

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK KERANJANG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PURREBRA DI PECEREN-BERASTAGI

Benni Purba¹⁾ Menanti Br Sembiring²⁾ Ingan Ukur Br Sitepu³⁾

Piman Bastanta Barus⁴⁾ Edo Rivaldy⁵⁾

¹⁾²⁾³⁾Dosen Prodi Manajemen Universitas Quality Berastagi Peceren-Lau Gumba

⁴⁾⁵⁾Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Quality Berastagi Peceren-Lau Gumba

Email: bennipurba1972@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di PURREBRA Peceren Berastagi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan keranjang PURREBRA Peceren Berastagi. Jumlah sampel penelitian yang diambil sebanyak 100 orang, dengan pendekatan Accidental Sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan membeli keranjang jika dipandang cocok dijadikan sampel. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier. Data dikumpulkan dengan kuesioner. Hasil penelitian diketahui bahwa: kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PURREBRA Peceren Berastagi dimana nilai $t_{hitung} = 6,556$ dengan $sig.0,000 > t_{tabel}=1,666$. Persamaan regresi $Y= 10.410 + 0,636X + e$. Nilai $R Square$ sebesar 0,305 artinya 30,50% dan sisanya sebesar 69,50% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of product quality on customer satisfaction at PURREBRA Peceren Berastagi. The study used a descriptive approach. The population in this study are all customers of the PURREBRA Peceren Berastagi basket. The number of research samples taken as many as 100 people, with the Accidental Sampling approach, which is a sampling technique based on chance, namely anyone who happens to buy a basket if it is deemed suitable as a sample. Analysis of the data used is descriptive analysis and linear regression analysis. Data were collected by questionnaire. The results showed that: product quality has a significant effect on customer satisfaction PURREBRA Peceren Berastagi where the value of $t = 6.556$ with $sig. 0.000 > t \text{ table} = 1.666$. The regression equation $Y= 10,410 + 0,636X + e$. $R Square$ value of 0.305 means 30.50% and the remaining 69.50% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

PURREBRA adalah usaha yang bergerak dalam bidang pembuatan keranjang, menanam dan menjual sayur mayur petik sendiri, menjual ayam kampung beserta telurnya. Produk keranjang merupakan wadah pengemasan produk pertanian yang terbuat dari bambu. Sampai saat ini keranjang yang terbuat dari bambu ini masih banyak digunakan oleh para

petani di Tanah Karo sebagai wadah untuk mengemas hasil pertaniannya seperti jeruk, tomat dan lainnya untuk di bawa ke pasar. Pengemasan yang baik akan sangat menentukan kualitas produk yang akan dijual ke pasar, untuk itu produk keranjang harus dibuat sedemikian rupa sehingga produk pertanian yang dimasukkan ke dalam keranjang ini akan tetap terjaga kualitasnya. Dalam kondisi persaingan

yang semakin ketat, maka peran dari kualitas produk yang dihasilkan semakin memengaruhi perusahaan dalam mencari dan mempertahankan pelanggannya. Selain itu dengan berkembangnya pengetahuan dan teknologi membuat konsumen semakin kritis dan membuat keputusan yang lebih bijak dan praktis dalam memilih produk yang mereka beli. Banyaknya persaingan membuat setiap perusahaan berusaha menghasilkan produk yang lebih berkualitas sehingga memaksa setiap perusahaan yang ingin berkembang dan lebih maju untuk bertindak lebih efisien dalam menghasilkan produk mereka. Dimana kegiatan yang efisiensi harus dapat memperhatikan kualitas dari barang yang dihasilkan, sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen mereka.

Menurut Alma (2015) produk merupakan “sebagai seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya”. Kotler dan Amstrong dalam Suryati (2015) menyatakan produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau di konsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Sabran dalam Riyono, (2016) produk adalah “segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Untuk dapat bertahan di

tengah maraknya persaingan produksi keranjang didaerah Berastagi maka harus menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk. Demikian halnya produk keranjang ini juga agar tetap diminati oleh pelanggannya maka harus memperhatikan kualitasnya

