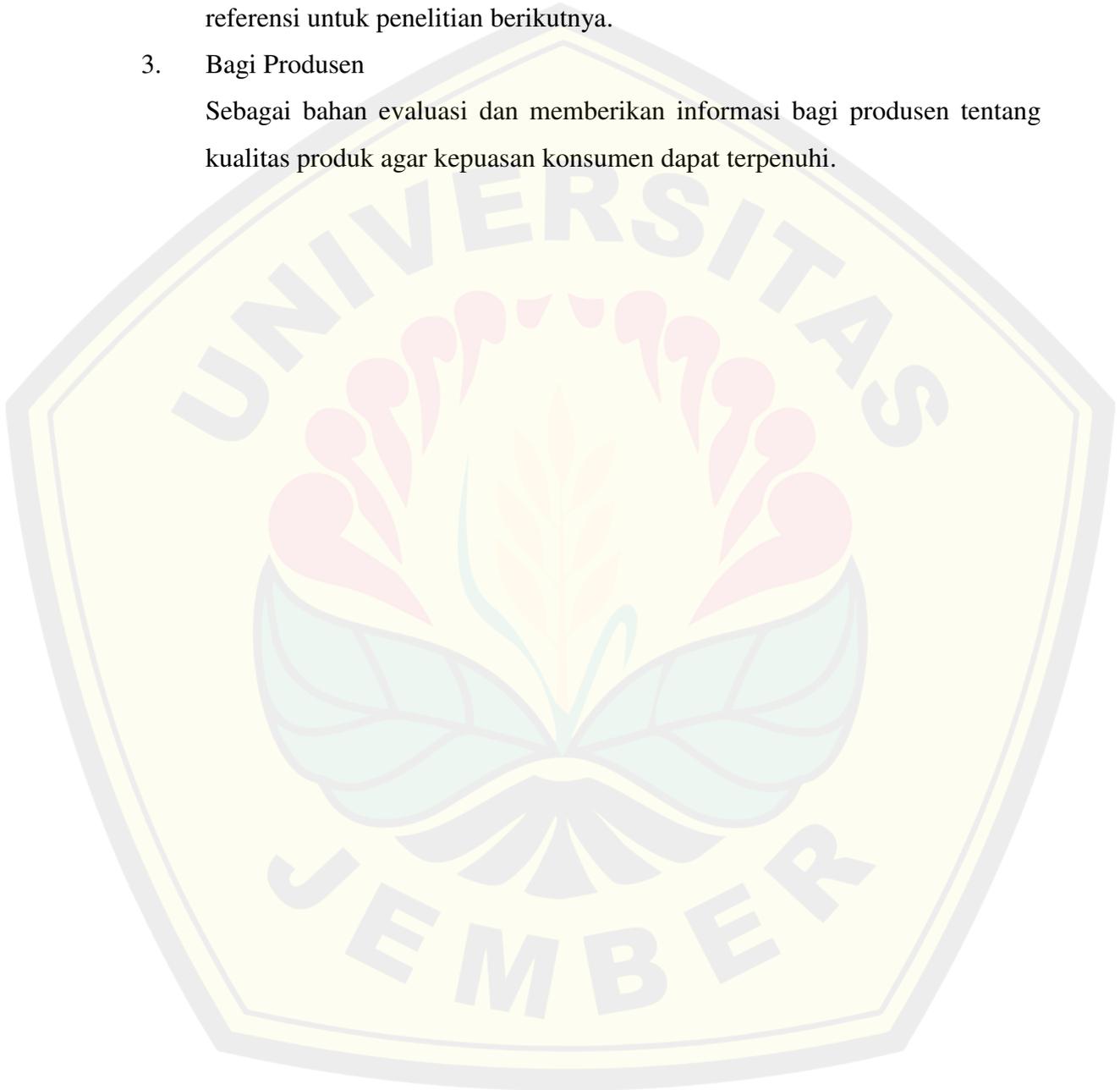
Penelitian ini dapat diharapkan bisa menjadi tambahan referensi dan bermanfaat bagi para mahasiswa Universitas Jember

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat diharapkan berkontribusi ilmiah pada kajian pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen serta dijadikan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.

3. Bagi Produsen

Sebagai bahan evaluasi dan memberikan informasi bagi produsen tentang kualitas produk agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu mengenai kepuasan konsumen yang dapat dijadikan sebagai pedoman untuk mengembangkan ide kerangka berpikir dalam penelitian ini. Disamping untuk mengetahui adanya persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sebagai penelitian yang bisa menumbuhkan pengetahuan berpikir bagi peneliti, berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu :

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil
1	Dewi Sartika dan Agustin Basriani (2017)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas Di Desa Kualu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau	Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa pengaruh terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau sebesar 64,90 %. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.
2	Susanto Doni Putra, Seno, dan Anwar (2017)	Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo)	Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Susanto Doni Putra, Seno, dan Anwar pada tahun 2017, dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 61,9%.

No.	Nama	Judul	Hasil
3	Muhammad Saif (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pelanggan Makanan Napoleon	Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Saif pada tahun 2018 ketahui bahwa 61% Kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan yang mana angka ini cukup besar di bandingkan faktor-faktor lainnya yang hanya berpengaruh 39%.
4	Yessica Rachel Wibowo (2018)	Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Makanan Gethuk Marem Di Magelang	Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yessica Rachel Wibowo pada tahun 2018 menghasilkan bahwa kualitas produk citra merek dan, harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pembelian Gethuk Marem di Magelang sebesar 62,2%
5	Putu Yuli Wulandari (2022)	Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Skai Restoran Hotel Padma Resort Legian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk makanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 60,6% dan variabel tingkat kematangan (X) merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai beta sebesar 0,303.

Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti. Hampir semua penelitian terdahulu mempunyai kesamaan yaitu sama-sama mempunyai variabel kualitas produk atau makanan sebagai variabel bebas dan mempunyai variabel kepuasan konsumen sebagai variabel terikat, meskipun ada beberapa penelitian yang mempunyai variabel bebas lain seperti penelitian yang dilakukan oleh (Fitiasshintia dan Tina Melinda, 2018) (Susanto Doni Putra, Seno, dan Anwar, 2017) (Yessica Rachel Wibowo, 2018) yang mempunyai variabel harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas. Sedangkan perbedaan penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu terletak pada objek penelitiannya.

2.2 Kajian Teori tentang Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2004:354) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan kinerja dan fungsinya yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas atau mutu produk menjadi hal penting yang wajib dimiliki oleh sebuah produk, sehingga perusahaan dituntut untuk menciptakan produk dengan kualitas yang baik agar mampu menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar. Kualitas memiliki berbagai macam pengertian bagi setiap orang, karena adanya perbedaan persepsi pada setiap manusia dalam menyimpulkan arti sebuah kualitas. Kualitas adalah sejauh mana produk mematuhi karakteristik yang dinyatakan. Produk merupakan sekumpulan atribut fisik berwujud yang dikelompokkan ke dalam bentuk yang dapat diidentifikasi. Sementara ukuran kualitas atau mutu produk adalah seberapa puas konsumen, tidak hanya suatu produk dapat berarti bahwa produk itu berfungsi sebagai fungsi bagaimana produsen dapat mendukung pendapat pelanggan tentang produk mereka. Detail kemasan produk, label, merek dagang, garansi, dan layanan merupakan bagian dari keseluruhan konsep produk.

Kualitas mempunyai kriteria yang banyak, tergantung dari konteksnya, oleh karena itu didalam penelitian ini akan dimasukkan beberapa definisi tentang kualitas dari beberapa ahli yang sudah terkenal. Joseph M.Juran, Philip B. Crosby, dan W.Edwards Deming (Yamit, 2010:8). M. Juan berpendapat bahwa kualitas

merupakan semua kebutuhan dan keinginan konsumen. Crosby mendeskripsikan kualitas adalah bentuk kesempurnaan, tidak memiliki kecacatan dan memenuhi dalam sebuah persyaratan.

Produk merupakan bentuk jasa atau barang yang dihasilkan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Secara umum produk yang dibeli oleh konsumen terdiri dari bermacam-macam bentuk dan manfaat, konsumen akan memilih jenis produk sesuai dengan jenis kebutuhan masing-masing. Kualitas adalah keadaan yang selalu berubah, contohnya seperti produk yang berkualitas dimasa sekarang mungkin dianggap tidak berkualitas lagi dimasa yang akan datang. Menurut Feingenbaum (2000:6) kualitas produk ialah keseluruhan gabungan karakteristik produk dari rekayasa, pemasaran, pemeliharaan dan pembuatan yang menjadikan produk yang digunakan dapat memenuhi ekspektasi atau harapan konsumen. Jadi kualitas produk ialah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk berupa barang atau jasa dan digunakan untuk memenuhi ekspektasi atau harapan-harapan konsumen.

2.2.1 Dimensi Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008:34) kualitas produk terdiri dari beberapa dimensi yakni:

1. Hasil Produk (*Performance*)

Ciri khas pokok dalam sebuah produk utama yang mempunyai manfaat bagi konsumen merupakan pengetahuan dari hasil produk. Hasil produk sangat berpengaruh dalam mempengaruhi konsumen ketika memilih sebuah produk karena berhubungan erat dengan manfaat yang nantinya akan dinikmati oleh konsumen.

2. Keistimewaan Tambahan atau Ciri-Ciri Produk (*Features*)

Keistimewaan sebuah produk adalah karakteristik tambahan dari sebuah produk, karakteristik sebuah produk bisa digunakan sebagai ciri khas atau pembeda yang menjadi pembeda sebuah produk dengan produk yang sama lainnya. Keistimewaan sebuah produk mempunyai pengaruh dengan tingkat kepuasan konsumen yang menggunakan produk tersebut.

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan berkaitan erat dengan kegagalan atau berhasil dan tidaknya sebuah produk menjalankan fungsinya dalam waktu tertentu.

4. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance*)

Conformance berhubungan dengan spesifikasi atau tingkat kesesuaian produk yang sudah ditentukan sebelumnya menurut harapan para konsumen atau pelanggan. Kesesuaian mempunyai peran penting dalam menentukan kualitas produk, karena dengan tingkat kesesuaian produk produsen dapat mengetahui bagaimana kualitas produknya dimata para konsumen.

5. Daya Tahan (*Durability*)

Daya tahan adalah bentuk ketahanan suatu produk dalam waktu tertentu. Daya tahan berhubungan dengan lamanya sebuah produk dapat dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen.

6. Kegunaan (*Service Ability*)

Service Ability meliputi beberapa hal, salah satunya adalah tingkat pelayanan perbaikan barang, yang berhubungan dengan kemudahan, kecepatan dan keakuratan dalam merespon keluhan konsumen.

7. Estetika (*Aesthetic*)

Aesthetic berhubungan dengan daya tarik suatu produk, daya tarik ini sangatlah penting karena dengan daya tarik yang bagus akan membuat produk menjadi lebih menarik dimata para konsumen

8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

Hal ini terdiri dari reputasi produk, tanggung jawab, dan cita rasa produk yang dilakukan produsen terhadap produknya.

Salah satu dari faktor terpenting yang patut dipertimbangkan produsen ialah kualitas produk. Konsumen akan merasa puas jika hasil ulasan konsumen memperlihatkan bahwa produk yang digunakan oleh mereka mempunyai mutu yang baik. Produsen dalam menghasilkan perlu memerhatikan kualitasnya tidak hanya produk jasa saja yang lebih mengutamakan sebuah kualitas, salah satu bentuk produk yang juga mengedepankan sebuah kualitas adalah produk makanan. Kualitas makanan mempunyai peran yang signifikan dalam menilai

kepuasan pelanggan. Kualitas makanan berhubungan erat dengan alat dan penggunaan bahan-bahan dalam pembuatan makana tersebut, dengan komposisi dan alat yang berkualitas tinggi produsen berharap akan menghasilkan produk makanan yang mempunyai kualitas yang tinggi pula. Menurut Edwin dan Margareta (2012:69), kualitas dalam makanan mempunyai peran penting dalam keputusan pembelian oleh pembeli, dan dapat diketahui bahwa dengan meningkatnya kualitas makanan maka tingkat pembelian dan kepuasan konsumen juga meningkat.

Menurut Marsum (2005:159), ada beberapa hal yang yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur kualitas produk makanan yakni :

1. Rasa

Rasa mempunyai sifat yang relatif artinya setiap pembeli mempunyai penilaian yang berbeda-beda. Pentingnya Jenang Kudus Karomah untuk menjaga cita rasa guna meningkatkan kualitas produknya. Jenang yang enak pada umumnya mempunyai rasa yang manis legit dan gurih, rasa manis didapat dari gula kelapa, sedangkan rasa gurih didapat dari santai kelapa tua. Agar jenang mempunyai rasa bervariasi, dapat ditambahkan bahan-bahan penunjang yang akan dicampurkan dalam pembuatan jenang antara lain margarine, wijen, vanili, aroma rasa (essence), kacang tanah, kacang kedelai, kacang hijau, ketan hitam. Bahan-bahan penunjang tersebut diperoleh langsung dari pasar terdekat. Untuk margarine, wijen, vanili, aroma rasa (essence) dipilih dengan kriteria masih bisa digunakan atau belum kadaluarsa. Sedangkan untuk bahan kacang dan ketan dipilih dengan kriteria kondisi masih bagus, tidak cacat, warna tidak pudar, dan tidak terdapat kutu.

2. Warna

Selain rasa, warna dalam sebuah produk juga mempunyai peran penting untuk menarik konsumen. Setiap makanan mempunyai ciri khas masing-masing, warna menjadi salah satu ciri khas sebuah makanan atau produk. Kesesuaian warna, bentuk dan rasa merupakan beberapa hal perlu produsen perhatikan. Warna jenang pada umumnya berwarna coklat gelap, namun seiring berkembangnya zaman ada beberapa warna rasa jenang yang menyesuaikan dengan rasanya seperti warna

hijau untuk rasa kacang hijau, warna hitam untuk rasa kacang hitam, warna keputihan untuk rasa susu, warna kekuningan untuk rasa durian dan warna cokelat untuk rasa original, nangka serta moka. Warna asli cokelat dalam jenang timbul dari bahan baku gula kelapa dan reaksinya karamelisasi yang terjadi ketika gula dimasak atau dipanaskan diatas tungku api.

3. Daya Tahan

Daya tahan adalah bentuk ketahanan suatu produk dalam waktu tertentu. Daya tahan berhubungan dengan lamanya sebuah produk dapat dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen. Pada umumnya jenang hanya mampu bertahan dua sampai empat bulan karena tidak menggunakan pengawet buatan dan hanya mengandalkan pengawet alami berupa penggunaan gula kelapa dan gula pasir. Gula pasir dapat menjadi bahan pengawet karena memiliki sifat higroskopis atau menyerap air sehingga sel-sel bakteri akan dehidrasi dan akhirnya mati. Penggunaan gula sebagai pengawet disebut penggulaan. Penggunaannya bisa ditaburkan atau dicampur dan dilarutkan dengan bahan makanan atau minuman yang akan diawetkan. Contoh produk yang diawetkan dengan penggulaan adalah manisan, selai, dan dodol serta jenang.

4. Kemasan

Sebelum disajikan, makanan harus ditata dengan rapi agar sedap dipandang mata. Secara tidak langsung makanan yang disusun dengan rapi akan menimbulkan daya tarik atau selera bagi para konsumen yang melihatnya. Daya tarik tersebut diharapkan konsumen akan lebih memilih produk yang menarik perhatian secara visual. Selain bentuk dan rasa tampilan jenang yang bagus akan lebih menarik konsumen untuk mencobanya. Daya tarik visual juga berhubungan dengan kemasan yang digunakan dalam sebuah produk, kemasan yang bagus akan menjadikan sebuah produk menjadi lebih menarik. Berikut ini adalah jenis dan ukuran berat kemasan Jenang Kudus Karomah :

- Kemasan Jenang Kudus Karomah dengan rasa Ketan Hitam dan Kacang
- Kemasan karton kecil seberat 0,25 kg
- Kemasan karton sedang seberat 0,5 kg
- Kemasan karton besar seberat 1 kg

- Kemasan plastik mika berukuran kecil seberat 250 gram
- Kemasan plastik mika berukuran sedang seberat 500 gram
- Kemasan plastik mika berukuran besar seberat 1 kg
- Kemasan Jenang Kudus dengan rasa *Essence*
- Kemasan karton kecil seberat 250 gram
- Kemasan karton sedang seberat 500 gram
- Kemasan karton besar seberat 1 kg
- Kemasan plastik mika berukuran kecil seberat 250 gram
- Kemasan plastik mika berukuran sedang seberat 500 gram
- Kemasan plastik mika berukuran besar seberat 1 kg
- Kemasan kertas seberat 250 gram

5. Ukuran

Menyajikan makanan perlu memperhatikan ukuran, agar konsumen tidak kesusahan dalam mengonsumsinya. Ukuran yang dimaksud adalah bentuk potongan makanan yang akan dihidangkan. Potongan atau ukuran makanan yang baik adalah yang bervariasi menyesuaikan dengan keinginan konsumen yang ingin menyantapnya. Jenang dipotong-potong dengan berat 18.1 gram, hal tersebut dilakukan agar jenang dapat dengan mudah dinikmati oleh konsumen, selain itu juga terdapat beberapa ukuran jenang seperti 250 gram dan ukuran besar satu tampah yang biasanya pesan untuk acara seperti lamaran atau pernikahan.

