

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA COKLAT QINDO KABUPATEN
POLEWALI MANDAR**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2025**

KARYA TUGAS AKHIR SEMESTER

JUDUL PENELITIAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA COKLAT QINDO
KABUPATEN POLEWALI MANDAR**

SKRIPSI

Disusun Dan Diajukan Oleh :

ANDI IBNU HAYYET

105721137621

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2025**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Berdamai dengan apa yang terjadi, kunci dari semua masalah ini”

Mangu- Cover Azizah

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa “

(Ridwan Kamil)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala atas Ridho-nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil alamin,

Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati dan rasa syukur tiada henti,

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Kedua orang tuaku tercinta:

ANDI SAWE MAPPANGARA

Hj. KAOTSAR MASBI

orang-orang yang saya sayang dan almamaterku



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Coklat Qindo Kabupaten
Polewali Mandar

Nama Mahasiswa : Andi Ibnu Hayyet

No. Stambuk/NIM : 105721137621

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan
panitia Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada tanggal 12 Juli 2025 di Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Makassar.

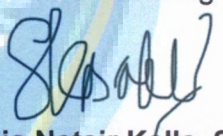
Makassar, 17 Juli 2025

Menyetujui,

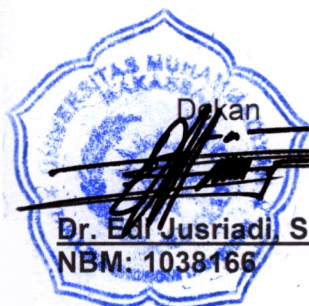
Pembimbing I

Pembimbing II


Syarthini Indrayani, S.E., M.Si
NIDN: 0901176050


Sherry Adelia Natsir Kalla, S.E., M.MKtg
NIDN: 0916018603

Mengetahui,



Dr. Edl Jusriadi, S.E., M.M
NBM: 1038166


Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 1151 132



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Andi Ibnu Hayyet, Nim : 105721137621 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor :0009/SK-Y/61201/091004/2025 M, Tanggal 16 Muharram 1447 H/12 Juli 2025 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

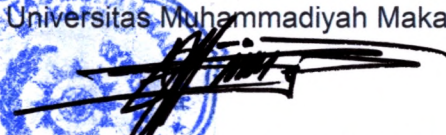
Makassar, 21 Muharram 1447 H

17 Juli 2025 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : DR. Ir. H Abd. Rakhim Nanda ST., (.....)
MT., IPU
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni SE., M.ACC
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Ruliaty, M.M
2. Dr. Samsul Rizal, S.E., M.M
3. M Hidayat, S.E., M.M
4. Firman Syah, S.E., M.M

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M
NBM: 1038166



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Andi Ibnu Hayyet
No. Stambuk/NIM : 105721137621
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Coklat Qindo Kabupaten
Polewali Mandar

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 17 Juli 2025



at pernyataan,

Andi Ibnu Hayyet
NIM: 105721137621

Diketahui oleh:

Dekan

Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M
NBM: 1038166

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 1151 132

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Ibnu Hayyet
NIM : 105721137621
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COKLAT QINDO KABUPATEN POLEWALI MANDAR

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif Ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 17 Juli 2025

at pernyataan,

Andi Ibnu Hayyet
NIM: 105721137621

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coklat Qindo Kabupaten Polewali Mandar”**

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Sawe dan Ibu Kaotsar yang senantiasa memberi dukungan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus serta saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini juga untuk seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, MT., IPU, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah, SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Ibu Syarthini Indrayani, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ibu Sherry Adelia Natsir Kalla, S.E., M.MKtg selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu dan membimbing penulis selama dalam penyusunan Skripsi hingga ujian Skripsi.
6. Bapak Dr. Samsul Rizal, S.E., M.M selaku Penasehat Akademik yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing penulis dalam rangka mencapai prestasi studi yang optimal.
7. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
8. Segenap Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2021, terkhusus Manajemen 21 H yang senantiasa memberikan bantuan dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

10. Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya (Fadil, Andri, Opik Yasin) beserta teman-teman Basecamp squad atas segala bantuannya, yang selalu mendengar keluh kesah penulis.

