

PENGARUH KUALITAS, PENGEMASAN, PELABELAN DAN GARANSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Pelanggan Tape 82 Bondowoso)



Oleh:

**Mega Sugiarti
NIM 12.10.411.229**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Tape 82 Bondowoso. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas, pengemasan, pelabelan dan garansi terhadap kepuasan pelanggan Tape 82 Bondowoso. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 100 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas (0,230), pengemasan (0,285), pelabelan (0,262) dan garansi (0,190), semuanya berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari uji F diperoleh hasil kualitas, pengemasan, pelabelan dan garansi, semuanya berpengaruh signifikan (0,000) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dari uji t diperoleh hasil kualitas (0,001) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji pengemasan (0,000) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan pelabelan (0,000) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta garansi (0,006), semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas, pengemasan, pelabelan, garansi dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This research is conducted to customer of Tape 82 Bondowoso. The aim from this research is to know the effect from quality, packaging, labelling and waranthy toward the customer satisfaction Tape 82 Bondowoso. In this research collected of data with observation, interview and questionnaire toward 100 respondents with purposive sampling technique. This is doing to know the perceptions from respondents about each variable. Data instrument test (Validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (Normality test, Multicollinearity test, heteroskedasticity test), and hypothesis test (F test, t test, determination coefficient) will be used to analyze. From regression analysis, we know that quality (0,230), packaging (0,285), labelling (0,262), and waranthy (0,190) have the positive effect for the customer satisfaction. From F test resulting quality, packaging, labelling and waranthy, that mean all of six variables have simultaneous significance influential (0,000) toward the customer satisfaction. From t test resulting quality (0,001) have significance influential toward customer satisfaction. Test from packaging (0,000) resulting significance influential toward customer satisfaction. And the labelling (0,000), have significance influential toward customer satisfaction. And then waranthy (0,006) have significance influential toward customer satisfaction to.

Key words: *quality, packaging, labelling, waranthy, and customer satisfaction*

2. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha kuliner di Indonesia saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan kreatif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi. Salah satu dampak dari pesatnya dunia usaha saat ini adalah pelaku usaha saling bersaing untuk mendapatkan pasar. Fenomena persaingan yang ada telah membuat para pengusaha menyadari suatu kebutuhan untuk mengeksploitasi sepenuhnya aset-aset mereka demi memaksimalkan kinerja perusahaan dan mengembangkan keuntungan kompetitif. Secara umum dapat dikatakan bahwa pemasaran sebagai pola pikir yang menyadari bahwa suatu perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian (Tjiptono, 2007: 11).

Bentuk usaha yang selalu dinamis perkembangannya adalah agroindustri. Agroindustri sebagai salah satu subsistem penting dalam sistem agribisnis yang memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi disebabkan oleh pangsa pasar dan nilai tambah yang relatif besar dalam produksi nasional. Agroindustri dinilai dapat mempercepat transformasi struktur perekonomian dari pertanian ke industri dan dapat menjadi wahana bagi usaha pengentasan kemiskinan karena daya jangkau serta spektrum kegiatannya yang luas. Sektor agroindustri memiliki potensi untuk menjadi penggerak perekonomian karena produk agroindustri memiliki elastisitas harga untuk permintaan dan penawaran yang relatif lebih tinggi sehingga tidak mungkin terjadi stagnasi. Berbeda dengan barang primer atau produk pertanian yang belum diolah, jika terjadi panen raya

maka harga akan turun disebabkan oleh elastisitas harga yang rendah (Soekarwati, 2007: 38).