2.2.2 Pentingnya Kualitas Produk

1. Reputasi perusahaan akan meningkat jika produk yang diciptakan perusahaan mempunyai kualitas yang tinggi. Perusahaan itu sendiri akan mendapatkan reputasi yang baik di kalangan pembeli untuk produk-produknya yang terkenal.
2. Penghematan biaya, perusahaan tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Fokus perusahaan (kepuasan pelanggan) adalah jenis, variasi dan kuantitas produk yang dihasilkan untuk memenuhi harapan konsumen adalah sebagai berikut:

a. Meningkatkan Pangsa

Pasar adalah salah satu cara jika minimalisasi biaya tercapai atau jika perusahaan menjaga harga tetap rendah meskipun kualitas adalah yang terpenting.

b. Dampak Internasional

Hasil produk yang berkualitas jika promosikan dengan baik dan benar maka dapat diterima oleh pasar lokal ataupun pasar internasional

c. Adanya Tanggung Jawab dari Produk

Ada banyak persaingan untuk kualitas produk yang telah disahkan, sehingga perusahaan akan dituntut untuk bertanggung jawab atas proses pengembangan dan distribusi.

d. Tampilan Produk

Ketika kualitas produk sudah diketahui konsumen, bagaimana produsen bisa terus mempertahankan produknya agar tetap dipercaya oleh pembeli.

e. Mewujudkan Kualitas yang dirasa Penting

Bukan soal harga, tapi konsumen bisa membayar harga lebih tinggi asalkan mendapatkan kualitas yang baik, yang membuat kualitas produk menjadi kompetitif saat ini.

2.3 Kepuasan Konsumen

Tujuan dalam berbisnis adalah untuk mempertahankan dan menciptakan konsumen. Dalam sudut pandang klasik, konsumen merupakan pihak yang membeli sekaligus mengonsumsi produk tersebut. Semua pekerjaan manajemen mengarah ke tujuan yang utama, yakni menciptakan kepuasan para konsumen. Kepuasan ialah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dengan ekspektasinya (Oliver, 1980:77). Tjiptono (2001:112) berpendapat bahwa kepuasan ialah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan persepsinya terhadap kinerja atau hasil produk dengan harapannya. Selain itu, Tjiptono (2001:122) mengemukakan bahwa “Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai penilaian setelah melakukan pembelian, yang nantinya pilihan lain yang dipilih setidaknya memberikan hasil

yang sama atau melebihi ekspektasi konsumen, dan ketika hasilnya tidak memenuhi ekspektasi.

Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Konsumen dapat merasakan satu dari ketiga jenis kepuasan pada umumnya, yaitu apabila kinerja lebih rendah dari yang diharapkan, maka konsumen akan kecewa, tetapi jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas dengan kinerja itu, dan apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan puas. Kotler (2012:46) mendasarkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya

Manfaat dari kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2014:357) yaitu:

1. Perusahaan memiliki hubungan yang erat dan baik dengan konsumennya.
2. Dapat dijadikan pedoman yang baik untuk melakukan pembelian berulang
3. Memotivasi terbentuknya loyalitas konsumen atau konsumen customer
4. Merekomendasikan orang lain melalui mulut ke mulut yang bermanfaat bagi perusahaan
5. Produsen memiliki reputasi yang baik di mata konsumen
6. Bisa meningkatkan pendapatan perusahaan

Konsumen berharap untuk menentukan kualitas dan evaluasi produk (jasa dan barang) dan untuk menilainya, konsumen bisa memakai ekspektasi mereka sebagai pedoman atau standar. Konsumen merupakan pihak yang mendapatkan buah hasil kerja perorangan ataupun suatu organisasi, hanya mereka yang bisa menentukan bagaimana kualitasnya, dan mereka yang bisa mengungkapkan apa kebutuhan mereka serta bagaimana caranya. Indikator yang menentukan pelanggan antara lain kebutuhan secara pribadi, rekomendasi dari konsumen satu ke konsumen lainnya, pengalaman dimasa lalu dan iklan (Tjiptono, 2005:273). Konsumen atau pembeli yang merasa puas akan bertahan lebih lama, kurang kepekaan terhadap harga, dan memberikan evaluasi yang lebih baik terhadap perusahaan.

2.3.1 Konsep Kepuasan Konsumen

Pada zaman seperti sekarang ini, perusahaan sangat mementingkan kepuasan konsumennya, karena perusahaan percaya bahwa memberikan produk dan layanan yang berkualitas dan memuaskan kepada konsumen adalah kunci utama untuk memenangkan persaingan. Bisnis pada dasarnya mempunyai tujuan ialah melahirkan konsumen yang merasa puas dengan produk yang dihasilkan oleh produsen.

Menurut Rondonuwu (2013:722) terdapat beberapa indikator kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Harapan Konsumen Terpenuhi.

Harapan atau ekspektasi konsumen adalah bentuk kepercayaan pembeli sebelum melakukan pembelian sebuah produk yang digunakan sebagai pedoman dalam mengevaluasi kualitas produk tersebut. Ekspektasi pembeli atau konsumen dapat dijadikan sebagai pacuan untuk menghasilkan inovasi yang dibutuhkan oleh produsen dalam membuat produk yang mempunyai kualitas baik, untuk menghasilkan produk dengan kualitas baik, produsen harus menciptakan sebuah perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan, apalagi jika kualitas produk berhubungan dengan enakness produk tersebut dikonsumsi atau digunakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk yang baik dan layak untuk dikonsumsi atau digunakan mempunyai kualitas yang baik.

2. Keinginan Atau Sikap Konsumen untuk Menggunakan Produk Kembali.

Pembelian ulang dapat diartikan sebagai salah satu bentuk tindakan konsumen setelah melakukan pembelian sebuah produk yang sebelumnya dilandasi dengan kepuasan. Jika pelanggan merasa puas dengan sebuah produk yang dibelinya, berikutnya pelanggan akan menampakkan untuk melaksanakan pembelian yang lebih tinggi dalam kesempatan selanjutnya. Konsumen yang melakukan pembelian ulang adalah aset yang berharga bagi produsen, karena akan ada banyak keuntungan yang diperoleh produsen dengan adanya konsumen yang melakukan pembelian ulang, oleh sebab itu sangat penting bagi produsen untuk mempertahankan konsumen yang melakukan pembelian ulang dengan menciptakan kualitas produk yang baik.

3. Merekomendasikan Produk ke Orang Lain

Sebuah bisnis akan berkembang jika produk yang ditawarkan diminati oleh konsumen, semakin banyaknya konsumen yang membeli produk yang dihasilkan oleh produsen dapat disimpulkan bahwa pasar menerima dengan baik produk tersebut, ditambah lagi dengan konsumen yang menyarankan produk tersebut pada orang lain yang tentunya menjadi salah satu pertanda bahwa produk tersebut sangat digemari oleh konsumen, dalam hal ini kualitas produk mempunyai pengaruh yang besar. Konsumen yang merekomendasikan sebuah produk pada beberapa pihak secara tidak langsung konsumen tersebut puas dengan kualitas produk tersebut.

2.3.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen bisa diukur dengan beberapa cara, sebelum mengukur kepuasan konsumen harus memahami tentang teori dan konsep kepuasan konsumen. Terdapat empat metode menurut Tjiptono (2005:366) yang dapat dijadikan untuk mengukur kepuasan konsumen, antara lain:

1. Tujuan banding dan sistem keluhan

Pada perusahaan yang berfokus pada konsumen atau pelanggan (*customer contered*) menyediakan banyak kesempatan bagi konsumennya untuk mengungkapkan keluhan kesahnya dan tujuannya. Sehingga melalui penyampaian tersebut, perusahaan mendapatkan beberapa informasi untuk merespon dengan cepat dan mengambil tindakan untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh konsumen.

2. *Ghost shopping*

Ghost shopping adalah satu dari beberapa cara untuk memahami kepuasan konsumen, dengan menyuruh beberapa orang atau disebut dengan ghost shoppers sebagai pembeli potensial bagi produsen dan pesaingnya. Metode seperti itu, mereka akan memperoleh informasi dan mengetahui kelebihan serta kekurangan perusahaan dan pesaingnya atas dasar pengalaman pembeli produk. Selain itu, mereka juga dapat melihat bagaimana perusahaan dan pesaing menangani setiap keluhan para konsumennya.

3. Analisis konsumen yang hilang

Perusahaan harus mengkontak konsumen yang tidak membeli produknya lagi atau mengganti pemasok agar mengetahui mengapa hal ini dapat terjadi sehingga mereka bisa mengambil keputusan perbaikan lebih lanjut. Tidak hanya wawancara keluar yang diperlukan, tetapi pemantauan konsumen yang tidak membeli produknya lagi menunjukkan bahwa perusahaan telah gagal membuat konsumennya puas.

4. Survei kepuasan konsumen

Secara umum, ada beberapa penelitian tentang kepuasan konsumen dikerjakan menggunakan melakukan survei, baik melalui survei surat, survei telepon, atau interviu pribadi. Dilakukannya survei, perusahaan akan mendapatkan timbal balik dan tanggapan langsung dari pembeli, dan juga akan memberikan sinyal baik bahwa perusahaan memberikan perhatian kepada konsumen.

Pengukuran kepuasan dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti gambar di bawah ini:

- 1) Pelaporan kepuasan langsung
- 2) Ukur langsung melalui pertanyaan tentang tingkat kepuasan

2.3.3 Sebab-Sebab Munculnya Ketidakpuasan

Tentu saja, ada banyak alasan untuk tidak puas dengan sesuatu.

- a. Harapan tidak sesuai kenyataan
- b. Ketidakpuasan terhadap layanan selama menggunakan layanan
- c. Sikap personil yang tidak memuaskan
- d. Kondisi fisik di lingkungan kurang mendukung dan menunjang
- e. Terlalu mahal, terlalu jauh, terlalu membuang-buang waktu dan harga yang kurang sesuai.
- f. Promosi terlalu berlebihan dan kurang realistis.

2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Produk ialah bentuk jasa atau barang yang ditawarkan pada konsumen agar memperoleh perhatian, pemakaian dan pembelian yang dapat membuat kebutuhan menjadi terpenuhi, produk dengan kualitas yang baik akan lebih disukai oleh konsumen. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu, hanya perusahaan yang menghasilkan produk dengan kualitas terbaik yang akan berkembang pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan-perusahaan ini akan lebih sukses daripada yang lain. (Kotler, 2009:354). Kualitas produk yang baik akan menjadikan konsumen menjadi puas, begitu pula sebaliknya, kualitas yang kurang sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan menjadikan pelanggan menjadi kurang puas. Lupyoadi (2001: 158) menyatakan bahwa pembeli merasakan kepuasan apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka beli mempunyai kualitas yang baik. Makin tinggi tingkat kualitas produk yang dapat membuat konsumen puas, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen (Armstrong dan Kotler, 2008:293). Mowen dan Minor (2002:108) percaya bahwa kualitas produk mempunyai dampak yang nyata pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dengan ditingkatkannya kapabilitas produk akan menciptakan keunggulan atau kelebihan bersaing, dan membuat konsumen lebih puas. Kualitas suatu produk ialah penilaian yang subyektif oleh konsumen. Penelitian ini ditentukan oleh persepsi pada apa yang dikehendaki dan dibutuhkan oleh konsumen terhadap sebuah produk. Produk yang berkualitas memiliki peranan yang penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Apabila produk yang dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka akan tercipta kepuasan konsumen dan apabila nilai guna yang diperoleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen akan betul-betul merasa puas dan sudah dipastikan mereka akan terus melakukan pembelian lagi dilain waktu.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dilihat dari penelitian terdahulu dan beberapa landasan teori, dan dapat diambil kerangka berpikir penelitian yang telah tersaji di dalam gambar 1.1 dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

2.6 Hipotesis Penelitian

Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif korelasional, tujuannya ingin mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus. Objek dari penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* Kuesioner dan wawancara merupakan metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis inferensial yang terdiri dari analisis regresi linear sederhana, analisis varian garis regresi, koefisien determinasi, uji t dan *standart error of estimate*. Sebelum dilakukan analisis inferensial dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus. Peneliti dalam menentukan tempat penelitian menggunakan metode purposive area, dimana peneliti menentukan dengan sengaja tempat penelitian dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu seperti mudahnya memperoleh data dan dalam kondisi pandemi seperti ini disarankan untuk melakukan penelitian didekat tempat tinggal guna mengurangi resiko penularan covid19. Tempat yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian yakni Pusat Jenang Karomah Kudus yang beralamat di Jalan Sosrokartono Nomor 263, RT01/RW02, Kaliputu, Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus guna mendukung dalam pelaksanaan penelitian serta mewakili populasi konsumen Jenang Karomah Kudus.

3.3 Objek Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian yang pertama kali diperhatikan adalah objek penelitian yang akan diteliti. Dimana objek penelitian tersebut terkandung

masalah yang akan dijadikan bahan penelitian untuk dicari pemecahannya. Objek penelitian ialah suatu atribut dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dapat juga ditambahkan beberapa hal lain apabila dianggap perlu. Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa objek penelitian adalah suatu gambaran sasaran ilmiah yang akan dijelaskan untuk mendapatkan informasi dan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Objek dari penelitian ini adalah Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian ialah suatu karakteristik di mana secara keseluruhan ditetapkan peneliti yang dipelajari, selanjutnya ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Jenang Karomah Kudus yang melakukan pembelian atau pernah berbelanja di Jenang Karomah Kudus dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui karena umlahnya yang berbeda-beda pada setiap bulan dan tidak adanya data yang valid mengenai jumlah populasi dalam penelitian ini.

3.4.2 Penentuan Sampel

Dalam penelitian ini pengambilan sampel memakai metode *non probability sampling* dimana tidak diberi kesempatan yang sama kepada individu dalam populasi sebagai bagian dari sampel. Sedangkan teknik *sampling* yang digunakan ialah *purposive sampling* dimana peneliti mempertimbangkan hal-hal tertentu dalam memilih anggota sampel. Sampel dalam penelitian ini harus mempunyai pengalaman yang cukup dalam pembelian produk di toko Jenang Karomah Kudus yaitu sampel telah membeli dan mengonsumsi produk Jenang Karomah Kudus dalam satu tahun terakhir. Oleh karena itu, tidak semua konsumen Jenang Karomah Kudus memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel (non-probabilitas).

Penentuan besarnya sampel dalam penelitian ini berpedoman pada teori Roscoe dalam (Sugiyono, 2016:90) sampel yang dipakai pada sebuah penelitian

sebesar 30 sampai 500 responden. Berdasarkan teori tersebut dan dengan mempertimbangkan terbatasnya jumlah sampel yang diperoleh di lokasi, jumlah sampel atau responden yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebanyak empat puluh (40) orang responden yang cukup untuk memenuhi persyaratan yang berlaku dari teori sampel minimum yang dipersyaratkan untuk generalisasi.

3.5 Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Bebas Kualitas Produk (X)

Kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan yang dimiliki oleh produk Jenang Kudus Karomah dalam menjalankan fungsinya guna memenuhi kepuasan konsumen. Indikator dalam variabel bebas kualitas produk (X) antara lain yakni rasa, warna, kemasan, ukuran, dan daya tahan.

b. Variabel Terikat Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh konsumen Jenang Kudus Karomah setelah membandingkan persepsinya terhadap kinerja atau hasil produk yang telah dibeli. Adapun indikator variabel (Y) kepuasan konsumen yaitu

- 1) Harapan Konsumen Terpenuhi.
- 2) Keinginan Konsumen untuk Menggunakan Produk Kembali.
- 3) Merekomendasikan Produk ke Orang Lain

3.6 Jenis Data dan Sumber data

3.6.1 Jenis Data.

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pengisian angket yang diberikan kepada beberapa responden. Sumber data primer diambil dari hasil kuesioner dan wawancara pada konsumen Jenang Kudus Karomah yang pernah melakukan pembelian di Pusat Jenang Kudus Karomah. Data yang diperoleh berupa informasi mengenai kualitas produk Jenang Kudus Karomah dan kepuasan konsumennya.

b. Data Sekunder

Data Sekunder ialah data yang didapatkan dari berbagai jenis sumber yang sudah ada, seperti laman resmi yang memuat artikel yang berhubungan dengan kualitas produk dan kepuasan konsumen. Kemudian, studi pustaka yang digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini dengan menelaah buku atau jurnal yang bersangkutan dengan Instagram sebagai kualitas produk dan kepuasan konsumen.