11. Terima kasih teruntuk semua saudaraku (Andi Putri Mangkawani, Andi Dwiky Arief Moh, Andi Zeal Pahlevi, Andi Nurul Annisah, Andi Rafly Awwabin) yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi inimasih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Wallahul Muafiq Ila Aqwamut Thariq

Makassar, 25 Juni 2025

Penulis

Andi Ibnu Hayyet

ABSTRAK

Andi Ibnu Hayyet, 2025. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coklat Qindo Kabupaten Polewali Mandar. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Syarthini Indrayani dan Sherry Adelia Natsir Kalla

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Coklat Qindo di Kabupaten Polewali Mandar. Persaingan bisnis yang ketat menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produknya guna mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk yang diukur melalui empat indikator: kesesuaian, ketahanan, keandalan, dan desain. Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen yang diukur melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian terdiri dari 60 responden yang dipilih dari total populasi 150 konsumen menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan regresi linier sederhana menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa peningkatan kualitas produk, baik dari segi rasa, daya tahan, keandalan layanan, hingga desain produk, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong minat mereka untuk melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada orang lain.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Coklat Qindo, Polewali Mandar*

ABSTRACT

Andi Ibnu Hayyet, 2025. *The Effect of Product Quality on Consumer Satisfaction at Qindo Chocolate in Polewali Mandar Regency*. Thesis, Economic and Business Management Study Program, Faculty of Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Syarthini Indrayani and Sherry Adelia Natsir Kalla

This study aims to determine the effect of product quality on consumer satisfaction at Qindo Chocolate in Polewali Mandar Regency. Tight business competition requires business actors to continue to improve the quality of their products in order to maintain customer satisfaction and loyalty. The independent variable in this study is product quality which is measured through four indicators: suitability, durability, clarity, and design. While the dependent variable is consumer satisfaction which is measured through expectations, interest in revisiting, and willingness to authorize. The method used is associative quantitative, with data collection techniques through questionnaires. The research sample consisted of 60 respondents selected from a total population of 150 consumers using the Slovin formula. Data analysis was carried out by simple linear regression using SPSS software. The results showed that product quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction. This finding strengthens the view that improving product quality, both in terms of taste, durability, service noise, and product design, can increase customer satisfaction and encourage their interest in making repeat purchases and giving products to others.

Keywords: Product Quality, Consumer Satisfaction, Qindo Chocolate, Polewali Mandar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Teori	5
B. Tinjauan Empiris / Peneliti Terdahulu	13
C. Kerangka Pikir	24
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Jenis dan Sumber Data	27
D. Populasi dan Sampel.....	27
E. Metode Pengumpulan Data	29
F. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel	30
G. Metode Analisis Data.....	31

H. Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)	37
C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)	47
BAB V PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	30
Tabel 3. 2 Skala Likert	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	40
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X)	41
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial (Uji T)	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisine Determinasi (R^2)	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	36
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian.....	58
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	61
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden.....	63
Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik	64
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian	70
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	73
Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner	75



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan di bidang bisnis pada saat ini berkembang sangat pesat, dan yang merasakan tingginya tingkat persaingan salah satunya adalah bisnis usaha produk coklat. Hal ini disebabkan karena adanya ide-ide kreatif dan inovatif yang diciptakan para pengusaha, yang dimana seiring dengan berkembangnya ide-ide kreatif tersebut konsep pemasaran turut mengalami perkembangan. Peran pemasaran sekarang ini begitu penting sebagai penunjang akan kemampuan suatu usaha yang digeluti agar terus berkembang. Pada dasarnya, setiap usaha memiliki tujuan mencari keuntungan, yang tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran itu sendiri harus dipikirkan jauh hari sebelumnya agar tepat menentukan strategi dan menarik pelanggan yang akan dituju sebagai sasaran penjualan.

Ayu Oktoriza & Irvin Widowati (2021), persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis merupakan hal yang tak dapat dihindari oleh setiap pelaku usaha sehingga para pelaku usaha dituntut untuk dapat memahami dan mengerti dinamika atau perubahan yang terjadi dipasar khususnya yang terkait dengan langkah-langkah inovasi yang harus dilakukan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta dalam upaya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. kualitas produk merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Produk coklat, sebagai salah satu produk konsumsi