Pengembangan agroindustri komoditi ubi kayu di Jawa Timur potensial untuk dilaksanakan. Hal ini didasarkan pada data empirik produksi ubi kayu terbanyak terdapat di pulau Jawa dan Jawa Timur merupakan daerah sentra produksi ubi kayu di pulau Jawa. Perkembangan produksi ubi kayu di pulau Jawa dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1: Produksi Ubi Kayu di Jawa pada Tahun 2011 - 2015 (ton)

No	Provinsi	Tahun dan Jumlah Produksi				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	D.K.I Jakarta	1.062	949	815	791	804
2	Jawa Barat	2.800.257	2.651.879	3.074.022	3.068.981	3.004.674
3	Jawa Tengah	4.097.777	4.469.795	4.699.236	4.478.970	4.553.820
4	D.I Yogyakarta	1.750.205	1.754.409	1.817.389	1.920.909	2.016.270
5	Jawa Timur	4.919.854	4.789.882	4.696.478	5.023.714	4.680.567
6	Banten	237.975	255.776	263.969	244.110	243.561
	Total	13.807.130	13.922.690	14.551.909	14.737.475	14.499.696

Sumber: BPS (2011 - 2015)

Tape adalah makanan khas dari Bondowoso yang dihasilkan dari proses fermentasi bahan pangan berkarbohidrat sebagai substrat oleh ragi. Substrat ini biasanya umbi singkong dan beras ketan. Kabupaten Bondowoso dikenal sebagai tempat produksi tape yang memiliki kualitas yang berbeda dibandingkan dengan daerah lain. Kabupaten Bondowoso merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang terkenal dengan produk makanan olahan berbahan dasar ubi kayu atau singkong. Makanan olahan yang dihasilkan antara lain tape, proll tape, keripik singkong, brownies tape, suwar-suwir, dan dodol tape. Produk olahan ubi kayu yang paling terkenal adalah tape singkong sehingga Bondowoso lebih dikenal sebagai kota tape (Nursyafira, 2015).

Usaha pembuatan tape ini juga bersaing antara produsen yang satu dengan yang lain. Persaingan yang terjadi mengakibatkan setiap perusahaan terus menerus untuk menawarkan produknya yang terbaik, entah itu dengan mengeluarkan produk baru atau hanya dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Hal ini pun terjadi pada salah satu perusahaan yang sudah menjadi pemimpin pasar dikalangan minuman ringan yang meluncurkan produk Tape 82 Handayani Bondowoso. Dimana perusahaan ini hanya mengembangkan produknya dari yang sudah ada tanpa menghilangkan rasa khas tape yang mereka punya dengan menambahkan rasa buah-buahan saja yang bermacam-macam, sehingga menghasilkan produk baru karena cita rasa yang khas (Tjiptono, 2007:48).

Variasi produk yang ditawarkan dipasaran, ini membuat konsumen harus lebih selektif dalam memilih suatu produk dengan merek apa yang paling mampu memenuhi kebutuhannya. Sehingga akan sampai pada tahap dimana seorang konsumen memilih untuk mengkonsumsi suatu produk tidak hanya berdasarkan fungsi dasarnya (*Primary Demand*) saja, tetapi hal ini berkembang menjadi keinginan sekunder (*Secondary Demand*) yaitu keinginan untuk mengkonsumsi

suatu produk dengan merek tertentu yang dapat memenuhi kebutuhan paling baik (Tjiptono, 2007:114).

Konsumen memilih sebuah produk, didasari adanya penilaian positif terhadap atributnya. Atribut produk merupakan salah satu alasan yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan suatu pembelian produk. Semakin atribut suatu produk sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka akan menimbulkan minat untuk membeli. Semakin baik kinerja atribut pada suatu produk maka konsumen akan puas. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk, maka akan berdampak pada keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali bahkan dapat mencapai loyalitas (Kotler, 2009:258). Sebaliknya, semakin rendah tingkat kepuasan pada atribut suatu produk, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk tidak membeli kembali produk tersebut. Salah satu unsur yang perlu diperhatikan adalah kepuasan pelanggan yang merupakan suatu konsep yang telah lama terkenal dalam teori dan aplikasi pemasaran menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang (Hasan 2013:89).