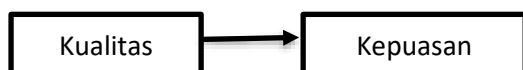
Menurut Wijaya (2015) kualitas produk merupakan “keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen”. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Jika kualitas produk dapat terjaga oleh perusahaan maka konsumennya akan mendapatkan kepuasan sehingga konsumen menjadi loyal. Sangadji dan Sopiah (2015) menyatakan kepuasan pelanggan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesann konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan. Sementara itu Kotler dan Amstrong (2018), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Kepuasan konsumen dimulai dari konsumen menerima produk kemudian

menggunakan produk tersebut dan membandingkan kinerja produk dengan harapan mereka. Pelanggan akan sangat puas jika kinerja produk yang mereka beli melebihi harapan mereka, sebaliknya jika kinerja produk lebih rendah dari harapan mereka maka pelanggan tidak puas. Untuk mengetahui apakah pelanggan merasa puas atau tidak maka tingkat kepuasan pelanggan perlu diukur. Menurut Kotler dalam Prihastono (2015) terdapat 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yakni:

1. Sistem keluhan dan Saran
2. *Ghost shopping*
3. *Lost Customer Analysis*
4. Survei kepuasan konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Apakah Kualitas Produk Keranjang Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan PURREBRA Peceren Berastagi?".

Dari uraian sebelumnya maka dapat dibuat gambar kerangka berpikir seperti di bawah ini:



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Dari rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti mengajukan hipotesis penelitian ini adalah:

Ho: Kualitas produk Keranjang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PURREBRA di Peceren Berastagi

Ha: Kualitas produk Keranjang berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan PURREBRA di Peceren Berastagi

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di PURREBRA Jl. Jamin Ginting No. 177 Desa Sempajaya Dusun IV Peceren Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi adalah seluruh pelanggan yang membeli keranjang di PURREBRA Peceren Berastagi.

Untuk mengambil sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik probability sampling yakni teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Karena jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti dan pengambilan sampelnya diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Dengan mempertimbangkan kemampuan peneliti, menentukan sampel penelitian ini sebanyak 100 orang.

Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen (bebas) yaitu Kualitas Produk (X)
2. Variabel Dependen (terikat) yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Kuesioner

2. Wawancara (interview)
3. Observasi

Untuk menjawab hipotesis yang diajukan maka data yang terkumpul melalui penelitian maka selanjutnya diolah dengan bantuan SPSS versi 22, dengan melalui berbagai tahapan sebagai berikut :

Uji Kualitas data

Uji Validitas

Uji validitas data digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan dalam instrumen penelitian yang digunakan dalam model regresi valid atau tidak . Kriteria yang digunakan untuk menyatakan valid tidaknya suatu pertanyaan adalah sebagai berikut:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada α 5% maka item pertanyaan tersebut valid
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, pada α 5% maka item pertanyaan tersebut tidak valid

Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indicator dari variable penelitian. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban dari responden terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Kuesioner dinyatakan handal bila memiliki nilai *alpha cronbach* > dari 0,60 pada α 0,05 Dalam penelitian ini untuk menghitung reliabilitas peneliti menggunakan SPSS versi 22

Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Data yang digunakan dalam regresi haruslah berdistribusi normal. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas data dengan menggunakan uji statistic non parametrik Kolomogorof-Smirnov (K-S) Melalui uji ini maka akan diketahui data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Priyatno (2015) Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan didalam model regresi. Cara untuk mengamati terjadinya Heteroskedastisitas atau tidak dapat dilihat dari *Scatter Plot* dimana tidak terjadi pola tertentu pada grafik. Untuk menguji heteroskedastisitas peneliti menggunakan bantuan SPSS Versi 22.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel indenpenden atau tidak. Persamaan

regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y = Kualitas Produk

a = Nilai Konstanta

b = Nilai koefisien regresi

X = Kepuasan Pelanggan

e = *error of term*

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji hipotesis yang diajukan apakah diterima atau ditolak digunakan uji statistic t (Uji t). Priyatno (2015) mengatakan, pengujian hipotesis dilakukan dengan cara, membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$, yaitu:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variable bebas menjelaskan variable terikat. Nilai koefisien determinasi berada antara 0-1. Semakin besar kemampuan variable bebas menjelaskan variable terikat maka nilainya semakin mendekati angka 1 dan sebaliknya. Untuk mengetahui koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini peneliti menggunakan statistik dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 22.