3.6.2 Sumber Data

Di dalam penelitian terdapat beberapa sumber data antara lain yaitu:

- a) Sumber data pokok diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diisi langsung oleh responden.
- b) Dokumen, yaitu sumber data yang diambil peneliti dari jurnal, buku, e-book, website, dan referensi-referensi lainnya yang dianggap relevan dengan penelitian ini.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut :

a. Metode Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini mengadopsi metode kuesioner tertutup, dan prosesnya disebarluaskan atau dibagikan secara langsung kepada para konsumen Jenang Kudus Karomah. Menggunakan metode survei angket agar diketahui jawaban informan atau konsumen Jenang Kudus Karomah tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Jenang Kudus Karomah. Angket terstruktur atau tertutup digunakan dalam penelitian ini.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara digunakan agar peneliti dapat memperoleh informasi terkait data yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner. Wawancara dilakukan dengan pemilik usaha dan konsumen Jenang Kudus Karomah, dengan tujuan mendapatkan data tambahan untuk melengkapi informasi mengenai Jenang Kudus Karomah. Sebelum melakukan wawancara, peneliti

sebelumnya menyusun daftar pertanyaan dan kemudian menanyakan kepada yang narasumber. Wawancara secara langsung adalah metode wawancara yang dipakai dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara produsen mempertahankan dan menjaga kualitas Jenang Kudus Karomah dan bagaimana proses pembuatan Jenang Kudus Karomah dengan rasa yang enak dan khas.

3.8 Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian ini digunakan pengolahan data dengan metode *editing*, tabulasi, dan *scoring*, adapun penjelasannya dibawah ini :

3.8.1 Editing

Pengeditan ialah langkah pertama untuk mengetahui kelengkapan data dan identitas responden seperti kelengkapan pengisian kuesioner, keterbatasan tulisan, kejelasan arti atau makna, relevansi jawaban dan konsistensi jawaban, sehingga data yang diperoleh tidak menimbulkan keragu-raguan.

3.8.2 Skoring

Pemberian skor dilaksanakan jika data yang telah diisi oleh responden sudah lengkap dan mampu dipertanggungjawabkan. Pemberian skor terhadap data angket dari responden yang telah dikumpulkan berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan. Skala likert digunakan dalam penelitian ini dengan penjelasan di bawah ini :

- a. Jawaban A : skornya 3
- b. Jawaban B : skornya 2
- c. Jawaban C : skornya 1

Tabulasi merupakan proses memasukkan data-data dengan perhitungan frekuensi jawaban yang dipilih oleh responden berkaitan dengan pilihan pertanyaan yang diberikan kepada responden.

3.9 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Pengujian ini dirancang untuk menguji alat penelitian untuk mengetahui keabsahan data yang diperoleh dari penyebaran angket. Jika suatu alat dapat mengukur apa yang dibutuhkan dan dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti, maka alat tersebut dikatakan efektif. Ini adalah kebenaran dari penelitian instrumen. Gunakan rumus Korelasi Product Moment untuk mengukur validitas kuesioner atau item kuesioner sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

(Sugiyono, 2017:228)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

x = Respon responden untuk setiap jawaban

y = Total keseluruhan tanggapan responden untuk sebuah jawaban

N = Keseluruhan jumlah sampel

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara skor X dan skor Y

$\sum x$ = Keseluruhan jumlah skor x

$\sum y$ = Keseluruhan jumlah skor y

$\sum x^2$ = Keseluruhan jumlah skor x

$\sum y$ = Keseluruhan jumlah skor y.

Dasar pengambilan dari uji validitas yaitu:

1. Jika r_{xy} hasil positif dan r_{xy} hasil $> t$ tabel, maka butir atau variabel tersebut valid
2. Jika r_{xy} hasil negatif dan r_{xy} hasil $< t$ tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid

Pada penelitian ini menggunakan program SPSS 25.0 for windows untuk mempermudah dalam melakukan uji validitas maupun reliabilitas instrumen.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan objek yang sama dan memperoleh hasil data yang sama. Perhitungan reliabilitas memakai statistic Crombach Alpha yang didasarkan pada skala likert. Sebuah

kuesioner dinyatakan reliabel apabila skor alpha yang didapat $> 0,6$ sedangkan apabila skor alpha yang didapat $\leq 0,6$ maka Kuesioner dinyatakan tidak reliabel. Rumus Crombach Alpha sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

(Sugiyono, 2017:130)

Keterangan:

α : Koefisien reliabilitas

r : Koefisien rata-rata antar variabel

k : Jumlah independent variabel dalam persamaan

1 : Konstanta

1. Kriteria pengujian seperti berikut ini:

1. Alat ukur reliabel bila skor alpha $> 0,6$ = reliabel atau konsisten
2. Alat ukur tidak reliabel bila skor alpha $< 0,6$ = tidak reliabel

3.10 Metode Analisis Data

Analisis inferensi ialah analisis data yang dipakai dalam penelitian ini dengan bantuan statistik. Analisis data bertujuan untuk memperoleh hasil yang reliabel atau konsisten dari proses pengolahan data.

3.10.1 Analisis Inferensial

Analisis inferensial digunakan dalam pengujian hipotesis dalam penelitian ini dengan persamaan regresi sederhana. Langkah-langkah pengujian hipotesis yaitu sebagai berikut :

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk jenang karomah kudus digunakan analisis regresi linear sederhana.

$$\hat{Y} = a + bX + e$$

(Sugiyono, 2017:261)

Keterangan

\hat{Y} = Subjek pada variabel independen yang diprediksi

X = Subjek di dalam variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel bebas

e = Nilai residu

Koefisien a dan b menggunakan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N}$$

$$b = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{N(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Perolehan analisis regresi sederhana harus dapat digunakan dalam memprediksi variabel kriterium atau variabel yang terikat, oleh karena itu perlu diadakan uji prasyarat, berikut ini adalah uji prasyarat yang harus dilakukan sebelum melakukan analisis regresi sederhana :

a. Uji Normalitas

Model regresi membutuhkan distribusi normal, agar data terdistribusi normal harus melakukan tes normalitas terlebih dulu. Untuk mengetahui apakah variabel bebas terdistribusi normal, penelitian ini harus melakukan uji normalitas, yakni uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengetahui apakah variabel penjelas dari model empiris yang diuji mengikuti distribusi normal. Untuk memeriksa normalitas model, perhatikan bilangan Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Angka signifikan lebih besar atau $\geq 0,05$ maka data berdistribusi secara normal
- 2) Angka signifikan lebih kecil atau $\leq 0,05$ maka data berdistribusi secara tidak normal

b. Uji Linearitas

Studi harus memenuhi uji linieritas dimana variabel bebas dan variabel terikat harus linier. Untuk mengetahui apakah suatu variabel linier dapat ditinjau pada tabel ANNOVA. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data memenuhi asumsi linieritas, begitu pula sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak linear

2. Analisis Varian Garis Regresi

Analisis varian garis regresi dapat diketahui kuat atau tidaknya komponen variabel bebas dengan variabel independen, analisis ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{a \sum XY}{\sqrt{\sum X^2 Y^2}}$$

(Sugiyono, 2017:228)

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel bebas atau X dan variabel terkait atau Y

a = Koefisien regresi X

$\sum XY$ = Jumlah variabel X dan Y

$\sum X^2 Y^2$ = Penjumlahan kuadrat variabel X dan Y

3. Uji t

Uji t merupakan uji statistik yang secara umum membandingkan nilai t hitung dengan t-tabel. Uji tersebut dapat digunakan untuk menguji hipotesis berdasarkan nilai t yang didapat dari perhitungan statistik (t-hitung) kemudian dibandingkan dengan nilai t -nilai dari tabel (t-tabel). Kriteria dalam uji t adalah sebagai berikut :

- 1) Jika t hitung < t tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk.
- 2) Dan jika t hitung > t tabel, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh kualitas produk.

4. Koefisien determinasi (R^2)

Digunakannya koefisien determinasi dengan tujuan untuk mengukur persentase sumbangan variabel kualitas produk (X) terhadap variabel kepuasan konsumen dalam mengonsumsi jenang kudus mubarak (Y). Rumus yang digunakan dalam koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

$$R^2 (1) \times 100\% = \dots\%$$

(Arikunto, 2014:161)

5. Standart Error of Estimate

Standart Error of Estimate dipakai untuk mengetahui atau mengukur nilai Y aktual dari garis regresinya. Analisis ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_{Y,X} = \sqrt{\frac{\sum(y - y_r)^2}{n - 2}}$$

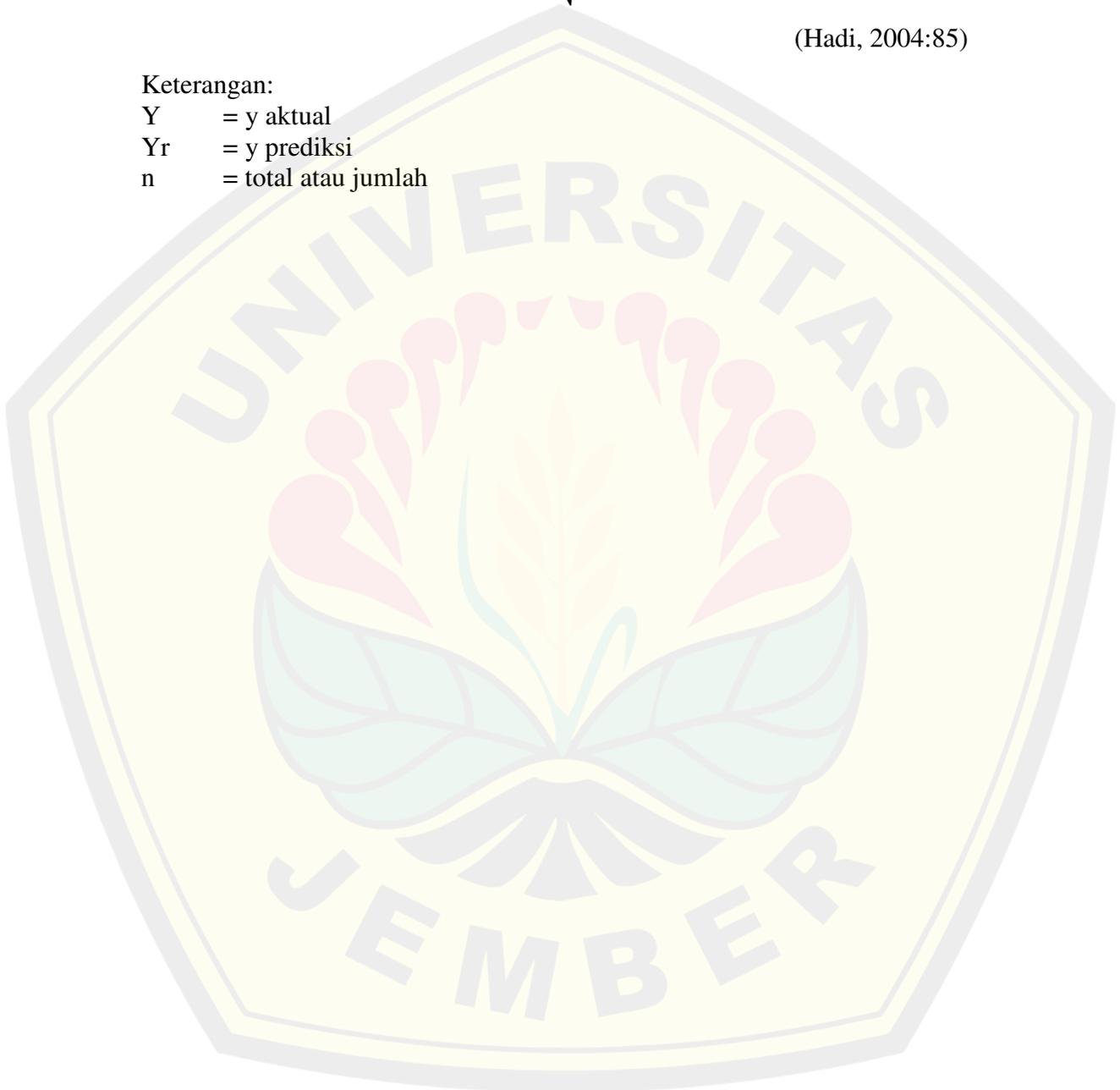
(Hadi, 2004:85)

Keterangan:

Y = y aktual

Y_r = y prediksi

n = total atau jumlah



BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan di Pusat Jenang Kudus Karomah, dapat diperoleh hasil yang sesuai guna mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Jenang Kudus Karomah.

4.2 Data Pendukung

4.2.1 Sejarah Pusat Jenang Kudus Karomah.

Kabupaten Kudus ialah salah satu daerah yang letaknya di provinsi Jawa Tengah, selain dikenal dengan Kota Kretek, Kabupaten Kudus juga dikenal dengan makanan khasnya yaitu jenang. Jenang merupakan makanan yang terbuat dari gula kelapa, tepung beras ketan dan santan kelapa yang masukkan menjadi satu ke dalam wajan dan dimasak diatas tungku selama kurang lebih empat jam, adonan jenang terus diaduk hingga kental dan merata. Selama ini semua proses pembuatan dilakukan dengan cara tradisional, hal ini dilakukan untuk menjaga cita rasa, meskipun beberapa produsen telah menggunakan mesin dalam proses pembuatannya.

Makanan jenis ini erat kaitannya dengan kehidupan warga Kudus, sehingga tidak heran jika banyak warga Kudus yang berprofesi sebagai penjual jenang. Kawasan Kaliputu merupakan sentra produksi jenang di Kabupaten Kudus, dan Sentra Jenang Karomah Kudus merupakan salah satu penghasil jenang yang terkenal dikawasan tersebut. Usaha Jenang Karomah awalnya dirintis oleh Bapak Dahwan pada tahun 1973 dan istrinya Ibu Maskuni. Saat ini usaha Jenang Karomah dilanjutkan oleh anaknya yaitu Bapak Zaenal Arifin S.Ag. Awal mula usaha jenang ini bernama PJ. Muria kemudian berganti nama menjadi Karomah pada tahun 1995. Sebelum tahun 1973 Bapak Dahawan dan Ibu Maskuni selaku pendiri awal usaha jenang ini berprofesi sebagai pembuat dan penjual kerupuk, dikarenakan pada saat itu musim hujan yang berlangsung cukup lama mejadikan Bapak Dahwan tidak bisa mengeringkan kerupuknya dibawah terik matahari, hingga akhirnya beralih menjadi produsen jenang.

Kondisi lingkungan yang mendukung dan mudahnya mendapatkan bahan baku pada waktu itu menjadi alasan mengapa Bapak Dahwan memilih memproduksi jenang. Usaha Jenang Kudus Karomah terletak di Jl. Sosrokartono No.263, RT.1/RW.2 Desa Kaliputu, Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus. Semua bahan yang digunakan dalam pembuatan produk Jenang Karomah sangat mengedepankan mutu dan kualitas, menggunakan bahan asli, kemudian menggunakan bahan berkualitas tinggi dengan harapan menghasilkan Jenang dengan rasa dan aroma yang khas. Jenang dengan kualitas yang bagus sangat disukai oleh konsumen, oleh karena itu Jenang Karomah mempertahankan rasa dan aroma dengan tetap mengutamakan kualitas produknya. Masih berdirinya Jenang Karomah hingga saat ini ditengah banyaknya produsen pesaing adalah salah satu bentuk bukti bahwa Jenang Karomah tetap mengedepankan kualitas produknya.

4.2. 2 Gambaran Pusat Jenang Kudus Karomah

Jenang Kudus ialah salah satu makanan khas dari Kabupaten Kudus. Awalnya diproduksi di industri rumahan lebih dari satu abad yang lalu. Jenang Kudus pada awalnya diprakarsai oleh ibu-ibu sebagai pendapatan keluarga dengan menjualnya langsung ke pasar tradisional, seiring perkembangan zaman bisnis ini dianggap cukup menjanjikan bagi warga Kabupaten Kudus, Pemerintah Kabupaten Kudus kemudian menjadikan Jenang Kudus tersebut sebagai makanan khas Kabupaten Kudus, selain itu jenang juga digunakan sebagai "*branding*" untuk nama kota dengan istilah "Kota Jenang" yang berdampingan dengan sebutan "Kota Kretek" dan "Kota Soto". Jenis makanan ini termasuk dalam kategori makanan semi basah, terbuat dari bahan dasar tepung ketan, gula kelapa, gula pasir dan santan.