Banyak aspek yang perlu diperhatikan oleh seorang produsen untuk menjaga pelanggannya agar tetap loyal, salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mampu memuaskan kebutuhan baik terlihat atau yang tersamar. Kualitas produk merupakan hal yang penting bagi konsumen. Kualitas produk/barang ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dan salah satu yang diperhitungkan konsumen dalam membeli produk adalah merek yang merupakan nama, lambang, tanda, desain, atau kombinasi dari semuanya untuk mengidentifikasi produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan dan untuk membedakan dari merek perusahaan lain dan merek akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Machfoedz 2010:79).

Kualitas produk yang baik hendaknya didukung dengan pengemasan yang baik agar produk tersebut lebih menarik di mata konsumen. Kemasan telah menjadi alat pemasaran yang penting, Kemasan yang bila dirancang dengan cermat bisa menimbulkan nilai kecocokan bagi konsumen dan nilai promosi bagi produsen (Kotler dan Keller 2009:31). *Private* label merupakan merek yang dikembangkan oleh para peretail, yang belakangan mulai banyak memajang produk *private* label di bagian paling depan toko juga memberikan berbagai macam fasilitas, misalnya harga produk yang lebih murah, tersedianya berbagai macam produk yang lengkap, dan adanya program diskon juga merupakan alasan mengapa konsumen memilih untuk *Private* label menggunakan merek sendiri dan sudah pasti tidak akan dijumpai di retail yang lain (Kotler dan Keller 2009:43).

Beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengemasan, pelabelan, dan garansi adalah Denny (2013), Rofiq (2013), Tikasari dan Rubiyanti (2014) dan Fibrianita (2015). Penelitian terkait pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan pernah dilakukan oleh Denny (2013). Peneliti mendapatkan hasil bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan produk yang berkualitas dan yang sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan

pelanggan dapat dipenuhi melalui kualitas yang baik sehingga pelanggan akan membeli lagi lagi produk tersebut karena puas akan produk yang dibelinya.

Penelitian terkait pengaruh pengemasan terhadap kepuasan pelanggan pernah dilakukan oleh Denny (2013), Tikasari dan Rubiyanti (2014) dan Fibrianita (2015). Peneliti tersebut mendapatkan hasil bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan kemasan produk yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dapat dipenuhi melalui kemasan produk yang baik sehingga pelanggan akan melanjutkan transaksi dengan perusahaan tersebut.

Pengaruh pelabelan terhadap kepuasan pelanggan, penelitian variabel ini pernah dilakukan oleh Denny (2013). Peneliti tersebut mendapatkan hasil bahwa pelabelan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang artinya konsumen merasa kebutuhan dan keinginannya akan informasi produk dapat dengan mudah diperoleh di label produk. Karena label menyediakan informasi mengenai produk dengan lengkap, sehingga konsumen melakukan pembelian di masa mendatang.

Penelitian terkait pengaruh garansi terhadap kepuasan pelanggan pernah dilakukan oleh Denny (2013) dan Rofiq (2013). Peneliti tersebut mendapatkan hasil bahwa garansi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang artinya salah satu cara perusahaan yang berfokus pada pelanggan dalam melembagakan penanganan keluhan profesional dan pemulihan pelayanan yang efektif adalah garansi pelayanan³⁰. Sebuah garansi pelayanan yang dirancang dengan baik tidak hanya memfasilitasi pemulihan pelayanan yang efektif, tetapi juga melembagakan pembelajaran dari kegagalan pelayanan dan perbaikan system berikutnya.

Uniknya tape manis Bondowoso ini selalu bermerk dengan angka. Mirip dengan panganan Bakpia Pathuk dari Jogjakarta. Selalu diawali dengan angka. Untuk masalah tape ini, merknya yang paling terkenal adalah Tape 82 Handayani Bondowoso. Tokonya memang berada di nomor 82 dan konon dari toko inilah khas tape Bondowoso tersebut tercipta. Berikut baru tape manis 31, 66, 17 yang diburu orang jika yang no 82 sudah ludes dipasaran.

