

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KUKIS BAKAR
TANDOBONE DESA PEURA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sintuwu Maroso



OLEH:

ASTRI YUANA KALOA

NPM: 91911404122052

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SINTUWU MAROSO
POSO**

ABSTRAK

Astri Yuana Kaloa, NPM: 91911404122052 dengan judul skripsi “Pengaruh Kualitas dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Kukis Bakar Tandobone.”, dibawah bimbingan **Dr. HOLMES ROLANDY KAPUY, S.E., M.M.**, sebagai pembimbing I dan **ADOLF O.S LUBALU, S.E., M.M.** sebagai pembimbing II.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Pelanggan Kukis Bakar Tandobone.

Penelitian ini dilaksanakan di usaha kukis bakar Tandobone, dengan populasi 30 orang dan semua dijadikan sampel dengan menggunakan nonprobability atau sampel jenuh. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan melalui, wawancara, dokumentasi dan kuisisioner dengan menggunakan daftar pertanyaan, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kualitas menunjukkan nilai t sebesar 0,00 dengan nilai signifikansi 5% , maka $0,00 < 0.05$. dengan nilai signifikansi dibawa 0.05 tersebut menunjukkan kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel cita rasa menunjukkan nilai t sebesar 0,00 dengan nilai signifikansi 5% yaitu $0.00 < 0.05$ dengan nilai signifikansi 0.05 tersebut menunjukkan bahwa cita rasa memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi secara bersama – sama pengujian pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terkaitnya dilakukan dengan menggunakan uji f. Hasil perhitungan statistik nilai f hitung sebesar 53.387 dengan signifikansi sebesar $0.00 < 0.05$. dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa kualitas dan cita rasa secara bersama – sama pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. koefisien determinasi (R^2) = 0,798 Menggambarkan besarnya pengaruh variabel independen (kualitas dan cita rasa) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 0,798 yang berarti besarnya kontribusi pengaruh variabel independen sebesar 79,8,1% dan 20,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas, Cita Rasa, Kepuasan Pelanggan.



Astrid Yuana Kaloa, NPM: 91911404122052. "**The Influence of Quality and Taste on Customer Satisfaction of Baked Tandobone Cookies.**", supervised by Holmes Rolandy Kapuy and Adolf Os Lubalu.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the influence of quality and taste on customer satisfaction with Tandobone Baked Cookies. This research was carried out at the Tandobone baked cookie business, with a population of 30 people and all were sampled using nonprobability or saturated samples. The data used is primary data and secondary data. Data was collected through interviews, documentation and questionnaires using a list of questions, then the data was analyzed using Multiple e Linear Regression analysis.

The test results obtained that the t value for the quality variable shows a t value of 0.00 with a significance value of 5% or 0.05, then $0.00 < 0.05$ with a significance value. It means that quality has a significant influence on customer satisfaction. The test results obtained that the t value for the taste variable shows at value of 0.00 with a value of 5% significance, namely $0.00 < 0.05$ with a significance value of 0.05, showing that taste has a significant influence on customer satisfaction. The results of the regression analysis simultaneously test the influence of the independent variables on the related variables using the f test. The results of statistical calculations calculated the f value of 53,387 with asignificance of $0.00 < 0.05$. with a significance value below 0.05 indicates that quality and y and taste together have a significant influence on customer satisfaction. coefficient of determination (R^2) = 0.798 Describes the magnitude of the influence of the independent variables (quality and taste) on the dependent variable (customer satisfaction) of 0.798, which means that the contribution of the independent variable is 79.8.1% and 20.2% is influenced by other factors not examined in this research.