Awalnya bahan baku ini dapat diperoleh dari Kabupaten Kudus dan sekitarnya, namun seiring dengan pertumbuhan dan pengembangan bisnis yang cepat, bahan baku ini harus didatangkan dari daerah lain. Meskipun begitu ketersediaan bahan baku ini tidak perlu dikhawatirkan. Sementara itu dalam hal minat konsumen pada produk ini, grafik menunjukkan pertumbuhan yang sangat

cepat, pasar Jenang Kudus ini menjadi sangat terbuka lebar. Apalagi di tengah masyarakat dunia yang semakin sadar akan kembalinya ke makanan alami, setelah banyaknya makanan-makanan yang mengandung banyak bahan kimia. Pusat Jenang Kudus Karomah merupakan satu dari puluhan usaha jenang di Kabupaten Kudus. Terdapat tiga tempat yang digunakan dalam proses produksi Jenang Kudus Karomah, yaitu tempat produksi atau pembuatan jenang, tempat packing atau pembungkusan jenang dan yang terakhir adalah tempat penjualan yang terletak di Jl. Sosrokartono No.263, RT.1/RW.2 Desa Kaliputu, Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus, ketiga tempat tersebut terletak dalam satu kawasan guna mempermudah proses produksi jenang. Tempat pembuatan jenang terletak tidak jauh dari tempat pembungkusan, ditempat pembuatan jenang didominasi oleh pekerja laki-laki dikarenakan butuh tenaga ekstra untuk membuat jenang, meskipun beberapa proses pembuatan jenang sudah menggunakan mesin, tetapi masih ada proses yang masih dilakukan secara manual guna menjaga keautentikan jenang. Sementara itu di tempat pengemasan didominasi oleh pekerja perempuan yang bertugas untuk memotong dan membungkus jenang sesuai dengan ukuran yang telah ditetapkan, setelah potong kemudian dibungkus jenang diberi label dan siap dipasarkan atau dijual ke konsumen.

Jenang dipasarkan ditempat penjualan atau toko dengan pelayan yang didominasi oleh perempuan. Toko Jenang Kudus Karomah letaknya dipinggir jalan raya sehingga sangat mudah untuk dijangkau oleh konsumen. Selain jenang di Toko Jenang Kudus Karomah juga menjual beberapa produk lainnya seperti madu mongso dan kue kering keciput, serta beberapa produk titipan dari UMKM mitra seperti aneka kue kering, sirup parijoto, kopi muria dan aneka makanan ringan lainnya, namun produk utamanya tetap jenang. Terdapat beberapa varian rasa jenang seperti, jenang original, jenang rasa durian, jenang rasa ketan hitam, jenang rasa kacang tanah, jenang rasa coklat susu, jenang rasa kombinasi antara sirsak, strawberi, dan melon. Pusat Jenang Kudus Karomah juga pernah mengeluarkan varian jenang rasa tomat dan ikan bandeng, namun kurang diminati oleh konsumen sehingga tidak diproduksi kembali, hal tersebut dilakukan guna berinovasi menyesuaikan dengan dengan perkembangan zaman.

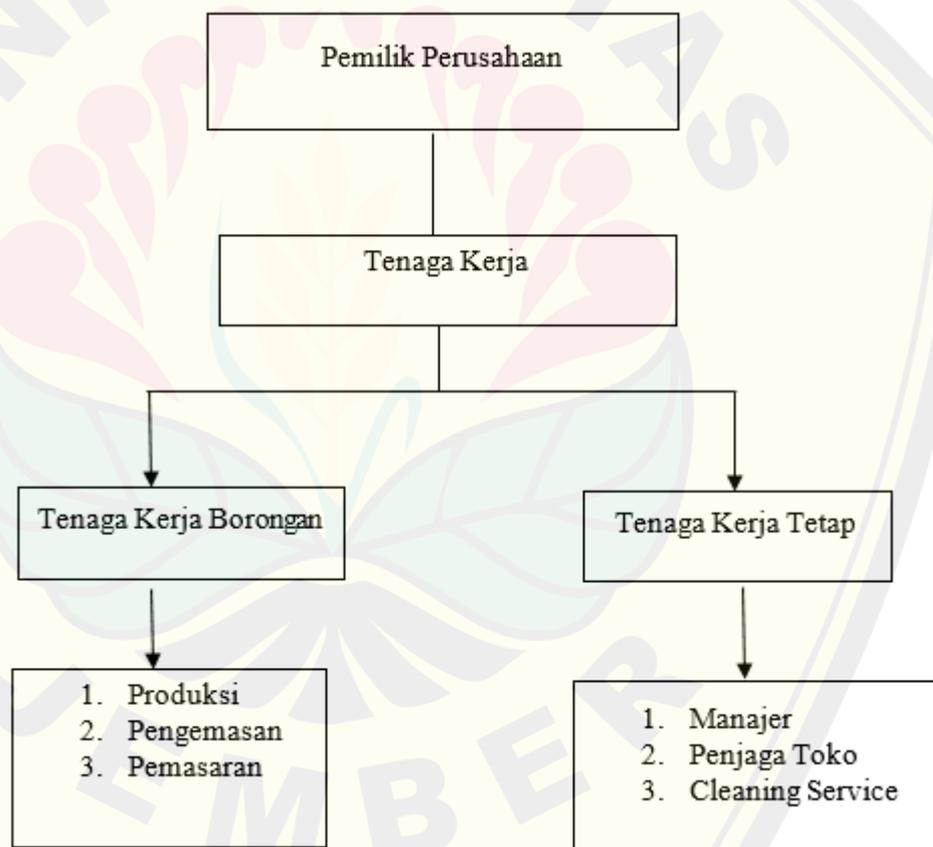
Usaha Jenang Kudus Karomah ialah usaha yang bergerak pada bidang kuliner berupa oleh-oleh yang dijadikan sebagai sumber pendapatan bagi beberapa warga daerah di sekitarnya. Bahan dasarnya yaitu tepung beras ketan, santan kelapa, gula pasir, gula kelapa, lemak nabati, vanili, wijen dan perasa, jenang kudus yang dihasilkan oleh Pusat Jenang Kudus Karomah mampu menghasilkan rasa yang khas. Pembuatan jenang di Pusat Jenang Kudus Karomah dilakukan setiap hari berdasarkan situasi dan kondisi, yakni pada hari biasa dapat memproduksi tiga kali masakan, namun ketika mendekati hari hari raya lebaran mampu mencapai empat sampai dengan lima masakan dan pesanan pada sewaktu-waktu sesuai permintaan (satu kali masakan 40 kilogram jenang).

Uraian singkat proses produksi Jenang Kudus Karomah ialah sebagai berikut: 1) bahan-bahan seperti tepung beras ketan, santan kelapa, gula kelapa, gula pasir, vanili, minyak sayur, dan perisa rasa; 2) Masukkan semua bahan ke dalam kualii besar dan masak di atas bara; 3) Aduk sampai adonan menyusut dan mengental, membentuk tekstur seperti plastik atau karet; 4) Prosesnya sekitar 5 jam, setelah itu tuang jenang yang sudah matang ke wadah yang sudah disiapkan, diamkan sampai jenang tersebut dingin; 5) Kemudian setelah jenang sudah dingin, dapat langsung disiapkan untuk proses berikutnya, yakni dengan memotong dan mengemas jenang dengan ukuran yang sesuai dengan kemasan yang sudah disediakan. Jenang yang produksi merupakan jenang dengan berbagai varian rasa yang beragam. Jenang dikemas menggunakan plastik yang kecil, satu jenang mempunyai berat ± 18.1 gram atau mempunyai ukuran yang sama dengan ibu jari dan dikemas ulang di kertas, plastik mika dan karton.

Teknologi mesin pengaduk dengan tenaga listrik yang digunakan untuk mengaduk adonan jenang dan mengepres plastik membuat kinerja lebih cepat dan efektif. Beberapa jenis jenang yang diproduksi oleh Pusat Jenang Kudus Karomah ialah jenang original, jenang durian, jenang moka, jenang angka dengan rasa esensi, jenang rasa kacang hijau, jenang rasa kacang tanah, jenang ketan hitam. Kacang hijau, kacang tanah, beras ketan hitam murni yang telah digiling dan dicampur dengan adonan yang diproses didalam wajan besar. Industri Jenang Kudus Karomah dalam menjalankan usahanya ada beberapa masalah seperti

kekurangan modal, risiko pemasaran, terutama retur produk karena tidak laku dan kadaluarsa, serta pemasaran masih dalam skala lokal yakni Kabupaten Kudus dan sekitarnya, alasan untuk mengembalikan produk ketika tanggal kedaluwarsa sudah dekat. Jenang yang dikembalikan itu akan diproses ulang dengan catatan status produk masih bisa diproses ulang, standar teksturnya masih kenyal atau tidak mengeras.

Pusat Jenang Karomah memiliki struktur organisasi dalam menjalankan usahanya, hal tersebut bertujuan agar tugas atau pekerjaan dijalankan dengan sebagaimana mestinya oleh tenaga kerja di Pusat Jenang Kudus Karomah. Berikut adalah struktur organisasi di dalam Pusat Jenang Kudus Karomah :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pusat Jenang Kudus Karomah

4.2.3 Pengawasan Mutu Jenang Kudus Karomah.

a. Pengawasan Bahan Dasar

Pengendalian bahan baku yang masuk ke pusat Jenang Kudus Karomah selalu dalam pemantauan dan pengawasan setiap ada bahan dasar yang baru datang. Pengecekan bahan dasar yang datang dilakukan hanya secara visual yang cukup dilakukan dengan melihat dan menyentuh bahan dasar. Untuk bahan dasar berupa tepung ketan yang amati ialah tanggal kadaluarsa dan kemasan yang baik dan tidak rusak. Gula kelapa dan gula pasir adalah bahan penting dalam membuat Jenang Kudus Karomah. Gula pasir dan gula kelapa yang digunakan harus memiliki kualitas yang baik dalam menguji bahan dasar gula pasir dan gula dilakukan dengan melihat gula pasir dan gula kelapa yang berwarna bersih dan mempunyai tekstur halus.

b. Pengawasan Proses Pemasakkan.

Kontrol takaran dalam penggunaan bahan baku sangat penting karena Pusat Jenang Kudus Karomah punya resep dan takaran yang sudah ditentukan dan telah dipakai secara turun-temurun. Selain untuk mencegah kontaminasi kotoran selama proses pembuatan kebersihan lokasi dan peralatan produksi sangat penting untuk memastikan hasil jenang yang bersih dan mempunyai rasa yang enak

c. Pengawasan Mutu Akhir.

Kontrol kualitas pada Pusat Jenang Karomah dilakukan untuk menjaga kualitas jenang yang dihasilkan dan mempunyai kualitas nomor satu dipasaran. jenang dengan tekstur tidak keras atau kenyal lembut ini biasanya diuji langsung oleh pemilik perusahaan yaitu Ibu Masfuah dengan cara dicicipi atau dikonsumsi secara langsung, yang menjadi perhatian dalam proses pengujian ini ialah warna jenang cerah dan tidak pucat, serta rasa jenang yang sudah sesuai, selain itu pengujian yang dilakukan adalah uji elastisitas atau tekstur pada jenang yang sudah matang. Pusat Jenang Kudus Karomah juga memiliki sertifikat dari departemen kesehatan yaitu PIRT.Nomor 206331904089.

4.3 Data Utama

4.3.1 Gambaran umum responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 40 konsumen Jenang Kudus Karomah. Beberapa gambaran umum responden yang diteliti antara lain meliputi usia, pekerjaan, dan pendidikan terakhir yang menjadi responden pada penelitian ini.

a. Responden Berdasarkan Usia

Kuesioner yang telah dibagikan dan diisi oleh responden dapat dikelompokkan berdasarkan usia seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Pengelompokkan Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase (%)
1.	18-25	21	52.5%
2.	26-34	9	22.5%
3.	35-44	2	5%
4.	45-50	1	2.5%
5.	>50	7	17.5%
Jumah		40	100%

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Jumlah responden dalam tabel 4.1 adalah 40 konsumen Jenang Kudus Karomah. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia 18 tahun sampai 25 tahun dengan jumlah 21 konsumen (52.5%). Usia 26 tahun sampai 34 tahun berjumlah 9 konsumen (22.5%). Usia 35 tahun sampai dengan 44 berjumlah 2 konsumen (5%). Usia 45 tahun sampai dengan 50 tahun berjumlah 1 (2.5%). Sedangkan usia diatas 50 tahun berjumlah 7 konsumen (17.5%), hal itu membuktikan bahwa Jenang Kudus Karomah diminati oleh konsumen dari berbagai kalangan usia dari anak muda hingga yang berusia tua.

b. Responden Berdasarkan Pekerjaan.

Pengelompokan responden atau konsumen Jenang Kudus Karomah berdasarkan pekerjaannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Wiraswasta	15	37.5%
2.	Pegawai	9	22.5%
3.	Petani	1	2.5%
4.	Pelajar	9	22.5%
5.	DII	6	15%
Jumah		40	100%

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dari tabel 4.2 diketahui bahwa pekerjaan konsumen atau responden yang mendominasi adalah wiraswasta dengan jumlah 15 responden (37.5%). Jumlah responden yang berprofesi sebagai pegawai jumlahnya sama dengan jumlah responden yang masih sekolah atau kuliah yaitu berjumlah 9 responden (22.5%). Sedangkan responden dengan pekerjaan yang tidak disebutkan berjumlah 6 (15%) dan responden yang berprofesi sebagai petani hanya berjumlah 1 (2.5%), hal ini membuktikan bahwa Jenang Kudus Karomah disukai oleh berbagai macam kalangan dengan didominasi masyarakat yang berprofesi sebagai wiraswasta.

c. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pengelompokan responden atau konsumen Jenang Kudus Karomah berdasarkan pendidikan terakhirnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
1.	SD atau Sederajat	0	0%
2.	SMP atau Sederajat	1	2.5%
3.	SMA atau Sederajat	20	50%
4.	DIPLOMA	0	22.5%
5.	S1/S2/S3	19	47.5%
Jumah		40	100%

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dilihat dari tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir responden atau konsumen Jenang Kudus Karomah didominasi oleh SMA atau Sederajat dan S1/S2/S3.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas Penelitian

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel digunakanlah uji validitas. Pertanyaan dapat dikategorikan valid jika dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti dengan tepat. Korelasi *Product Moment* digunakan dalam uji validitas data, data dapat dikatakan valid jika mempunyai koefisien korelasi (dalam *pearson correlation*) > 0.3081 . Berikut adalah hasil uji validitas data dalam penelitian ini :

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X)

Item X	Hasil	r Tabel	kesimpulan
1.	0.412	0.3081	Valid
2.	0.430	0.3081	Valid
3.	0.363	0.3081	Valid
4.	0.521	0.3081	Valid
5.	0.523	0.3081	Valid
6.	0.427	0.3081	Valid
7.	0.391	0.3081	Valid
8.	0.332	0.3081	Valid
9.	0.371	0.3081	Valid
10.	0.366	0.3081	Valid
11.	0.348	0.3081	Valid
12.	0.444	0.3081	Valid
13.	0.446	0.3081	Valid
14	0.389	0.3081	Valid

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.4 bahwa pengujian terhadap variabel X atau kualitas produk menunjukkan jika semua data atau pertanyaan valid. Hal tersebut

dapat dibuktikan dengan seluruh item pertanyaan memiliki nilai *pearson correlation* yang lebih besar dari hasil r tabel, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pertanyaan di dalam kuesioner penelitian ini dapat digunakan dan dipercaya. Berikut adalah hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y).

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item Y	Hasil	r Tabel	kesimpulan
1.	0.760	0.3081	Valid
2.	0.495	0.3081	Valid
3.	0.515	0.3081	Valid
4.	0.515	0.3081	Valid
5.	0.355	0.3081	Valid
6.	0.598	0.3081	Valid
7.	0.772	0.3081	Valid

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.5 bahwa pengujian terhadap variabel Y atau kualitas produk menunjukkan jika semua data atau pertanyaan valid. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan seluruh item pertanyaan variabel Y memiliki nilai *pearson correlation* yang lebih besar dari hasil r tabel, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pertanyaan di dalam kuesioner penelitian ini dapat digunakan dan dipercaya

4.4.2 Uji Reabilitas Penelitian

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan mampu diandalkan dan tetap stabil walaupun pengukuran dilakukan berulang kali. Dalam melakukan penelitian, uji reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha* untuk menentukan reliabel atau tidak. Suatu variabel dianggap reliabel atau dapat diandalkan jika *cronbach alpha*-nya lebih besar dari 60% (Gozali,2016:48). Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari variabel kualitas produk (X).

Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.603	14

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.6 bahwa hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk (X) mempunyai nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.603 ini artinya variabel kualitas produk (X) dalam kuesioner penelitian ini bisa dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha*-nya $0.603 > 0.60$, dan termasuk kategori tinggi. Berikut adalah hasil uji reliabilitas variabel kepuasan konsumen (Y).

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk (Y) mempunyai nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.604 ini artinya variabel

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.604	7

Sumber: Data Primer diolah (2022)

kualitas produk (Y) dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha*-nya $0.604 > 0.60$, dan termasuk kategori tinggi.