Hasil wawancara awal dengan pemilik usaha Tape 82 Handayani Bondowoso didapatkan bahwa jumlah penjualan dari Tape 82 Handayani Bondowoso cenderung mengindikasikan gejala peningkatan. Walaupun di beberapa waktu kadang terjadi penurunan dari realisasi penjualannya. Peningkatan penjualan ini merupakan wujud apresiasi konsumen terhadap mutu atau kualitas produk Tape 82 Handayani Bondowoso. Semakin banyak produk yang dijual oleh perusahaan, maka dipastikan perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi permintaan pasar tersebut dengan menaikkan jumlah produksinya guna memenuhi permintaan pasar dan memuaskan kebutuhan pelanggan.

Hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa, yang pertama terkait kemasan produk. Tidak semua kemasan yang dipakai untuk mengepak tape bersih. Masih ada kemasan yang tidak dibersihkan terlebih dahulu sebelum digunakan untuk membungkus tape. Yang kedua adalah mengenai label yang dicantumkan pada kemasan produk yaitu belum lengkapnya informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan. Dalam label sudah tertera keterangan dari Depkes (Departemen Kesehatan) tetapi belum tercantum BPOM (Badan Pemeriksa Obat dan Makanan) mengenai keamanan produk

tersebut untuk dikonsumsi. Dan yang ketiga adalah jaminan terkait kapan terakhir produk tersebut layak untuk dikonsumsi. Masih ada produk yang rusak sebelum masa kadaluarsa, hendaknya diganti dengan yang baru.



Gambar 1.1: Label Tape 82 Handayani Bondowoso

Sumber: Tape 82 Handayani Bondowoso, 2016

Dari aspek pelabelan, ada beberapa indikasi permasalahan seperti pada label belum terdapat informasi tentang isi produk tanpa harus membuka kemasan proses pembuatannya, proses pengepakan maupun cara mengemasnya. Dalam label belum ada petunjuk yang tepat bagi konsumen bagaimana cara mengonsumsi produk agar diperoleh fungsi produk yang optimum. Serta, label belum terdapat informasi mengenai apabila ada keluhan seputar produk harus disampaikan kepada siapa.

Yang ketiga adalah dari segi garansi, masih ada hal-hal yang perlu diperhatikan oleh produsen Tape 82 Handayani Bondowoso yang meliputi masa kadaluarsa yang masih tidak sesuai dengan yang dicantumkan, tindak lanjut dari produsen yang masih kurang sigap ketika ada klaim kadaluarsa, penggantian produk pengganti untuk klaim kadaluarsa yang sering telat untuk dikirim, serta produk yang rusak sebelum masa kadaluarsa, tidak segera diganti dengan yang baru.

Jumlah pelanggan dapat dikaitkan dengan kualitas pengemasan, pelabelan maupun garansi yang diberikan oleh Tape 82 Handayani Bondowoso. Berikut ini hasil wawancara yang dilakukan kepada pelanggan Tape 82 Handayani Bondowoso yang berjumlah 34 pelanggan.

Tabel 2.2: Hasil Wawancara Kepada Pelanggan Tape 82 Handayani Bondowoso

No	Item	Jumlah Pelanggan		Keluhan
		Puas	Tidak puas	
1	Rasa	24 (70,59%)	10 (29,41%)	Tidak semua isi tape rasanya manis, kadang ada rasa yang asam
2	Isi	11 (32,35%)	23 (67,65%)	Ada biji tape yang ukurannya kecil
3	Harga	19 (55,88%)	15 (44,12%)	Harga di tempat yang satu berbeda dengan tempat yang lain, tidak ada potongan harga untuk pembelian lebih dari lima
4	Manfaat	31 (91,18%)	3 (8,82%)	Rasa tidak sesuai dengan harga yang ditetapkan