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
Kualitas Produk (X)	P1	0,684	0,196	Valid
	P2	0,766	0,196	Valid
	P3	0,685	0,196	Valid
	P4	0,706	0,196	Valid
	P5	0,715	0,196	Valid
	P6	0,701	0,196	Valid
	P7	0,773	0,196	Valid
	P8	0,720	0,196	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	P1	0,698	0,196	Valid
	P2	0,779	0,196	Valid
	P3	0,49	0,196	Valid
	P4	0,690	0,196	Valid
	P5	0,768	0,196	Valid
	P6	0,840	0,196	Valid
	P7	0,776	0,196	Valid
	P8	0,763	0,196	Valid

HASIL PENELITIAN

Table 1 Validitas Instrumen Kuesioner

Sumber : Data Primer diolah

Uji Validitas Data

Berdasarkan hasil uji validitas data pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa semua pertanyaan (8 pertanyaan) yang digunakan pada variabel Kualitas Produk (X) dan 8 pertanyaan pada variable. Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil r_{hitung} pada setiap indikator variabel tersebut lebih besar dari 0,196 pada $\alpha = 5\%$ sehingga dengan demikian maka data yang digunakan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Uji Reliabilitas Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan uji reliabilitas dengan

menggunakan *Cronbach Alpha*, dimana suatu instrumen dapat disebut reliabel bila angka *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,864	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,893	Reliabel

Dari perhitungan uji reliabilitas pada tabel 2 diperoleh bahwa nilai *cronbach alpha* variabel Kualitas Produk 0.864 dimana nilai ini lebih besar dari 0.60 ($0.864 > 0.60$) dan nilai *cronbach alpha* variabel Kepuasan Pelanggan 0.893 lebih besari dari 0.60 ($0.893 > 0.60$). maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang diberikan kepada pelanggan sebagai responden adalah reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Tabel 3 Hasil Pengujian Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

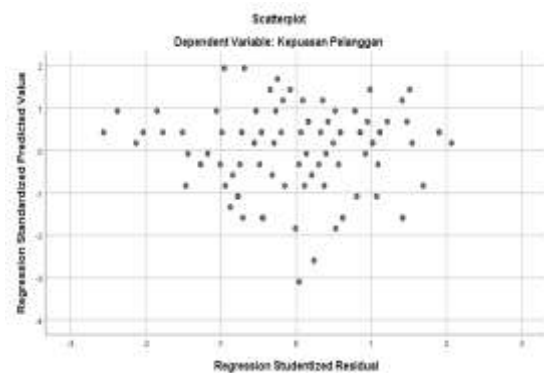
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.81431425
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.052
	Positive	.049
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa dari hasil pengujian *Kolomogorov-Smirnov* menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh data yang diolah berdistribusi normal dan dinyatakan layak untuk dilanjutkan dalam pengolahan data penelitian.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar. 2 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian dimana penyebaran titik-titik pada gambar tersebut tidak memiliki pola tertentu dimana data menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam regresi dinyatakan layak dilanjutkan dalam tahap pengolahan selanjutnya.

Analisis Regresi Linier Sederhaana

Tabel 4 Persamaan Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	10.410	2,963		3.514	,001
Kualitas Produk	,636	,097	,552	6.556	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
 Sumber : Data Primer diolah, 2022

Dari Tabel 4 tersebut menunjukkan nilai-nilai persamaan dari analisis regresi linier sederhana sehingga nilai nilai tersebut dapat dibuat ke persamaan sebagai berikut,

$$Y = 10.410 + 0,636X + e$$

Hasil persamaan regresi berganda di atas memberikan pengertian bahwa :

- Nilai konstanta sebesar 10.410 dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu kualitas produk maka kepuasan pelanggan tidak akan mengalami perubahan tetap sebesar 10.410.
- Nilai koefisien regresi X sebesar 0,636 dan bersifat positif hal ini mempunyai arti bahwa jika Kualitas Produk naik satu satuan maka variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan naik sebesar 0,636 satuan. Sebaliknya jika kualitas produk mengalami penurunan sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami penurunan sebesar 0,636 satuan. Untuk itu Perusahaan PURREBRA sangat

penting memperhatikan kualitas produknya.

Uji t (Parsial)

Tabel 5 Hasil Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	10.410	2,963		3.514	,001
Kualitas Produk	,636	,097	,552	6.556	,000

Sumber : Data Primer diolah

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t (parsial) yang tercantum pada pada tabel 5 dapat terlihat bahwa t_{hitung} yang didapatkan sebesar 6,556 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,666 sehingga dapat dikatakan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,556 > 1,666$ dengan demikian bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PURREBRA Peceren Berastagi dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552 ^a	.305	.298	3.83373

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552 ^a	.305	.298	3.83373

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Dari hasil pengolahan data pada table 6 di atas diketahui besarnya nilai *R Square* adalah 0,305. Hal ini dapat dijelaskan bahwa kemampuan variabel (X) yaitu kualitas produk dalam menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,305 atau 30,50% dan sisanya sebesar 69,50% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti Kualitas Pelayanan, Harga dan lain sebagainya.