Tabel 4.8 Kriteria untuk rhitung (α)

Rhitung(α)	Kriteria
0,800-1,00	Sangat Tinggi
0,600-0,799	Tinggi
0,400-0,599	Cukup
0,200-0,399	Rendah
<0,200	Sangat Rendah

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah terdapat variabel bebas dari variabel terikat dalam model regresi, atau keduanya berdistribusi normal. Uji normalitas yang dilakukan pada sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Klomogorov-Smirnov* dan tingkat kepercayaan ditetapkan sebesar 5%. Kriteria pengujian terpenuhi jika mempertimbangkan nilai uji *Kromogorov-Smirnov* yaitu apabila nilai signifikansi > 0.05 maka data tersebut terdistribusi normal, namun jika nilai signifikansi < 0.05 maka data tersebut dapat dikatakan tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas *Klomogrov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19.425000
		0
	Std. Deviation	1.3665458
		0
Most Extreme Differences	Absolute	.139
	Positive	.139
	Negative	-.111
Test Statistic		.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dapat dilihat dari tabel 4.9 hasil uji normalitas *Klomagrov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.51, ini artinya data terdistribusi normal karena nilai signifikasinya $0.51 > 0.05$.

4.5.2 Uji Linearitas

Secara umum uji linieritas adalah uji yang menguji ada tidaknya hubungan linier antara variabel bebas kualitas produk dan variabel terikat kepuasan konsumen. Uji linieritas bertujuan untuk menguji apakah data yang dianalisis bersifat linier atau tidak. Data bisa dikatakan linear jika nilai signifikansi linearitas < 0.05 atau lebih kecil dari 0.05, begitu pula sebaliknya apabila nilai signifikansi linearitas melebihi 0.05 maka data tersebut dapat dikatakan tidak linear.

Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
agresivitas * religiusitas	Between Groups	(Combined)	85,875	10	8,588	7,346	,000
		Linearity	72,830	1	72,830	62,303	,000
		Deviation from Linearity	13,045	9	1,449	1,240	,310
Within Groups			33,900	29	1,169		
Total			119,775	39			

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dapat dilihat dari tabel hasil uji linearitas diatas bahwa nilai signifikansi linearitas sebesar 0.00, ini artinya data tersebut dapat dikatakan linear karena nilai signifikansi linearitasnya < 0.05 atau lebih kecil dari 0.05.

4.6 Analisis Inferensial

Analisis inferensial digunakan dalam pengujian hipotesis dan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini dengan persamaan regresi sederhana. Berikut adalah langkah-langkah analisis inferensial dan hasil analisis inferensial yaitu meliputi rumus regresi linier sederhana, analisis varian garis regresi, uji t, koefisien determinasi, dan *standart error of estimate*.

4.6.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana merupakan salah satu metode regresi yang dapat dipakai sebagai alat inferensi statistik untuk menentukan pengaruh sebuah variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Uji Regresi linear sederhana ataupun regresi linier berganda pada intinya memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Menghitung nilai estimasi rata-rata dan nilai variabel terikat berdasarkan pada nilai variabel bebas.
2. Menguji hipotesis karakteristik dependensi
3. Meramalkan nilai rata-rata variabel bebas dengan didasarkan pada nilai variabel bebas diluar jangkauan sample..

Pada penelitian ini dilakukan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS 25.0 for Windows. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier sederhana

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.367	2.488		.148	.883
	X	.513	.067	.780	7.678	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa analisis regresi linier sederhana yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 367 + 0,513X + e$$

Berikut adalah interpretasi dari model regresi data diatas :

- Nilai konstanta sebesar 367 ini artinya jika tidak ada kualitas produk (X) maka nilai konsisten kepuasan konsumen (Y) sebesar 367.
- Nilai koefisien sebesar 0.513, nilai koefisien bertanda positif ini artinya jika variabel kualitas produk (X) meningkat sebesar satu tingkatan maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat atau mengalami peningkatan sebesar 0.513 poin.

4.6.2 Analisis Varian Garis Regresi

Analisis varian garis regresi bertujuan untuk mengetahui hubungan keeratan antara kualitas produk (X) dengan kepuasan konsumen (Y) Jenang Karomah Kudus. Berikut ini adalah hasil analisis varian garis regresi variabel kualitas produk (X) dan kepuasan konsumen (Y)

Tabel 4.12 Hasil Varian Garis Regresi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.598	1.111

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,780 artinya kealitas produk (X) memiliki pengaruh yang signifikan dengan kepuasan konsumen (Y) Jenang Kudus Karomah. Hubungan antar kedua variabel tersebut bersifat kuat dapat dilihat pada tabel interpretasi terhadap koefisien korelasi di bawah ini:

Tabel 4.13 Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval	Kriteria
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017:184)

4.6.3 Uji t

Uji t merupakan uji statistik yang didalamnya membandingkan nilai t hitung dengan t-tabel. Uji tersebut dapat digunakan untuk menguji hipotesis berdasarkan nilai t yang diperoleh dari perhitungan statistik (t-hitung) kemudian dibandingkan dengan nilai t -nilai dari tabel (t-tabel). Berikut adalah hasil uji t dalam penelitin ini :

Tabel 4.14 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.367	2.488		.148	.883
X	.513	.067	.780	7.678	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Nilai t_{hitung} harus lebih besar daripada t_{tabel} dan nilai signifikansi harus lebih kecil dari < 0.05 agar hipotesis dapat diterima. Dapat dilihat dari tabel diatas menunjukkan nilai uji t variabel kualitas produk (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) dengan hasil t_{hitung} sebesar 2.488, ini artinya t_{hitung} mempunyai nilai lebih besar daripada t_{tabel} yaitu sebesar 2021. Nilai signifikansi dalam tabel diatas 0.000 lebih kecil dari 0.05 hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis dapat diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) Jenang Kudus Karomah.

4.6.4 Koefisien Determinasi (R²)

Analisis ini mempunyai tujuan untuk mengetahui besar kecilnya presentase pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Jenang Kudus Karomah. Semakin besar hasil presentase (R²) maka semakin besar pula kemampuan variabel X menjelaskan variabel Y. Berikut adalah hasil pengukuran koefisien determinasi dalam penelitian ini :

Tabel 4.15 Hasil Pengukuran Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.598	1.111

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa koefisien determinasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Jenang Kudus Karomah adalah sebagai berikut :

$$R_{\text{square}} \times 100\% = 0,608 \times 100\% = 60.8\%$$

Dapat dilihat dari hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa besarnya presentase kualitas produk terhadap kapuasan konsumen Jenang Kudus Karomah mempunyai pengaruh yang signifikan yakni sebesar 60.8% sedangkan sisanya 39.2% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, lokasi dan faktor pribadi.

4.6.5 Standart Error of Estimate

Analisis ini digunakan untuk mengukur variasi nilai Y aktual dari garis regresinya. Berikut adalah hasil *standart error of estimate* pada model *summary* :

Tabel 4.16. Hasil *standart error of estimate*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.598	1.111

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil pengelolaan data pada model *summary* menunjukkan bahwa nilai *standart error of estimate* dalam analisis regresi sederhana yaitu sebesar 1.111. Hal itu menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Jenang Kudus Karomah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk saja, tetapi juga dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, lokasi dan faktor pribadi.

4.6.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan dari hasil analisis inferensial yang sudah dijelaskan diatas menunjukkan hasil bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Jenang Kudus Karomah mempunyai pengaruh yang signifikan yaitu sebesar 60.8% dan 39.2% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, lokasi dan faktor pribadi, selain itu dalam penelitian nilai uji t variansiabel kualitas produk (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) dengan hasil t_{hitung} sebesar 2.488, ini artinya t_{hitung} mempunyai nilai lebih besar daripada t_{tabel} yaitu sebesar 2021. Nilai signifikasi dalam tabel diatas 0.000 lebih kecil dari 0.05 hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis dapat diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) Jenang Kudus Karomah mempunyai pengaruh yang signifikan. Hasil analisis inferensial menggunakan metode regresi linier sederhana tersebut dapat dinilai tinggi, karena integrasi indikator kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Jenang Kudus Karomah. Hal tersebut sudah sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Jenang Kudus Karomah.

Berdasarkan hasil persentase yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas produk Jenang Kudus Karomah dapat dikategorikan baik dikarenakan kualitas produk Jenang Kudus Karomah mampu mempengaruhi kepuasan konsumennya. Hal tersebut tidak luput dari kemampuan produsen dalam memproduksi produknya, pemilihan bahan baku dan jumlah takaran yang pas menjadi kunci terciptanya jenang dengan kualitas yang baik. Selain bahan baku dan takaran bahan yang pas ada beberapa hal juga yang menjadi kunci terciptanya jenang

dengan kualitas baik yaitu teknik pembuatan, di Pusat Jenang Kudus Karomah terdapat dua teknik pembuatan yakni pembuatan dengan pengadukan manual dan pembuatan dengan pengadukan yang dilakukan oleh mesin, perbedaan kedua jenis pembuatan jenang itu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jenang yang dihasilkan, hanya saja pembuatan dengan pengadukan mesin tidak membutuhkan banyak tenaga.

Pusat Jenang Kudus Karomah selalu menggunakan bahan dasar yang berkualitas dalam memproduksi jenang. Bahan-bahan seperti tepung beras ketan, kelapa, gula kepala dan gula pasir sangat diperhatikan kualitasnya demi terciptanya jenang dengan rasa yang enak dan khas. Proses pembuatan Jenang Kudus Karomah mempunyai standar pembuatan yaitu perbandingan bahan baku 1:1:1 antara tepung beras ketan, gula kelapa, dan gula pasir, untuk santan kelapa dan bahan tambahan menyesuaikan dengan jumlah bahan baku. Contohnya dalam sekali produksi atau proses pembuatan dalam satu wajan atau kualii besar mampu menampung 10 kg tepung beras ketan, lalu gula pasir dan gula kelapa 10 kg, santan kelapa yang digunakan sebanyak 30 liter dan penambahan bahan pendukung seperti margarin 500 gram dan vanili sebanyak 60 gram. Takaran untuk variasi rasa yang ditambahkan pada setiap hidangan adalah sebagai berikut 50 cc *essence* atau aroma rasa , 500 gram wijen, ketan hitam 400 gram, 400 gram kedelai, 400 gram kacang hijau, kacang tanah 400 gram.

Standar produksi sesuai dengan standar resep yang sudah ditentukan dan digunakan secara turun temurun, agar kualitas rasa tetap terjaga dan tidak berubah. Rasa jenang yang enak sangat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membelinya, oleh karena itu di Pusat Jenang Kudus Karomah disediakan tester jenang yang dapat dicicipi konsumen dengan gratis, hal tersebut memudahkan konsumen dalam menentukan jenang rasa apa yang akan dibeli nantinya. Pusat Jenang Kudus Karomah mempunyai beberapa varian rasa jenang seperti original, ketan hitam, coklat susu, rasa kombinasi buah dan beberapa rasa lainnya. Pada setiap rasa mempunyai warna yang berbeda-beda, hal tersebut dilakukan agar tampilan jenang menjadi lebih menarik. Warna jenang juga menjadi salah satu indikator kualitas jenang, warna jenang yang tidak pucat lebih

digemari oleh konsumen, oleh karena itu Pusat Jenang Kudus Karomah memberikan warna jenang sesuai dengan rasa jenang, jenang original berwarna coklat, jenang ketan hitam berwarna coklat gelap, jenang rasa coklat susu berwarna putih dan coklat serta jenang rasa kombinasi buah sirsat, strawberi dan melon berwarna hijau merah dan sedikit kuning. Rasa Jenang Kudus Karomah sudah tergolong enak, hal itu dibuktikan dengan penuturan salah satu responden

“...Menurut saya Jenang Kudus Karomah memiliki rasa yang enak pas di lidah dan murah, saya sering membelinya untuk dibawa sebagai oleh-oleh keluar kota”(BD 56th)

Produk Jenang Kudus Karomah mempunyai kemasan yang bervariasi menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Beberapa jenis kemasan produk Jenang Kudus Karomah yaitu kemasan mika ukuran setengah kilogram dan satu kilogram, kemasan plastik yang dihias dengan pita, kemasan kardus kotak, kemasan tas kertas atau *paper bag*, kemasan baki besar guna keperluan acara besar seperti lamaran dan pernikahan. Selain kemasan Pusat Jenang Kudus Karomah juga memperhatikan ukuran jenang, ukuran jenang yang konsisten sesuai dengan berat yang telah ditentukan, satu jenang mempunyai berat dikisaran ± 18.1 gram. Ukuran jenang yang seragam atau sama akan memudahkan proses pengemasan yang sesuai dengan berat di beberapa kemasan.

Jenang yang berkualitas adalah jenang yang mempunyai daya tahan yang cukup lama tanpa pengawet. Produk Jenang Kudus Karomah mampu bertahan 3-4 bulan dari tanggal pembuatan atau produksi. 3-4 bulan merupakan waktu yang cukup lama untuk sebuah ketahanan produk semi basah seperti jenang. Jenang Kudus Karomah tidak menggunakan pengawet dalam proses pembuatannya dan mengandalkan pengawet alami dari gula kelapa dan gula pasir sebagai salah satu bahan baku jenang. Kontrol kualitas pada Pusat Jenang Karomah dilakukan untuk menjaga kualitas jenang yang dihasilkan dan mempunyai kualitas nomor satu dipasaran. jenang dengan tidak keras atau bertekstur kenyal ini biasanya diuji langsung oleh pemilik perusahaan yaitu Ibu Masfiah dengan cara dicicipi atau dikonsumsi secara langsung, yang menjadi perhatian dalam proses pengujian ini ialah warna jenang cerah dan tidak pucat, serta rasa jenang yang sudah sesuai,

selain itu pengujian yang dilakukan adalah uji elastisitas atau tekstur pada jenang yang sudah matang

Kualitas Jenang Kudus Karomah berhubungan erat dengan kepuasan konsumen, kualitas jenang yang baik akan membuat konsumen yang membelinya menjadi puas, karena jenang yang dibeli sesuai dengan harapan. Jenang Kudus Karomah mempunyai kualitas yang baik, dibuktikan dengan hampir semua responden ingin melakukan pembelian ulang Jenang Kudus Karomah, selain itu juga hampir semua responden merespon bahwa rasa dan kualitas Jenang Kudus Karomah sudah sesuai dengan harganya. Hal tersebut dibuktikan dengan respon dari salah satu responden dalam penelitian ini.

“...Menurut saya rasa Jenang Kudus Karomah mempunyai rasa yang enak dan mampu bersaing dengan produk sejenis, saya memilih Jenang Kudus Karomah selain sudah berlangganan rasanya juga enak serta harganya relatif lebih murah” (KP, 23th)

Selain kualitas jenang sesuai yang dengan harapan konsumen dan konsume melakukan pembelian ulang, merekomendasikan Jenang Kudus Karomah ke orang lain juga merupakan salah satu indikator dari kepuasan konsumen, karena rasanya yang enak dan sesuai dengan harapan, konsumen akan merekomendasikan Jenang Kudus Karomah kepada orang lain. Biasanya merekomendasikan dari orang yang terdekat dahulu yaitu keluarga, kemudian tetangga dan teman. Kepuasan konsumen sangatlah penting dalam sebuah usaha karena jika konsumen puas maka akan berdampak positif dalam usaha tersebut. Hasil produk yang berkualitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, produk dengan kualitas baik akan lebih disukai oleh konsumen. Makin tinggi tingkat kualitas produk yang dapat membuat konsumen puas, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen (Armstrong dan Kotler, 2008:293).

Jenang Kudus Karomah memiliki rasa yang enak, warna yang cukup menarik dan tidak pucat, kemasan pada Jenang Kudus Karomah juga beragam sesuai dengan beranya, ukuran Jenang Kudus Karomah cukup sama dan mudah untuk dinikmati, daya tahan Jenang Kudus Karomah 3-4 bulan, selain itu rasa dan harga Jenang Kudus Karomah sesuai dengan harapan konsumen hal tersebut

menjadikan konsumen melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan Jenang Kudus Karomah pada anggota keluarga, teman, dan tetangga.

Hasil penelitian yang dilakukan Dewi Sartika dan Agustin Basriani pada tahun 2017 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas di Desa. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa pengaruh terhadap kepuasan pelanggan keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau sebesar 64,90 %. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Susanto Doni Putra, Seno, dan Anwar pada tahun 2017 yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo) dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 61,9%. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Saif pada tahun 2018 yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Makanan Medan Napoleon diketahui bahwa 61% Kualitas produk berpengaruh pada kepuasan pelanggan yang mana angka ini cukup besar di bandingkan faktor-faktor lainnya yang hanya berpengaruh 39%. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yessica Rachel Wibowo pada tahun 2018 yang berjudul Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Makanan Gethuk Marem Di Magelang menghasilkan bahwa kualitas produk citra merek dan, harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pembelian Gethuk Marem di Magelang sebesar 62,2%. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yessica Rachel Wibowo pada tahun 2022 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Skai Restoran Hotel Padma Resort Legian menunjukkan bahwa kualitas produk makanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 60,6% dan variabel tingkat kematangan (X) merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai beta sebesar 0,303.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, kualitas produk terhadap kepuasan Jenang Kudus Karomah bisa diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Jenang Kudus Karomah. Hasil analisis inferensial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan Jenang Kudus Karomah sebesar 60.8% dan 39.2% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, lokasi dan faktor pribadi.