Sumber: Data Primer yang Diolah (2015)

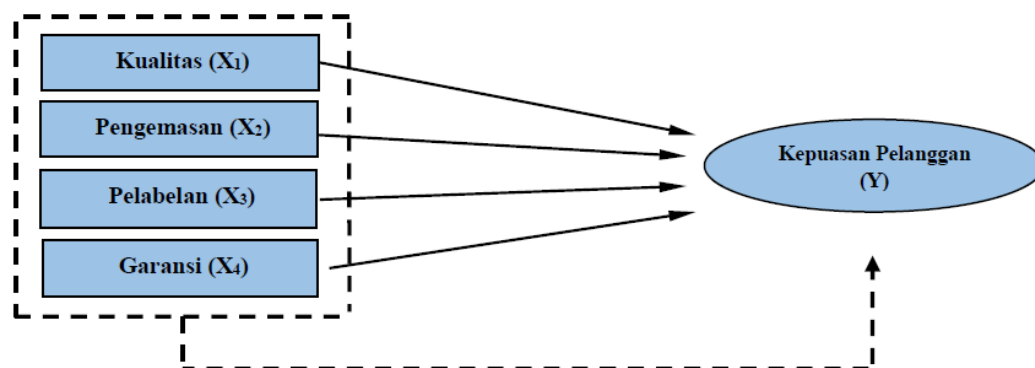
Ketidakpuasan pelanggan dalam bentuk keluhan tersebut tentu menjadi catatan negatif yang jika tidak segera diatasi akan dapat berakibat pada menurunnya kepuasan pelanggan. Tape 82 Handayani Bondowoso berusaha terus untuk meningkatkan kualitas produknya guna untuk memuaskan dan mencukupi apa yang diinginkan pelanggan, rasa yang sesuai dengan keinginan konsumen, isi yang proporsional, harga yang terjangkau serta manfaat yang didapatkan oleh pelanggan, sehingga para pelanggan menjadi puas terhadap Tape 82 Handayani Bondowoso.

Berdasar pada fenomena dan penelitian-penelitian tersebut diindikasikan bahwa kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan atau organisasi. Dalam artian apabila kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi baik, maka perusahaan atau organisasi akan mengalami perkembangan dalam kepuasan pelanggannya. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian apabila pengemasan, pelabelan dan garansi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tape 82 Handayani Bondowoso.

3. Metode Penelitian

Ada dua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

- Kualitas (X_1), Pengemasan (X_2), pelabelan (X_3), dan garansi (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tape 82 (Y).
- Kualitas (X_1), Pengemasan (X_2), pelabelan (X_3), dan garansi (X_4) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tape 82 (Y).



Gambar 3.1: Kerangka Konsep Penelitian
Sumber: Dikembangkan Oleh Peneliti

Keterangan: - - - - ➔ Simultan
———— ➔ Parsial

Populasi ialah sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai suatu sifat yang sama. Jadi populasi adalah jumlah keseluruhan dan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Kuncoro, 2009: 118). Dan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Tape 82 yang minimal sudah

membeli 5 kali. Sampel adalah merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi (Kuncoro, 2009: 124). Dalam penelitian ini besarnya sampel ditentukan 25 kali variabel independen (Ferdinand, 2006: 84). Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan dan pertimbangan tertentu. Teknik *purposive sampling* ini berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik responden yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Sugiyono, 2012).

Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui atau mengukur intensitas hubungan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda (Ghozali, 2013:96).

b. Uji F

Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independent secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependent (Ghozali, 2013).

c. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara X dan Y apakah variabel bebas benar-benar berpengaruh terhadap variabel terikatnya secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2013).