Keywords: *Quality, Taste, Customer Satisfaction*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIIPOTESIS.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	6
2.1.2 Kualitas Produk.....	6
2.1.3 Cita Rasa.....	7
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Pikir.....	10
2.3 Hipotesis.....	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	11
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	11
3.2 Metode Penelitian.....	11
3.3 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	11
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	11
3.4 Teknik Pengumpulan Data	12
3.5 Populasi dan Sampel.....	13
3.5.1 Populasi.....	13

3.5.2. Sampel	13
3.6. Teknik analisis Data	13
3.6.1 Uji Validitas	14
3.6.2. Uji Reliabilitas	14
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	14
3.6.4. Analisis Regresi Linear berganda	15
3.6.5. Uji Koefisien Determinasi	16
3.6.6 Uji Koefisien Korelasi	16
3.6.7. Uji F	16
3.6.8 Uji t	17
3.7 Defenisi operasional	17
3.7.1 Kualitas Produk (X1).....	17
3.7.2 Cita rasa (X2).....	18
3.7.3 Kepuasan Pelanggan (Y)	18
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Hasil Penelitian.....	19
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian	19
4.1.2 Karakteristik Responden.....	19
4.1.3 Hasil Analisis Data	22
4.2 Pembahasan	30
4.2.1 Hubungann kualitas dan cita rasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	30
4.2.2 Kualitas produk berpengaruh signiifikan terhadap kepuasan pelanggan.	31
4.2.3. Cita Rasa berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan....	31
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	32
5.1. Kesimpulan.....	32
5.2 Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN 1	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pangan saat ini menyediakan makanan ringan seperti kue kering, roti, dan cake selain hidangan pokok (hidangan utama). Bisnis makanan dan minuman mengalami peningkatan persaingan. Agar berhasil di pasar, bisnis memerlukan keunggulan kompetitif, yang dapat dicapai dengan beberapa cara (Paduarsa, 2019).

Kue kering menjadi salah satu alternatif bagi pelanggan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat Indonesia terhadap konsumsi makanan ringan. Kue kering adalah suguhan lezat yang dapat dimakan sendiri atau diberikan sebagai hadiah kepada orang terkasih pada acara-acara khusus seperti Natal atau Idul Fitri. Pelanggan dapat memilih dari berbagai pilihan rasa dan estetika Kue Kering.

Saat Anda menyantap kue kering, Anda mungkin mempunyai pengalaman berbeda.

Industri kue memiliki persaingan yang sangat kompetitif karena inovasi terkini. Banyak orang memperhatikan fenomena ini ketika mereka mengirimkan kue kering dalam satu paket sebagai tanda terima kasih atau ucapan selamat kepada seseorang atau keluarga. Apalagi saat libur lebaran, dimana banyak yang lebih memilih kue kering

tumbuh secara signifikan, mencapai karena menjamurnya usaha di bidang industri roti sehingga menyulitkan pembeli untuk memutuskan kue mana yang akan dibeli. Para koki pastry berlomba-lomba untuk menarik perhatian pelanggan, dengan membuat rencana agar kue-kue mereka dapat dijual dibeli oleh pelanggan.

Salah satu taktik yang digunakan oleh pemilik usaha kue kering adalah untuk meningkatkan kualitas produk sebagai kue kering. Kualitas produk memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan dan pertumbuhan perusahaan. menciptakan produk berkualitas tinggi akan meningkatkan profitabilitas perusahaan dibandingkan menciptakan produk berkualitas rendah.

Hal ini berarti pelanggan akan termotivasi untuk membeli suatu produk, dengan harga yang wajar atau hampir wajar, dengan produk berkualitas tinggi. Salah satu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Seperangkat faktor mengatur kualitas produk.

Cita rasa pada produk yang dihasilkan perusahaan sangat positif untuk merebut kepercayaan konsumen. Rasa ciri khas pada produk yang Anda hasilkan akan menjadi kebutuhan unik konsumen. juga cita rasaberperan penting bagi konsumen untuk memuaskan kebutuhannya. Karena Konsumen akan lebih konsisten membeberkan kualitas suatu produk tertentu. Itu yang tersirat. Perusahaan harus terus mengejar kepercayaan. Konsumen terus menekankan ulasan.dihasilkannya yang positif terhadap produk. Oleh karena itu, jika ada kepercayaan konsumen, maka kepercayaan konsumen akan selalu rendah..(Chika Ramadhani A.W,2018).