5.2 Saran

1. Bagi produsen Jenang Kudus Karomah diharapkan untuk bisa lebih meningkatkan kembali atau minimal bisa mempertahankan kualitas produk Jenang Kudus Karomah yang sudah ada agar konsumen senang dan puas dengan produk yang dihasilkan
2. Bagi peneliti lain diharapkan untuk bisa lebih memperdalam lagi pembahasan mengenai kualitas produk dan kepuasan konsumen, dengan penambahan variabel-variabel independen yang tepat akan memungkinkan untuk memperkuat lagi masalah kualitas produk dan kepuasan konsumen secara lebih luas dengan berbagai aspek yang ada didalamnya

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Frendy. (2012) *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Irawan, H. (2013) *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Cetakan Pertama
Jakarta: Pradnya Paramitha
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Prayitno, D. (2014). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*.
Yogyakarta : Gava Media
- Priyatno, D. (2009). *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*.
Yogyakarta: Gava Media.
- Supranto, J. (2012) *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiono. (2017) *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sujarweni, V Wiratna dan Poly Endaryanto. (2012) *Statistik untuk Penelitian*.
Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sujarweni, W. (2014) *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. (2013) *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supranto, M.A.,APU. (2011) *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar (Cetakan Keempat)*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. (2011) *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen*. Yogyakarta : BPF E.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012) *Pemasaran Strategik*.
Yogyakarta, Andi.

Widiyanto, Joko. (2012) *SPSS For Windows*. Surakarta : Badan Penerbit-FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wiratna S. (2015) *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.

Yusuf, Muri. (2014) *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana

Zulian Y. (2010) *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonisia

Jurnal

Afnina. 2018. *Pengaruh Kualitas Poduk Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 9(1):21-30.

Fitiasshinta and Tina M. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kapuasan Konsumen King Telur Asin*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 15(2):219-234.

Ibrohim D M. 2021. *Pengaruh Instagram Sebagai Social Media Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 747(1) 1755-1315.

Ismail R. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal manajemen bisnis, 7(2):1-14.

Mahendra, S. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Honda Beat*. Jurnal Ilmu Manajemen, 2(1). 1-13

Ramadhan H. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan*. Jurnal Manajemen Tools, 7(1): 2088-3145.

Setyo, P.E. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap kepuasan Konsumen "Best Autoworks"*. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(6):755-764.

Susanto D, Seno and, Anwar. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo)*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 3(1):99-117.

Sunarti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Survei Pada Konsumen Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*. Jurnal Administrasi Bisnis,37(1):171-177

Tias, W. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang Pekanbaru)*. Jurnal Fisip, 4(2):1-10.

Worodiyanti, Novi Wahyu. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Elladerma Skin Care Malang*. eJournal. 05(010):23-28



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Kuisisioner Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk
Jenang Karomah Kudus

Identitas Responden :

Nama :

Usia :

- A. Usia 18 sampai 25 Tahun
- B. Usia 26 sampai 34 Tahun
- C. Usia 35 sampai 44 Tahun
- D. Usia 45 sampai 50 Tahun
- E. Usia >50 Tahun

Pekerjaan :

- A. Wiraswasta
- B. Pegawai
- C. Petani
- D. Pelajar atau Mahasiswa
- E. Dll.

Pendidikan terakhir :

- A. SD atau Sederajat
- B. SMP atau Sederajat
- C. SMA atau Sederajat
- D. DIPLOMA
- E. S1/S2/S3

Petunjuk pengisian :

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan pilihan yang menurut anda sesuai dengan apa yang anda rasakan atau alami. Berikan tanda centang (√) pada jawaban atau pilihan yang sudah disediakan. Masing-masing jawaban mempunyai skor sebagai berikut :

- a. Jawaban A : skornya 3
- b. Jawaban B : skornya 2
- c. Jawaban C : skornya 1

KUALITAS MAKANAN

1. RASA

- a. Bagaimana menurut anda rasa varian Jenang Karomah Kudus ?
 - c. Lezat
 - d. Cukup lezat
 - e. Kurang lezat
- b. Bagaimana menurut anda rasa produk Jenang Karomah Kudus apabila dikonsumsi dalam waktu yang berbeda?
 - A. Tetap sama
 - B. Sedikit berubah
 - C. Berubah
- c. Bagaimana menurut anda cita rasa khas Jenang Karomah Kudus?
 - A. Memiliki rasa yang khas
 - B. Kurang memiliki rasa yang khas
 - C. Sama dengan produk sejenisnya

2. WARNA

- a. Bagaimana menurut anda warna dari Jenang Karomah Kudus?
 - A. Warna sesuai dengan rasa jenang
 - B. Warna cukup sesuai dengan rasa jenang
 - C. Warna kurang sesuai dengan rasa jenang
- b. Bagaimana menurut anda kecenderungan warna dari jenang karomah kudus?
 - A. Warnanya menarik
 - B. Warnanya kurang menarik
 - C. Warnanya tidak menarik

3. KEMASAN

- a. Bagaimana menurut anda kemasan dari Jenang Karomah Kudus dapat

melindungi produk didalamnya sehingga produk lebih terjaga?

- A. Kemasannya terjaga
 - B. Kemasannya cukup terjaga
 - C. Kemasannya kurang terjaga
- b. Bagaimana menurut anda kemasan Jenang Karomah Kudus dari segi kemudahan dibukanya?
- A. Mudah untuk dibuka
 - B. Cukup mudah untuk dibuka
 - C. Sulit untuk dibuka
- c. Bagaimana menurut anda kemasan Jenang Karomah Kudus dari segi kemudahan dibawa dan dipegang?
- A. Mudah dibawa dan dipegang
 - B. Cukup mudah dibawa dan dipegang
 - C. Kurang mudah dibawa dan dipegang
- d. Bagaimana menurut anda desain kemasan Jenang Karomah Kudus ?
- A. Menarik
 - B. Cukup menarik
 - C. Kurang menarik

4. UKURAN

- a. Bagaimana menurut anda ukuran Jenang Karomah Kudus dari segi kemudahan untuk dinikmati?
- A. Ukurannya kecil dan pas
 - B. Ukurannya sedang
 - C. Ukurannya besar
- b. Bagaimana menurut anda ukuran Jenang Karomah Kudus dari segi variasi dan kesesuaian dengan kebutuhan konsumen?
- A. Bervariasi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen
 - B. Cukup bervariasi dan cukup sesuai dengan kebutuhan konsumen
 - C. Kurang bervariasi dan kurang sesuai dengan kebutuhan konsumen

- c. Bagaimana menurut anda ukuran produk Jenang Karomah Kudus, apakah seragam untuk setiap jenis yang sama dengan kata lain ukuran tersebut beraturan?
- A. Sama dan beraturan
 - B. Cukup sama dan cukup beraturan
 - C. Kurang sama dan kurang beraturan

5. DAYA TAHAN

- a. Bagaimana menurut anda daya tahan atau ketahanan produk Jenang Karomah Kudus ?
- A. Bertahan lama
 - B. Cukup bertahan lama
 - C. Kurang bertahan lama
- b. Bagaimana menurut anda ketahanan Produk Jenang Karomah Kudus dibandingkan dengan produk sejenisnya?
- A. Lebih tahan lama dibandingkan produk sejenisnya
 - B. Sama tahan lamanya dengan produk sejenis
 - C. Kurang tahan lama dibandingkan produk sejenisnya

KEPUASAN KONSUMEN

1. HARAPAN KONSUMEN TERPENUHI

- a. Bagaimana menurut anda harga produk jenang karomah kudus sudah sesuai dengan kualitas produk jenang yang anda dapatkan?
- A. Harga sesuai dengan kualitas
 - B. Harga cukup sesuai dengan kualitas
 - C. Harga kurang sesuai dengan kualitas
- b. Bagaimana menurut anda rasa dari jenang yang anda harapkan sebelum membeli sesuai dengan yang anda harapkan setelah melakukan pembelian?
- A. Rasanya sesuai dengan harapan

- B. Rasanya cukup sesuai dengan harapan
- C. Rasanya kurang sesuai dengan harapan
- c. Bagaimana menurut anda mengenai kualitas produk Jenang Karomah Kudus, apakah lebih baik dari yang anda harapkan?
 - A. Lebih dari yang diharapkan
 - B. Sesuai dengan yang diharapkan
 - C. Kurang sesuai dengan yang diharapkan

2. Keinginan Atau Sikap Konsumen untuk Menggunakan Produk Kembali

- a. Bagaimana menurut anda yang sudah melakukan pembelian produk Jenang Karomah Kudus, apakah anda akan melakukan pembelian ulang produk untuk berikutnya?
 - A. Akan melakukan pembelian ulang
 - B. Berpikir dulu sebelum melakukan pembelian ulang
 - C. Membeli produk sejenis di tempat lain
- b. Bagaimana menurut anda mengenai kepercayaan anda terhadap kualitas produk Jenang Kudus Karomah sehingga anda akan melakukan pembelian ulang untuk kedepannya?
 - A. Percaya dengan kualitas produk Jenang Kudus Karomah
 - B. Cukup percaya dengan kualitas produk Jenang Kudus Karomah
 - C. Kurang percaya dengan kualitas produk Jenang Kudus Karomah

3. Merekomendasikan Produk kepada Orang Lain

- a. Apakah anda akan merekomendasikan produk Jenang Karomah Kudus kepada pihak lain?
 - A. Merekomendasikan ke keluarga
 - B. Merekomendasikan ke tetangga
 - C. Merekomendasikan ke teman
- b. Setelah anda melakukan pembelian, bagaimana cara anda merekomendasikan produk Jenang Kudus Karomah ke orang lain?

- A. Memfoto dan membagikannya melalui sosial media
- B. Mulut ke mulut (*Word of mouth*)
- C. Merekomendasikan hanya saat ditanya saja



Lampiran 2. Lembar Wawancara

Daftar Pertanyaan Wawancara Kepada Pemilik Usaha Jenang Karomah Kudus

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Jabatan :

Pertanyaan:

1. Bagaimana sejarah usaha Jenang Kudus Karomah didirikan?
2. Produk apa saja yang anda jual?
3. Varian apa saja dari produk yang anda jual?
4. Berapa harga produk yang anda jual?
5. Bagaimana anda menentukan standar rasa agar disukai konsumen?
6. Bagaimana anda menjaga cita rasa produk agar tetap sama dari waktu ke waktu?
7. Apakah ada standar khusus dalam pembuatan jenang kudus karomah?
8. Apakah terdapat pembagian tugas dalam mengelola jenang kudus mulai dari proses produksi hingga pendistribusian produk kepada konsumen?
9. Berapa lama daya tahan jenang karomah kudus serta adakah petunjuk khusus dalam penyimpanannya sehingga produk lebih tahan lama?
10. Apakah terdapat tanggal kadaluarsa pada kemasan produk?
11. Kemasan ukuran berapa saja yang tersedia untuk jenang karomah kudus?
12. Siapakah yang mendesain kemasan?
13. Apakah selama ini terdapat keluhan tentang kemasan produk dari para konsumen?

Daftar pertanyaan wawancara kepada konsumen

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pendidikan Terakhir :

Pertanyaan:

1. Apakah anda sering melakukan pembelian di jenang karomah kudus?
2. Jika iya, berapa lama anda berlangganan di jenang karomah kudus?
3. Apakah alasan anda memilih toko karomah kudus untuk membeli jenang?
4. Darimana anda mengetahui tentang jenang karomah kudus?
5. Bagaimana menurut anda rasa dari jenang karomah kudus?
6. Bagaimana menurut anda pengemasan jenang dari karomah kudus?
7. Bagaimana ekspektasi atau harapan anda sebelum melakukan pembelian di jenang karomah kudus?
8. Apakah harapan anda terpenuhi dan sesuai setelah anda melakukan pembelian?
9. Apakah anda akan melakukan pembelian ulang di jenang karomah kudus?
10. Apakah alasan anda melakukan pembelian ulang produk?
11. Jika tidak melakukan pembelian ulang produk, apakah alasan anda?
12. Apakah anda akan merekomendasikan jenang karomah kudus kepada orang lain?
13. Apakah anda memposting foto produk jenang karomah kudus di media sosial setelah anda melakukan pembelian?
14. Jika iya, apakah alasan anda melakukan posting produk tersebut?

Lampiran 3. Tabel Daftar Pusat Pertokoan Jenang di Kudus

Tabel. 1.1 Daftar Pusat Pertokoan Jenang di Kudus

No.	Nama Usaha	Alamat
1.	Jenang Kudus Mubarak	Jl. Sunan Muria No.33, Glantengan, Kec. Kota Kudus
2.	Pusat Jenang Kudus Menara	l. Sosrokartono, Kudus, Kaliputu, Kec. Kota Kudus
3.	Jenang Kudus Abadi	Rendeng, Kec. Kota Kudus
4.	Pusat Jenang Karomah Kudus	Jl. Sosrokartono No.263, RT.1/RW.2, Kudus, Kaliputu, Kec. Kota Kudus
5.	Pusat Jenang Kudus Barokah Asli	Jalan Lingkar Timur, Tj. Tengah, Jetis Kapuan, Jati, Kudu
6.	Pusat Jenang Asia Aminah	Jl. Masjid No.27, Kudus, Demaan, Kec. Kota Kudus
7.	Jenang Kudus Jadi Jaya	Jl. Anggrek, Rendeng, Kec. Kota Kudus
8.	Jenang Asih Kudus	Gg. 1, Kudus, Kaliputu, Kec. Kota Kudus
9.	Jenang Kudus Aliya	Jl. Sosrokartono No.289, Kudus, Kaliputu, Kec. Kota Kudus
10.	Pusat Jenang Kudus Cap Tiga Enam	Krajan Kidul, Jepangakis, Kec. Jati, Kabupaten Kudus
11.	Pusat Jenang Muntjul	Jalan Doktor Lukmonohadi No.76, Krajan, Panjunan, Kec. Kota Kudus
12.	Jenang Nikmah	Ds. Kaliputu Gang III No 74 Kudus
13.	Pusat Jenang Amanah	Ds. Kaliputu RT. 01 RW. 02 No. 263 Kec. Kota Kudus
14.	Pusat Jenang Cakra	Ds. Kaliputu Gg II RT 02 RW 02
15.	Pusat Jenang Marlina	Ds. Singocandi RT. 03 RW. 03 Kec. Kota Kudus
16.	Pusat Jenang Monalisa	Ds. Temulus RT. 01 RW. 06 Kec. Mejobo Kab. Kudus
17.	Pusat Jenang Zaitun	Jl. Kudus Colo KM 5 Ds. Cendono Kudus
18.	Pusat Jenang Prima Sari Kudus	Ds. Ngembalrejo RT. 03 RW. 05 Kec. Bae Kab. Kudus
19.	Pusat Jenang Sinar	Ds. Kaliputu No. 64 RT.08 RW.01 Kec. Kota Kudus

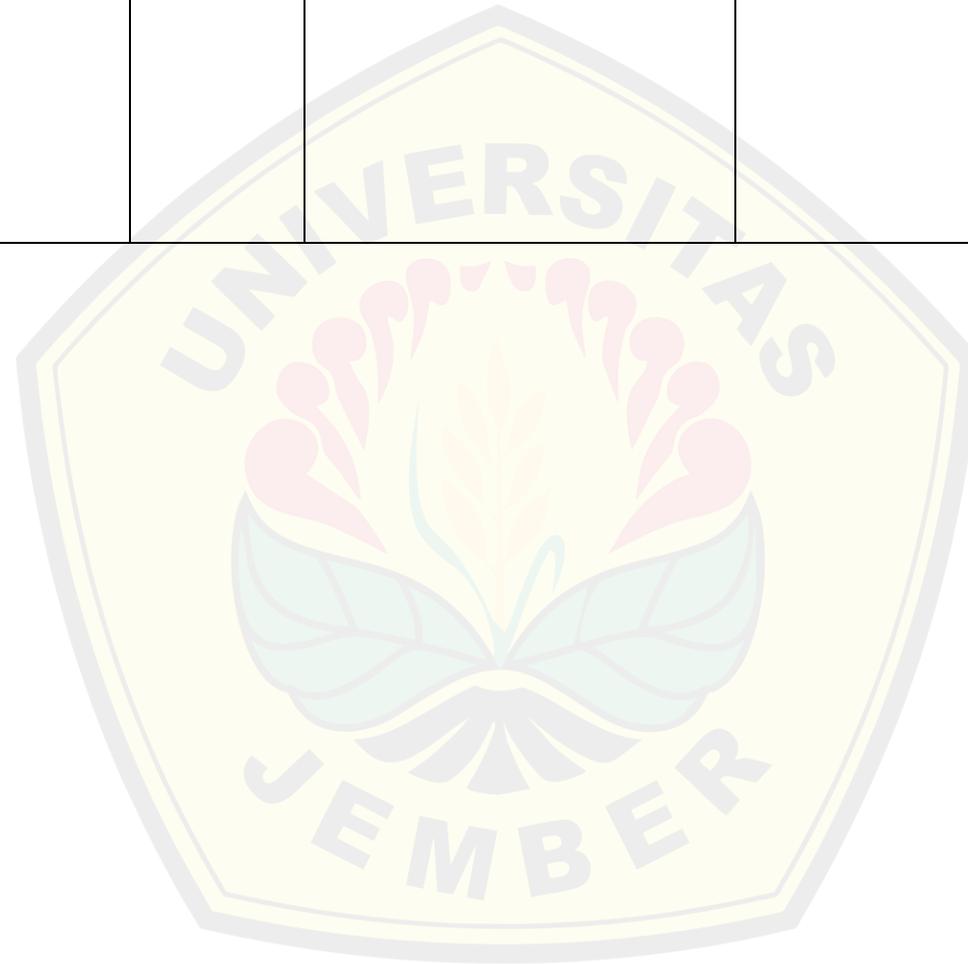
Sumber: Disperindag Kabupaten Kudus, 2019.