4. Hasil Dan Pembahasan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 22,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Signifikansi
1	Konstanta	0,804	0,606	0,546
2	Kualitas (X_1)	0,230	3,277	0,001
3	Pengemasan (X_2)	0,285	4,232	0,000
4	Pelabelan (X_3)	0,262	3,711	0,000
5	Garansi (X_4)	0,190	2,831	0,006

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.1 yaitu hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 0,804 + 0,230 X_1 + 0,285 X_2 + 0,262 X_3 + 0,190 X_4$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- X₁ = Kualitas
- X₂ = Pengemasan
- X₃ = Pelabelan
- X₄ = Garansi

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta = 0,804 menunjukkan besaran kepuasan pelanggan 0,804 satuan pada saat kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi sama dengan nol.
2. $\beta_1 = 0,230$ artinya meningkatnya kualitas per 0,230 satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan apabila pengemasan, pelabelan, dan garansi sama dengan nol.
3. $\beta_2 = 0,285$ artinya meningkatnya pengemasan per 0,285 satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan apabila kualitas, pelabelan, dan garansi sama dengan nol.
4. $\beta_3 = 0,262$ artinya meningkatnya pelabelan per 0,262 satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan apabila kualitas, pengemasan, dan garansi sama dengan nol.
5. $\beta_4 = 0,190$ artinya meningkatnya garansi per 0,190 satuan akan meningkatkan kepuasan pelanggan apabila kualitas, pengemasan, dan pelabelan sama dengan nol.

b. Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, signifikansi lebih kecil dari batas signifikansi dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebagai kriteria penilaian pengujian hipotesis. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2: Hasil Uji F

No	Kriteria		Keterangan
1	F _{hitung} (39,499)	F _{tabel} (2,3102)	Signifikan
2	Nilai signifikansi (0,000)	Taraf signifikansi (0,05)	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 22.0

Berdasar tabel 4.2 dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($39,499 > 2,3102$) maka kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada tingkat signifikan 5%, dalam hal ini H_0 ditolak. Sehingga, hipotesis yang menyatakan kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya (H_a diterima).

c. Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi (p -value), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.3: Hasil Uji t

No	Uji t					Keterangan
	Variabel	Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	t hitung	t tabel	
1	Kualitas	0,001	0,05	3,277	1,6611	Signifikan
2	Pengemasan	0,000	0,05	4,232	1,6611	Signifikan
3	Pelabelan	0,000	0,05	3,711	1,6611	Signifikan
4	Garansi	0,006	0,05	2,831	1,6611	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data Dengan SPSS 22.0

Dari tabel 4.3, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji kualitas mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (3,277) > t_{tabel} (1,6611)$ yang berarti bahwa hipotesis kualitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
2. Hasil uji pengemasan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} (4,232) > t_{tabel} (1,6611)$ yang berarti bahwa hipotesis pengemasan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
3. Hasil uji pelabelan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} (3,711) > t_{tabel} (1,6611)$ yang berarti bahwa hipotesis pelabelan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
4. Hasil uji garansi mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,006 dan lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} (2,831) > t_{tabel} (1,6611)$ yang berarti bahwa hipotesis garansi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.

d. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian membuktikan bahwa kualitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa kualitas yang meliputi Tape 82 dibuat dari singkong yang berkualitas, proses pembuatan Tape 82 dilakukan oleh orang-orang yang berkompeten, Tape 82 hanya menggunakan ragi yang terbaik, dan rasa Tape 82 lebih enak daripada merek tape yang lain, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil pengujian membuktikan bahwa ada pengaruh pengemasan terhadap kepuasan pelanggan. artinya bahwa pengemasan yang meliputi produk Tape 82 dikemas dengan kemasan yang bersih, kemasan yang dipakai untuk