Pembahasan

Kualitas produk sangat penting diperhatikan oleh setiap pelaku usaha karena sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika kualitas produk yang dihasilkan dapat memuaskan pelanggan maka pelanggan akan menjadi loyal dan hal ini sangat menguntungkan pelaku usaha. Kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan sangat penting artinya karena kualitas ini merupakan salah satu factor keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan dalam pasar, sehingga produk yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk saingan.

Dewasa ini perhatian terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap pemakaian jasa atau barang yang mereka tawarkan semakin besar. Dari hasil penelitian ini diketahui

bahwakualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini dapat dilihat dari perhitungan regresi linier sederhana $Y = 10.410 + 0,636X + e$, demikian juga dari perhitungan uji t diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PURREBRA Peceren Berastagi yakni nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,556 > 1,666$.

Sementara itu nilai *R Square* sebesar 0,305 atau sebesar 30,5%, hal tersebut menjelaskan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan. PURREBRA Peceren. Dari hasil perhingan dalam penelitian ini demikian juga dari hasil jawaban responden maka Perusahaan PURREBRA Peceren haruslah terus memperhatikan kualitas produk keranjang yang mereka hasilkan agar kepuasan pelanggannya dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat yang sangat besar terhadap perusahaan yang bersangkutan, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, adanya kemauan pelanggan untuk merekomendasikan produk ke pihak lain, terjalinnya hubungan baik antar perusahaan dan pelanggan sehingga terjadi pembelian ulang, dan lain sebagainya. Karena itu perusahaan haruslah memperhatikan apa sebenarnya yang diinginkan oleh konsumennya, sehingga akan tercipta kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Supranto dalam Suryati (2015) yang menyatakan kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap

perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan adalah:

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial maka didapatkan bahwa nilai t_{hitung} yang didapatkan sebesar 6,556 dan nilai t_{tabel} 1,667 sehingga dapat dikatakan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,556 > 1,666$ dengan demikian bahwa hipotesis penelitian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PURREBRA diterima, artinya naik turunnya kualitas produk akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PURREBRA.
2. Hasil uji analisis regresi linier sederhana didapatkan persamaan bahwa $Y = 10.410 + 0,639X + e$ dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan
3. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan variabel sebesar 0,305 atau sebesar 30,5% dapat dilihat pada nilai *R Square* pada tabel tersebut dan sisanya 69,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti Kualitas Pelayanan, Harga dan lain sebagainya.

Saran

1. Melihat dari hasil penelitian pada uji t dimana diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka, hendaknya perusahaan PURREBRA lebih memperhatikan kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan, memperhatikan kecepatan penyelesaian pekerjaan sesuai dengan kontrak kerja yang telah ditetapkan.
2. Hendaknya perusahaan PURREBRA mampu memberikan penjelasan tentang tingkatan produk dan kualitas barang yang akan dipesan oleh calon pelanggan.
3. Untuk kedepannya hendaknya perusahaan PURREBRA melakukan diversifikasi produk, tidak hanya keranjang yang dapat digunakan untuk pengemasan tomat, jeruk dan sayur mayur, tetapi juga dihasilkan keranjang dengan model dan ukuran lain yang dapat digunakan untuk wadah mengemas oleh-oleh seperti buah-buahan maupun sayuran yang banyak di Kabupaten Karo mengingat Kabupaten Karo adalah daerah Wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin dan Francis Tantri. (2015). Manajemen Pemasaran, Jakarta. Rajawali Pers
- Alfina dan Yulia Astuti, (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, Jurnal Samudera Ekonomi dan

- Bisnis, Vol 1, Nomor 1 halaman 21-30
- Alma, Buchari. (2015). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Husnul Hayati, Yetty. (2015) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen Di Restoran bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. Jurnal: Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Volume 1 No. 1.
- Irawan, Handi. (2015). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson
- Nadia Dewi, Rindu. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam : Jurnal : Akutansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol.3, No 1.
- Nurdin, Ismail. (2016). Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta : Media Sahabat Cendikia.
- Prihastono, Endro. (2015). Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web. Jurnal: Teknologi Informasi Universitas Stikubank Semarang. Vol. VI, No. 1. Halaman 18 – 19.
- Rohaeni, Heni. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Ecodemica, Vol. 2 No. 2.
- Riyono, (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. Jurnal : STIE Semarang, Vol 8, No.1
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sudaryono, (2016). Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi. Yogyakarta. Andi
- Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy & Diana Anastasia. (2015). Pemasaran Esesi dan Aplikasi. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wijaya, Tony. (2015). Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta : PT Indeks Kembangan.