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Lampiran 4. Matrik Penelitian

Judul	Rumusan Masalah	Variabel	Indikator	Sumber data	Metode Penelitian
Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus	Adakah pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk jenang karomah kudas?	Variabel bebas (X) Kualitas produk Variabel Terikat (Y) Kepuasan konsumen	Menurut Marsum (2005:159) ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur kualitas sebuah makanan yaitu : 1) Rasa 2) Warna 3) Kemasan 4) Ukuran 5) Daya tahan Adapun indikator variabel (y)kepuasan konsumen menurut (Rondonuwu, 2013:722) 1) Harapan 2) Pembelian ulang 3) Merekomendasikan	Data Primer: diperoleh dari hasil kuesioner dan wawancara pada konsumen Jenang Kudus Karomah Data Sekunder: 1) Buku dan Jurnal 2) Laman resmi 3) Artikel	1) Metode penelitian kuantitatif korelasional 2) Sampling metode <i>non probability sampling</i> 3) Metode pengumpulan data: kuesioner, wawancara, 4) Pengolahan data yaitu: editing, scoring, dan tabulasi 5) Uji instrumen penelitian: uji reliabilitas, uji validitas 6) Metode analisis data: analisis inferensial Analisis regresi linear sederhana $\hat{Y} = a + bX$ (Sugiyono, 2017:261) Analisis varian garis regresi $R_{xy} = \frac{a\sum XY}{\sqrt{\sum X^2 Y^2}}$ (Sugiyono, 2017:228) Uji F $F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$ (Sugiyono, 2017:235)

Judul	Rumusan Masalah	Variabel	Indikator	Sumber data	Metode Penelitian
					Koefisien determinasi $R^2 (1) \times 100\% = \dots\%$ (Arikunto, 2014:161) Standart error of estimate $S_{Y,X} = \sqrt{\frac{\sum(y-y_r)^2}{n-2}}$ (Hadi, 2004:85)



Lampiran 5. Hasil Tabulasi Variabel

Hasil Tabulasi Variabel X

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	JUMLAH
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	40
2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	39
3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	38
4	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	36
5	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
6	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	36
7	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	36
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	41
10	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	37
11	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	40
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	41
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	41
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	41
15	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	39
16	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	38
17	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	36
18	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	37
19	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	34
20	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	36
21	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	34
22	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	37
23	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	36
24	2	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	38
25	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	33
26	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	39
27	3	3	1	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	33

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	JUMLAH
28	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	38
29	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	35
30	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	36
31	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	31
32	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	36
33	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	36
34	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	39
35	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	34
36	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	33
37	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	36
38	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	38
39	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	35
40	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	39

Hasil Tabulasi Variabel Y

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Jumlah
1	3	3	3	3	3	3	3	21
2	3	2	3	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	2	3	3	3	3	3	20
5	3	3	3	3	3	3	3	21
6	2	2	2	3	3	3	2	17
7	2	2	2	3	3	3	2	17
8	3	3	3	3	3	3	3	21
9	3	3	3	3	3	3	3	21
10	3	2	3	3	3	3	3	20
11	2	3	3	3	3	3	3	20
12	3	3	3	3	3	3	3	21
13	3	3	3	3	3	3	3	21
14	3	3	3	3	3	3	3	21
15	3	2	3	3	3	3	3	20
16	3	2	3	3	3	3	3	20
17	3	3	3	3	3	3	3	21
18	3	3	3	3	3	3	3	21
19	3	3	3	3	1	3	3	19
20	3	2	3	3	3	3	3	20
21	3	2	3	3	1	2	3	17
22	3	3	3	3	3	3	3	21
23	3	2	3	3	1	3	3	18
24	3	3	3	3	3	3	3	21
25	2	3	2	2	3	3	2	17
26	3	3	3	3	3	3	3	21
27	2	3	2	3	1	3	2	16
28	2	3	3	3	3	3	2	19
29	2	3	3	2	3	3	2	18
30	3	2	3	3	3	3	3	20
31	2	2	3	2	3	2	2	16
32	3	3	3	3	3	3	3	21
33	3	3	3	3	3	3	3	21
34	2	3	3	3	3	2	3	19
35	2	2	3	3	3	2	1	16
36	2	2	3	2	3	2	2	16
37	2	2	3	3	3	2	3	18
38	3	3	3	3	3	3	3	21
39	3	2	3	3	3	3	2	19
40	3	3	3	3	3	3	3	21

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Hasil Analisis Deskriptif Variabel X**X1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	22,5	22,5	22,5
	3	31	77,5	77,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	21	52,5	52,5	52,5
	3	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	12,5	12,5	12,5
	3	35	87,5	87,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	19	47,5	47,5	47,5
	3	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	10,0	10,0	10,0
	3	36	90,0	90,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	16	40,0	40,0	40,0
	3	24	60,0	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	27,5	27,5	27,5
	3	29	72,5	72,5	100,0
Total		40	100,0	100,0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	10,0	10,0	10,0
	3	36	90,0	90,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,5	2,5	2,5
	2	17	42,5	42,5	45,0
	3	22	55,0	55,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

X10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	15,0	15,0	15,0
	3	34	85,0	85,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	42,5	42,5	42,5
	3	23	57,5	57,5	100,0
Total		40	100,0	100,0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	42,5	42,5	42,5
	3	23	57,5	57,5	100,0
Total		40	100,0	100,0	

X13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	30,0	30,0	30,0
	3	28	70,0	70,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

X14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	30	75,0	75,0	75,0
	3	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Analisis Deskriptif Variabel Y**Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	30,0	30,0	30,0
	3	28	70,0	70,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	16	40,0	40,0	40,0
	3	24	60,0	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	10,0	10,0	10,0
	3	36	90,0	90,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	10,0	10,0	10,0
	3	36	90,0	90,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	10,0	10,0	10,0
	3	36	90,0	90,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	15,0	15,0	15,0
	3	34	85,0	85,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,5	2,5	2,5
	2	9	22,5	22,5	25,0
	3	30	75,0	75,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Varabel X

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	TOTALX
X1	Pearson Correlation	1	.153	-.023	.327*	.220	.293	-.064	-.180	.408**	.109	.142	-.100	.039	.035	.413**
	Sig. (2-tailed)		.346	.890	.040	.174	.066	.696	.267	.009	.503	.381	.540	.810	.832	.008
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2	Pearson Correlation	.153	1	.208	.103	.150	.061	.025	-.184	-.089	.119	.210	.413**	.076	.029	.431**
	Sig. (2-tailed)	.346		.197	.528	.355	.707	.877	.257	.584	.464	.193	.008	.639	.859	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3	Pearson Correlation	-.023	.208	1	-.057	-.126	.000	-.063	.126	-.190	.265	.134	.287	-.082	.218	.363*
	Sig. (2-tailed)	.890	.197		.728	.439	1.000	.697	.439	.240	.099	.410	.073	.613	.176	.021
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X4	Pearson Correlation	.327*	.103	-.057	1	.350*	.347*	.087	.350*	.181	-.119	-.008	.195	.361*	-.029	.521**
	Sig. (2-tailed)	.040	.528	.728		.027	.028	.594	.027	.264	.464	.963	.228	.022	.859	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X5	Pearson Correlation	.220	.150	-.126	.350*	1	.068	.355*	.167	.168	.093	.051	.219	.509**	.192	.523**
	Sig. (2-tailed)	.174	.355	.439	.027		.677	.025	.304	.301	.567	.757	.174	.001	.234	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X6	Pearson Correlation	.293	.061	.000	.347*	.068	1	.069	.068	.317*	.086	.124	-.186	.134	.000	.427**
	Sig. (2-tailed)	.066	.707	1.000	.028	.677		.674	.677	.046	.599	.446	.251	.411	1.000	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X7	Pearson Correlation	-.064	.025	-.063	.087	.355*	.069	1	.168	.182	.055	.150	.150	.208	.097	.391*
	Sig. (2-tailed)	.696	.877	.697	.594	.025	.674		.300	.262	.737	.355	.355	.198	.552	.013
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

X8	Pearson Correlation	-.180	-.184	.126	.350*	.167	.068	.168	1	.320*	-.140	-.287	.051	.509**	.192	.333*
	Sig. (2-tailed)	.267	.257	.439	.027	.304	.677	.300		.044	.389	.073	.757	.001	.234	.036
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X9	Pearson Correlation	.408**	-.089	-.190	.181	.168	.317*	.182	.320*	1	.147	-.192	-.099	.130	-.026	.372*
	Sig. (2-tailed)	.009	.584	.240	.264	.301	.046	.262	.044		.365	.236	.542	.425	.872	.018
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X10	Pearson Correlation	.109	.119	.265	-.119	.093	.086	.055	-.140	.147	1	.347*	.205	-.122	.081	.366*
	Sig. (2-tailed)	.503	.464	.099	.464	.567	.599	.737	.389	.365		.028	.204	.452	.620	.020
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X11	Pearson Correlation	.142	.210	.134	-.008	.051	.124	.150	-.287	-.192	.347*	1	.182	-.121	.146	.349*
	Sig. (2-tailed)	.381	.193	.410	.963	.757	.446	.355	.073	.236	.028		.262	.456	.369	.027
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X12	Pearson Correlation	-.100	.413**	.287	.195	.219	-.186	.150	.051	-.099	.205	.182	1	-.011	.146	.445**
	Sig. (2-tailed)	.540	.008	.073	.228	.174	.251	.355	.757	.542	.204	.262		.946	.369	.004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X13	Pearson Correlation	.039	.076	-.082	.361*	.509**	.134	.208	.509**	.130	-.122	-.121	-.011	1	.252	.446**
	Sig. (2-tailed)	.810	.639	.613	.022	.001	.411	.198	.001	.425	.452	.456	.946		.117	.004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X14	Pearson Correlation	.035	.029	.218	-.029	.192	.000	.097	.192	-.026	.081	.146	.146	.252	1	.390*
	Sig. (2-tailed)	.832	.859	.176	.859	.234	1.000	.552	.234	.872	.620	.369	.369	.117		.013
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTALX	Pearson Correlation	.413**	.431**	.363*	.521**	.523**	.427**	.391*	.333*	.372*	.366*	.349*	.445**	.446**	.390*	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.006	.021	.001	.001	.006	.013	.036	.018	.020	.027	.004	.004	.013	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

Hasil Uji Validitas Varabel Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.134	.509**	.509**	-.082	.489**	.732**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.411	.001	.001	.613	.001	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Y2	Pearson Correlation	.134	1	.068	.068	.000	.372*	.266	.495**
	Sig. (2-tailed)	.411		.677	.677	1.000	.018	.098	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Y3	Pearson Correlation	.509**	.068	1	.167	.126	-.140	.484**	.515**
	Sig. (2-tailed)	.001	.677		.304	.439	.389	.002	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Y4	Pearson Correlation	.509**	.068	.167	1	-.126	.327*	.484**	.515**
	Sig. (2-tailed)	.001	.677	.304		.439	.040	.002	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Y5	Pearson Correlation	-.082	.000	.126	-.126	1	.053	-.057	.355*
	Sig. (2-tailed)	.613	1.000	.439	.439		.746	.728	.025
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Y6	Pearson Correlation	.489**	.372*	-.140	.327*	.053	1	.329*	.589**
	Sig. (2-tailed)	.001	.018	.389	.040	.746		.038	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
Y7	Pearson Correlation	.732**	.266	.484**	.484**	-.057	.329*	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.098	.002	.002	.728	.038		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTALY	Pearson Correlation	.760**	.495**	.515**	.515**	.355*	.589**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.001	.025	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Predicted Value
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	19.425000
	Std. Deviation	1.3665458
Most Extreme Differences	Absolute	.139
	Positive	.139
	Negative	-.111
Test Statistic		.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 9. Uji Linearitas

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
agresivitas * religiusitas	Between Groups	(Combined)	85,875	10	8,588	7,346	,000
		Linearity	72,830	1	72,830	62,303	,000
		Deviation from Linearity	13,045	9	1,449	1,240	,310
	Within Groups		33,900	29	1,169		
	Total		119,775	39			

Lampiran 10. Analisis Inferensial

Hasil Analisis Inferensial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.367	2.488		.148	.883
	X	.513	.067	.780	7.678	.000

a. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.598	1.111

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Lampiran 11. r Tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of	
	5%	1%		5%	1
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.391	0.498	175	0.178	0.237
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 12. t Tabel

TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
1	1,000000	3,077684	6,313752	12,706205	31,820516	63,656741	318,308839
2	0,816497	1,885618	2,919986	4,302653	6,964557	9,924843	22,327125
3	0,764892	1,637744	2,353363	3,182446	4,540703	5,840909	10,214532
4	0,740697	1,533206	2,131847	2,776445	3,746947	4,604095	7,173182
5	0,726687	1,475884	2,015048	2,570582	3,364930	4,032143	5,893430
6	0,717558	1,439756	1,943180	2,446912	3,142668	3,707428	5,207626
7	0,711142	1,414924	1,894579	2,364624	2,997952	3,499483	4,785290
8	0,706387	1,396815	1,859548	2,306004	2,896459	3,355387	4,500791
9	0,702722	1,383029	1,833113	2,262157	2,821438	3,249836	4,296806
10	0,699812	1,372184	1,812461	2,228139	2,763769	3,169273	4,143700
11	0,697445	1,363430	1,795885	2,200985	2,718079	3,105807	4,024701
12	0,695483	1,356217	1,782288	2,178813	2,680998	3,054540	3,929633
13	0,693829	1,350171	1,770933	2,160369	2,650309	3,012276	3,851982
14	0,692417	1,345030	1,761310	2,144787	2,624494	2,976843	3,787390
15	0,691197	1,340606	1,753050	2,131450	2,602480	2,946713	3,732834
16	0,690132	1,336757	1,745884	2,119905	2,583487	2,920782	3,686155
17	0,689195	1,333379	1,739607	2,109816	2,566934	2,898231	3,645767
18	0,688364	1,330391	1,734064	2,100922	2,552380	2,878440	3,610485
19	0,687621	1,327728	1,729133	2,093024	2,539483	2,860935	3,579400
20	0,686954	1,325341	1,724718	2,085963	2,527977	2,845340	3,551808
21	0,686352	1,323188	1,720743	2,079614	2,517648	2,831360	3,527154
22	0,685805	1,321237	1,717144	2,073873	2,508325	2,818756	3,504992
23	0,685306	1,319460	1,713872	2,068658	2,499867	2,807336	3,484964
24	0,684850	1,317836	1,710882	2,063899	2,492159	2,796940	3,466777
25	0,684430	1,316345	1,708141	2,059539	2,485107	2,787436	3,450189
26	0,684043	1,314972	1,705618	2,055529	2,478630	2,778715	3,434997
27	0,683685	1,313703	1,703288	2,051831	2,472660	2,770683	3,421034
28	0,683353	1,312527	1,701131	2,048407	2,467140	2,763262	3,408155
29	0,683044	1,311434	1,699127	2,045230	2,462021	2,756386	3,396240
30	0,682756	1,310415	1,697261	2,042272	2,457262	2,749996	3,385185
31	0,682486	1,309464	1,695519	2,039513	2,452824	2,744042	3,374899
32	0,682234	1,308573	1,693889	2,036933	2,448678	2,738481	3,365306
33	0,681997	1,307737	1,692360	2,034515	2,444794	2,733277	3,356337
34	0,681774	1,306952	1,690924	2,032245	2,441150	2,728394	3,347934
35	0,681564	1,306212	1,689572	2,030108	2,437723	2,723806	3,340045
36	0,681366	1,305514	1,688298	2,028094	2,434494	2,719485	3,332624
37	0,681178	1,304854	1,687094	2,026192	2,431447	2,715409	3,325631
38	0,681001	1,304230	1,685954	2,024394	2,428568	2,711558	3,319030
39	0,680833	1,303639	1,684875	2,022691	2,425841	2,707913	3,312788
40	0,680673	1,303077	1,683851	2,021075	2,423257	2,704459	3,306878

Lampiran 13. Transkrip Wawancara

Wawancara dengan Pemilik Pusat Jenang Kudus Karomah

Peneliti : Bagaimana sejarah usaha Jenang Kudus Karomah didirikan?