mengemas produk Tape 82 awet dan tahan lama, produk Tape 82 dikemas dengan bagus, dan kemasan yang dipakai untuk mengemas produk Tape 82 mudah untuk dibawa, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hasil pengujian membuktikan bahwa ada pengaruh pelabelan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa pelabelan yang meliputi terdapat informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan, adanya keterangan tentang spesifikasi produk pada label, terdapat petunjuk penggunaan, dan adanya keterangan mengenai kesehatan produk ketika dikonsumsi, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Hasil pengujian membuktikan bahwa ada pengaruh garansi terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa garansi yang meliputi masa kadaluarsa sesuai dengan yang tercantum pada label, ketika ada klaim kerusakan produk sebelum masa kadaluarsa ditangani dengan segera, tersedianya produk pengganti untuk barang yang rusak sebelum masa kadaluarsa, dan ketika ada klaim kerusakan produk sebelum masa kadaluarsa segera diganti dengan yang baru, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. Kesimpulan Dan Saran

a. Kesimpulan

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ (39,499 > 2,3102) maka dapat diartikan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini mendukung penelitian yang menyatakan kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi yang bernilai positif (0,230) dan signifikan dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0,001 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (3,277) > t_{tabel} (1,6611)$ yang berarti bahwa hipotesis kualitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
3. Pengemasan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi yang bernilai positif (0,285) dan signifikan dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} (4,232) > t_{tabel} (1,6611)$ yang berarti bahwa hipotesis pengemasan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
4. Pelabelan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi yang bernilai positif (0,262) dan signifikan dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} (3,711) > t_{tabel} (1,6611)$ yang berarti bahwa hipotesis pelabelan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima.
5. Garansi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi yang bernilai positif (0,190) dan signifikan dengan nilai signifikansi hitung sebesar 0,006 dan lebih besar dari 0,05 dan $t_{hitung} (2,831) > t_{tabel} (1,6611)$

yang berarti bahwa hipotesis garansi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima

b. Saran

1. Hendaknya perusahaan dalam upaya menjaga kepuasan konsumennya lebih menitikberatkan pada kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi, sehingga dengan lebih memerhatikan kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan konsumennya.
2. Adapun yang perlu diperhatikan oleh Tape 82 Bondowoso terkait hasil penelitian meliputi:
 - a. Kualitas
Hanya menggunakan singkong dan ragi yang berkualitas, dan rasa yang berbeda dari produk yang lain dalam hal ini memiliki ciri khas.
 - b. Pengemasan
Menjaga kebersihan pembungkus baik besek maupun mika plastik, memilih pengemas yang dalam keadaan bagus, dan bahan yang digunakan harus tahan lama.
 - c. Pelabelan
Dalam label mestinya harus ada informasi tentang produk, spesifikasi produk, petunjuk penggunaan dan keterangan bahwa produk aman untuk dikonsumsi.
 - d. Garansi
Kadaluarsa harus lebih diperhatikan dan kesiapan barang pengganti untuk produk yang rusak.
3. Bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk mengobservasi dan mengeksplorasi lebih jauh mengenai permasalahan-permasalahan mengenai kualitas, pengemasan, pelabelan, dan garansi yang terdapat pada Tape 82 Bondowoso pada khususnya dan objek lain pada umumnya dengan menambah variabel-variabel lain seperti harga, promosi, layanan dan lainnya. Selain itu juga disarankan untuk mencoba metode kualitatif dalam mendapatkan data dan informasi yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Denny, Agus. 2013. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Smartphone Samsung Di Bandar Lampung*. Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fibrianita, Windi. 2015. *Pengaruh Merek, Kemasan, Dan Layanan Pelengkap Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Aqua (Study Pada Konsumen Di Toko Rama Kecamatan Ngancar Kabupaten Kediri)*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran 1*, Edisi ketigabelas, Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Nursyafira, Annisa Rizki. 2015. *Fermented of Cassava Bondowoso Alias Tape Bondowoso Manisnya Sampai Belanda*. <http://www.tape manis.com/tapebondowoso.html>. diakses pada tanggal 4 Maret, 2016
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Sutedi, Andrian. 2008. *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran, Edisi ke dua*, Andi Offset, Yogyakarta.