Cita rasa merupakan ciri pangan olahan yang juga meliputi kenampakan, bau, rasa, tekstur, dan kehangatan suatu produk. Guna memberikan hasil produk olahan yang diinginkan oleh konsumen, maka rasa merupakan suatu bentuk ciri khas suatu produk olahan yang diproduksi semaksimal mungkin. Korporasi akan membangun kredibilitas sendiri di mata konsumen dengan mengedepankan cita rasa produk yang masih menjadi prioritas utama. Pelanggan akan merasa puas karena kepercayaan mereka terhadap produk perusahaan sebagai hasilnya. (Nopika Indrasari,2018)

Cita rasa merupakan ciri pangan olahan yang juga meliputi kenampakan, bau, rasa, tekstur, dan kehangatan suatu produk. Guna memberikan hasil produk olahan yang diinginkan oleh konsumen, maka rasa merupakan suatu bentuk ciri khas suatu produk olahan yang diproduksi semaksimal mungkin. Korporasi akan membangun kredibilitas sendiri di mata konsumen dengan mengedepankan cita rasa produk yang masih menjadi prioritas utama. Pelanggan akan merasa puas karena kepercayaan mereka terhadap produk perusahaan sebagai hasilnya. Kukis bakar Tandobone merupakan salah satu usaha UKM (Usaha Kecil Menengah) yang bergerak dalambidang industri makanan, khususnya kue kering. Kukis bakar Tandobone baru berdiri pada tahun 2018. Kue bakar tandobone selalu meminta feedback dari pelanggan sehingga dapat mengetahui kualitas dan cita rasa. Tingginya tingkat kritik dan saran terhadap kualitas produk maupun cita rasa menjadikan kukis bakar Tandobone perlu meninjau ulang kualitas produk dan cita rasa yang telah dilakukan apakah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas dan rasa terhadap kepuasan pelanggan terhadap kue kering Tandobone menjadi topik penelitian selanjutnya yang penulis harapkan dapat dilakukan berdasarkan hal tersebut..

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk dan cita rasa berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada kukis bakar Tandobone ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada kukis bakar Tandobone ?
3. Apakah cita rasa berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada kukis bakar Tandobone .

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada kukis bakar Tandobone ?
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan pada kukis bakar Tandobone ?
3. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pada kukis bakar Tandobone?

1.4 Manfaat

1. Untuk Mitra

Menjadi sumber informasi tentang faktor faktor yang mempengaruhi kualitas produk dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu juga bisa di jadikan bahan evaluasi untuk penyempurnaan dari sebuah produk.

2. Untuk Unsimar

sebagai masukan dan pertimbangan bagi peneliti lain yang mampu meningkatkan pandangan dan pengetahuan tentang pengaruh kepercayaan merek dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen.

3. Untuk Mahasiswa

Salah satu persyaratan untuk program studi sarjana Manajemen (S1) dari Fakultas ekonomi Universitas Sintuwu Maroso Poso.

DAFTAR PUSTAKA

- Chayatul Jannah, & Alhazami, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Sumber Garuda Mas. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(2), 029–045. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v1i2.361>
- Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>
- Husna, A. (2021). *AYAM GEPREK WARUNG ENDUS SIBUAYA PENDAHULUAN Pada zaman yang sulit ini sangat banyak orang-orang membuka usaha , bahkan dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yang sangat mendorong untuk bertahannya hidup . Dalam membuka dunia bisnis dengan arti kata. 1*, 340–352.
- Hermanto, R. (2020). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Colatta Pada Masyarakat Di Kota Batam. *Skripsi*.
- Hilaliyah, S. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Yang Di Moderasi Oleh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 172–187. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i2.1699>
- Ohy, V. K. L., Kalangi, J. A. F., & Rogahang, J. J. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pt Jumbo Swalayan Manado. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–10.
- Putri, A. G. (2021). *PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN di RM.PONDOK BASELO BARAMAS KOTA PADANG PANJANG*.
- Riyanto. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Rumah Di Cluster Iskandar Muda (studi kasus PT.Surya Metal Berjaya). *Skripsi*, 1–195.
- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1803>
- Wuntu, C. R. A. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.