Responden : Jadi awalnya itu Jenang Kudus Karomah berdiri pada tahun 1995, tapi sebelum itu ada PJ. Muria dari nenek saya, pada tahun 1960an nenek saya berjualan kerupuk, dan pada saat itu cuacanya hujan terus, pada tahun 1973 nenek saya memutuskan untuk membuat jenang dikarenakan cuaca hujan yang berkepanjangan, kerupuk nenek saya tidak bisa dijemur. Pada tahun 1995 Bapak saya membuat produk sendiri dengan nama Jenang Karomah, kalau Jenang Karomah sendiri baru dua periode atau penerus.

Peneliti : Produk apa saja yang anda jual?

Responden : Kalau di outlet kita Pusat Jenang Karomah itu kita menjual selain jenang itu ada madu mongso juga, ada keciput dan oleh-oleh dari beberapa kota, jadi kita menampung titip jual pada beberapa UMKM.

Peneliti : Varian apa saja dari produk yang anda jual?

Responden : Awal mula pada berdirinya Jenang Kudus Karomah hanya mempunyai rasa jenang wijen, durian dan moka, lalu seiring berkembangnya zaman karena konsumen mungkin bosan dengan rasa jenang yang itu-itu saja, lalu kita membuat beberapa varian rasa seperti coklat susu, sirsat, strawberi dan kacang hijau.

Peneliti : Berapa harga produk yang anda jual?

Responden : Untuk harga tergantung pada kemasan, bervariasi ada yang kemasan kardus, plastik dan mika.

Peneliti : Bagaimana anda menentukan standar rasa agar disukai konsumen?

Responden : Kalau rasa kita melihat segmen rasa, kita melihat masyarakat, dikarenakan selera masyarakat berbeda-beda. Kita juga pernah berkreasi membuat jenang tomat, jenang rasa kurma, bahkan kita juga pernah membuat jenang rasa

ikan bandeng, kita lihat penjualannya, kalau penjualannya stabil kita akan terus memproduksi jenang dengan rasa-rasa itu tadi, dikarenakan penjualan pada rasa-rasa jenang tertentu tidak terlalu ramai, jadi kita menghentikan produksi jenang dengan rasa-rasa yang tadi.

Peneliti : Bagaimana anda menjaga cita rasa produk agar tetap sama dari waktu ke waktu?

Responden : Kita punya standar untuk proses produksi, dari bahan baku kita mengambil bahan baku yang berkualitas, kita memakai tepung dengan merk Rose Brand, jadinya kualitas dan kehygienisannya jelas, dari proses pemasakkan, proses takaran air juga kita pantau untuk menjaga cita rasa jenang.

Peneliti : Apakah ada standar khusus dalam pembuatan jenang kudus karomah?

Responden : Iya itu tadi kita kontrol beratnya gula, jumlah tepung, jumlah air ada takarannya masing-masing, guna menjaga kekonsistenan rasa.

Peneliti : Apakah terdapat pembagian tugas dalam mengelola jenang kudus mulai dari proses produksi hingga pendistribusian produk kepada konsumen?

Responden : Iya, kita punya tempat produksi dengan beberapa tenaga kerja, proses pemotongan dan pengemasan juga ada bagiannya sendiri, kita juga punya toko jadi kita punya karyawan untuk menjaga toko.

Peneliti : Berapa lama daya tahan jenang karomah kudus serta adakah petunjuk khusus dalam penyimpanannya sehingga produk lebih tahan lama?

Responden : Kalau petunjuk khusus penyimpanan kita tidak ada, kita hanya menyampaikan ketika konsumen datang membeli.

Peneliti : Apakah terdapat tanggal kadaluarsa pada kemasan produk?

Responden : Ada, karena kita tidak hanya membuat satu produk dan beberapa varian, ada yang mampu bertahan dua bulan, ada yang kuat bertahan tiga bulan tergantung dari rasa jenang.

Peneliti : Kemasan ukuran berapa saja yang tersedia untuk jenang karomah kudus?

Responden : Kalau di toko kita ada kemasan satu perempat kilo, setengah kilo, satu kilo ada juga kemasan dengan isi 15 biji, 30 biji, dan 40 biji.

Peneliti : Siapakah yang mendesain kemasan?

Responden : Kita punya langganan percetakan, jadi urusan desain kita serahkan ke percetakan sesuai dengan permintaan kita.

Peneliti : Apakah selama ini terdapat keluhan tentang kemasan prodk dari konsumen?

Responden : Ada, beberapa konsumen ada yang meminta kemasan jenang yang kecil 200 gram, Alhamdulillah pada saat itu juga kita bisa langsung bisa mengatasinya, dengan membuat kemasan dari plastik.

Peneliti : Baik mas, hanya itu saja yang saya tanyakan, saya mohon maaf jika ada pertanyaan yang kurang berkenan. Terimakasih banyak mas.

Responden : Iya mas, tidak apa-apa. Sama-sama mas

Wawancara dengan Responden 1

Peneliti : Apakah anda sering melakukan pembelian di jenang karomah kudus?

Responden : Ya bisa dibilang cuku sering sih.

Peneliti : Jika iya, berapa lama anda berlangganan di jenang karomah kudus?

Responden : Sudah lama, mungkin sekitar lima tahunan ada.

Apakah alasan anda memilih toko karomah kudus untuk membeli jenang?

Responden : Karena selain sudah berlangganan, Jenang Karomah Kudus itu enak dan relatif murah buat saya.

Peneliti : Darimana anda mengetahui tentang jenang karomah kudus?

Responden : Dari teman-teman dan keluarga saya.

Peneliti : Bagaimana menurut anda rasa dari jenang karomah kudus?

Responden : Bisa dibilang enak dan bisa disaingkan dengan prosuk yang sejenis.

Peneliti : Bagaimana menurut anda pengemasan jenang dari karomah kudus?

Responden : Menurut saya sudah cukup baik, namun bisa lebih ditingkatkan kembali, jika dibandingkan dengan jenang dari brand lain bisa dibilang terlalu biasa.

Peneliti : Bagaimana ekspektasi atau harapan anda sebelum melakukan pembelian di jenang karomah kudus?

Responden : Ekspektasi saya terpenuhi karena harganya sebanding dengan kualitas dan rasanya

Peneliti : Apakah harapan anda terpenuhi dan sesuai setelah anda melakukan pembelian?

Responden : Iya, terpenuhi

Peneliti : Apakah anda akan melakukan pembelian ulang di jenang karomah kudus?

Responden : Pastinya saya akan membeli lagi Jenang Kudus Karomah

Peneliti : Apakah alasan anda melakukan pembelian ulang produk?

Responden : Karena harganya murah dan rasan cukup enak.

Peneliti : Apakah anda akan merekomendasikan jenang karomah kudus kepada orang lain?

Responden : Kepada teman dan keluarga

Peneliti : Apakah anda memposting foto produk jenang karomah kudus di media sosial setelah anda melakukan pembelian? Jika iya, apakah alasan anda melakukan posting produk tersebut?

Responden : Saya tidak memposting, saya hanya merekomendasikan ke orang lain.

Peneliti : Baik itu saja yang saya tanyakan. Terimakasih

Responden : Iya, sama-sama

Wawancara dengan Responden 2

Peneliti : Apakah anda sering melakukan pembelian di jenang karomah kudus?

Responden : Sering mas

Peneliti : Jika iya, berapa lama anda berlangganan di jenang karomah kudus?

Responden : Udah lama mas, dari saya masih perjaka sampai saya sudah punya anak dua.

Apakah alasan anda memilih toko karomah kudus untuk membeli jenang?

Responden : Karena enak dan murah.

Peneliti : Darimana anda mengetahui tentang jenang karomah kudus?

Responden : Teman-teman, teman-teman saya banyak yang beli disitu.

Peneliti : Bagaimana menurut anda rasa dari jenang karomah kudus?

Responden : Pas dilidah

Peneliti : Bagaimana menurut anda pengemasan jenang dari karomah kudus?

Responden : Bagus, sering juga saya bawa keluar kota.

Peneliti : Bagaimana ekspektasi atau harapan anda sebelum melakukan pembelian di jenang karomah kudus?

Responden : Ekspektasi saya rasa jenangnya enak.

Peneliti : Apakah harapan anda terpenuhi dan sesuai setelah anda melakukan pembelian?

Responden : iya mas, terpenuhi karena rasanya enak.

Peneliti : Apakah anda akan melakukan pembelian ulang di jenang karomah kudus?

Responden : InsyaAllah mas.

Peneliti : Apakah alasan anda melakukan pembelian ulang produk?

Responden : Ya itu tadi mas, karena rasanya enak dan harganya murah

Peneliti : Apakah anda akan merekomendasikan jenang karomah kudu kepada orang lain?

Responden : Tentu mas.

Peneliti : Apakah anda memposting foto produk jenang karomah kudu di media sosial setelah anda melakukan pembelian? Jika iya, apakah alasan anda melakukan posting produk tersebut?

Responden : Tidak saya posting saya hanya, menyampaikan ke keluarga dan teman saya

Peneliti : Baik itu saja yang saya tanyakan. Terimakasih

Responden : Iya, sama-sama

Wawancara dengan Responden 3

Peneliti : Apakah anda sering melakukan pembelian di jenang karomah kudus?

Responden : Iya sering.

Peneliti : Jika iya, berapa lama anda berlangganan di jenang karomah kudus?

Responden : Kurang lebih satu tahun.

Apakah alasan anda memilih toko karomah kudus untuk membeli jenang?

Responden : Karena rasanya enak dan khas.

Peneliti : Darimana anda mengetahui tentang jenang karomah kudus?

Responden : Dari teman saya.

Peneliti : Bagaimana menurut anda rasa dari jenang karomah kudus?

Responden : Enak dan khas

Peneliti : Bagaimana menurut anda pengemasan jenang dari karomah kudus?

Responden : Kemasanya sudah baik, ya selayaknya kemasan jenang pada umumnya.

Peneliti : Bagaimana ekspektasi atau harapan anda sebelum melakukan pembelian di jenang karomah kudus?

Responden : Tidak ada ekspektasi apapun, karena udah sering beli

Peneliti : Apakah harapan anda terpenuhi dan sesuai setelah anda melakukan pembelian?

Responden : Iya sangat terpenuhi dan sesuai.

Peneliti : Apakah anda akan melakukan pembelian ulang di jenang karomah kudus?

Responden : Iya mas jelas...

Peneliti : Apakah alasan anda melakukan pembelian ulang produk?

Responden : Karena harganya cukup terjangkau dibandingkan jenang yang terkenal di Kudus

Peneliti : Apakah anda akan merekomendasikan jenang karomah kudus kepada orang lain?

Responden : Oh iya, saya juga sudah merekomendasikan ke teman-teman SMP saya dulu.

Peneliti : Apakah anda memposting foto produk jenang karomah kudus di media sosial setelah anda melakukan pembelian? Jika iya, apakah alasan anda melakukan posting produk tersebut?

Responden : Tidak saya posting tapi saya berikan jenangnya langsung ke teman saya biar tahu rasanya secara langsung

Peneliti : Baik itu saja yang saya tanyakan. Terimakasih

Responden : Iya, sama-sama.

Lampiran 14 Data Responden

No.	Nama	Usia (Th)	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir
1	Rizky Maulina H.	26-34	Wiraswasta	SMA/Sederajat
2	Fuadi Anwar	18-25	Pegawai	SMA/Sederajat
3	Farah Rizky	18-25	DII	SMA/Sederajat
4	Linda Rahma Sari	18-25	Mahasiswa	SMA/Sederajat
5	Widi	35-44	Wiraswasta	SMA/Sederajat
6	M. Diyaul Akrom	18-25	Wiraswasta	S1/S2/S3
7	Ashari	>50	Wiraswasta	S1/S2/S3
8	Istiqomah	18-25	Mahasiswa	SMA/Sederajat
9	Eka Zulianti	26-34	Wiraswasta	SMA/Sederajat
10	Ely	35-44	Pegawai	SMA/Sederajat
11	Muchtar K.	>50	DII	SMA/Sederajat
12	Tutik	>50	Wiraswasta	SMA/Sederajat
13	Ngusmini	>50	Wiraswasta	SMA/Sederajat
14	Kiki	18-25	Mahasiswa	S1/S2/S3
15	Moh. Shifa Mujahidin	18-25	Wiraswasta	SMA/Sederajat
16	Afifah Nur Aliyyah	18-25	Pegawai	S1/S2/S3
17	Eka C. Wahidyanty	>50	Wiraswasta	S1/S2/S3
18	Rani Septi Rahmawati	18-25	Petani	SMP/Sederajat
19	Muhammad Dhiyaa R.	18-25	Pegawai	S1/S2/S3
20	Djoko Sanjoto	>50	DII	S1/S2/S3
21	Tiara Naili R.	18-25	Pegawai	S1/S2/S3
22	Hisyam Abidtya Akrom	18-25	Mahasiswa	SMA/Sederajat
23	Muchamad Devid I.	18-25	Mahasiswa	SMA/Sederajat
24	Rosalia Agustina H.	18-25	DII	S1/S2/S3
25	Ali Alif Alfiyan J.	18-25	Mahasiswa	S1/S2/S3
26	Dandy Dwi Putra	18-25	Mahasiswa	SMA/Sederajat
27	Fahri	18-25	Wiraswasta	S1/S2/S3
28	Shoma Roby Fauziah	26-34	DII	S1/S2/S3
29	Berliana N. F	26-34	Wiraswasta	SMA/Sederajat
30	Zufar Akmal	18-25	Mahasiswa	SMA/Sederajat
31	Lutfi FAdhilla N.	18-25	Wiraswasta	SMA/Sederajat
32	Sani Fahri Arief	18-25	Mahasiswa	SMA/Sederajat
33	Galang Nova	18-25	Pegawai	S1/S2/S3
34	Budi Nugroho	>50	Wiraswasta	SMA/Sederajat
35	Izzatin Naila Khusna	18-25	Pegawai	S1/S2/S3
36	Sri Rusmini	45-50	Wiraswasta	SMA/Sederajat
37	Rajib Hasbullah Nafi	18-25	Mahasiswa	SMA/Sederajat
38	Muhammad Ulil Albab	26-34	Wiraswasta	SMA/Sederajat
39	Hijja Nifal Muna	18-25	DII	S1/S2/S3
40	Musdalifah Ainun	26-34	Pegawai	S1/S2/S3

Lampiran 15. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1.1 Pusat Jenang Karomah



Gambar 1.2 Proses Produksi Jenang dan Pengemasan



Gambar 1.3 Beberapa Varian Jenang Kudus Karomah



Gambar 1.4 Pengisian Kuesioner Oleh Konsumen Jenang Kudus Karomah



Gambar 1.5 Proses Wawancara dengan Perwakilan Pusat Jenang Kudus Karomah dan Beberapa Konsumen.

Surat Persetujuan Penelitian

Yang bertanda tangan dibawah ini selaku pemilik Pusat Jenang Kudus Karomah, menerangkan bahwa sesungguhnya saudara :

Nama : Muchamad Abdul Rozak
NIM : 170210301045
Universitas : Universitas Jember
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengerahuan Sosial

Mahasiswa tersebut sudah disetujui dan benar-benar melakukan penelitian di Pusat Jenang Kudus Karomah pada bulan juli hingga agustus 2022. Dengan judul penelitian :

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
JENANG KUDUS KAROMAH

Demikian surat persetujuan ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Kudus, 28 Agustus 2022

Pemilik Pusat Jenang Kudus Karomah


Masfuah Enti Aliyah

Gambar 1.6 Surat Persetujuan Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor 9223/JN25.1.5/LT/2022

28 JUN 2022

Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Ibu / Bapak Pemilik
Pusat Jenang Karomah Kudus

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.

Nama : Muchamad Abdul Rozak
NIM : 170210301045
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Waktu Pelaksanaan : Juli s/d Agustus 2022

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Jenang Karomah Kudus". Sehubungan dengan hal tersebut mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.



Nu'Iman, Ph.D
NIP. 19650601 1993021 1 001

Gambar 1.7 Surat Izin Penelitian

Lampiran 16. Biodata Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas**

1. Nama : Muchamad Abdul Rozak
2. Tempat, tanggal lahir : Kudus, 14 April 1999
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Nama orangtua
 - a) Ibu : Suwitami
 - b) Ayah : Sunardi
6. Alamat : Damaran RT 01 / RW 01 Kec Kota Kab. Kudus
7. E-mail : mabdlrzak18@gmail.com

B. Pendidikan

No.	Sekolah	Tempat	Tahun
1	SD 2 Purwosari	Kudus	2005-2011
2	SMP 1 Muhammadiyah 1 Kudus	Kudus	2012-2014
3	SMAN 2 Kudus	Kudus	2015-2017
4	Universitas Jember	Kudus	2017-2022