populer, sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitasnya. Kualitas produk meliputi rasa, tekstur, aroma, kemasan, dan bahan baku yang digunakan. Polewali Mandar, sebagai salah satu kabupaten di Sulawesi Barat, memiliki budaya konsumsi yang beragam. Produk coklat semakin diminati oleh berbagai kalangan usia, baik anak-anak maupun dewasa. Kecendrungan ini memacu produsen lokal untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka guna memenuhi ekspektasi konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah aspek penting dan menjadi kunci untuk menjalankan bisnis yang sukses (Krivobokova, 2009 dalam Nindiani, et al, 1018). Kepuasan pelanggan penting untuk meningkatkan kualitas produk yang berfokus pada pelanggan. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas produk merupakan konsep pemasaran yang selama ini banyak dilaksanakan oleh perusahaan, sehingga kualitas produk menjadi faktor keunggulan daya saing perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat ditentukan oleh kualitas produk yang dikehendaki pelanggan, seperti yang dikemukakan oleh Khan dan Ahmed (2012), bahwa kualitas produk adalah penentu yang paling penting dari kepuasan konsumen. Banyak hasil penelitian yang menjelaskan hubungan antara kualitas produk. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk cenderung menjadi pelanggan setia dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Kepuasan ini tidak hanya didasarkan pada cita rasa, tetapi juga pada aspek kesehatan, keamanan, dan keaslian bahan baku yang digunakan dalam pembuatan coklat. Untuk memahami sejauh mana kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen, penelitian lapangan dan survei dapat dilakukan. Produsen coklat di Polewali Mandar perlu terus berinovasi dalam melakukan pengembangan produk berdasarkan feedback

konsumen. Hal ini meliputi peningkatan dalam proses produksi, pengemasan, serta diversifikasi produk.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, peneliti menemukan gambaran akan permasalahan yang terjadi pada sebuah bisnis dibidang Usaha Coklat Qindo, seperti terbatasnya akses terhadap modal usaha atau pendanaan untuk ekspansi produksi, riset produk, atau pengembangan pasar. Dan banyaknya keluhan konsumen mengenai usaha/bisnis dengan model yang sama dan kualitasnya yang juga hampir sama, yang membuat konsumen bingung dalam memutuskan pembelian karena telah banyaknya pesaing yang menciptakan produk sejenis. Maka dari itu usaha olahan coklat qindo berupaya meningkatkan daya atau minat beli konsumen yang menginginkan produk yang sama tetapi dengan kualitas berbeda atau kualitas yang dimiliki lebih mampu bersaing dari produsen coklat yang lain yang ada di Kabupaten Polewali Mandar, karena hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli sebuah produk. Maka berdasarkan fenomena diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COKLAT QINDO KAB. POLEWALI MANDAR”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, penulis mengajukan masalah pokok yang menjadi acuan dalam mengkaji penelitian dapat dirumuskan yaitu Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen pada Coklat Qindo Kabupaten Polewali Mandar.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coklat Qindo cabang Polewali Mandar.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Bagi Peneliti

Observasi ini bertujuan agar dapat menambah pemahaman ilmu tentang teori-teori yang telah didapat selama mengikuti kegiatan perkuliahan sehingga peneliti memperoleh pengetahuan secara praktis dan berkesan tentang bagaimana kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Coklat Qindo.

b) Bagi Pemasar

Penelitian ini dilakukan berguna bagi pemasar produk serta memberikan saran dan penilaian bagi pemasar dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, khususnya melakukan bisnis penjualan dalam menarik konsumen untuk membeli produk.

c) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat seperti kerangka teori tentang perilaku konsumen dan aspek-aspek yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aktivitas pemasaran untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dengan tujuan memenuhi kebutuhan pasar, membangun hubungan jangka panjang, dan mencapai tujuan bisnis perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2013:27), Manajemen pemasaran adalah gabungan seni dan ilmu tentang memilih target pasar dan membangun hubungan yang produktif dengan mereka. Dalam hal ini, manajemen pemasaran mencakup berbagai tindakan yang kompleks, dimulai dengan analisis pasar yang bertujuan untuk menemukan peluang bisnis saat ini dengan menggunakan perencanaan yang sesuai dengan tujuan organisasi. Rencana ini kemudian diterapkan untuk menghasilkan produk.

Alma (2013:130) juga menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses mengevaluasi, merencanakan, menerapkan, dan mengawasi berbagai tindakan (program) untuk mencapai tujuan organisasi dan memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran. Menurut Ekonomi dan Manajemen, tahun 2018.

2. Konsep Pemasaran

Pemasaran berfokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, hubungan jangka panjang dengan perusahaan, dan penciptaan nilai.

Menurut kedua pendapat di atas, pemasaran bermula dan berakhir pada konsumen; itu berarti bahwa pemasaran mencakup berbagai aktivitas yang luas yang dimulai dengan menemukan kebutuhan konsumen dan diakhiri dengan kepuasan konsumen.

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen, atau pasar, akan membuat kegiatan pemasaran berpusat pada konsumen. Ini berarti bahwa kegiatan pemasaran dimulai dengan mengetahui apa yang diinginkan konsumen dan diakhiri dengan memastikan bahwa konsumen puas. Pendekatan manajemen pemasaran yang semakin populer menekankan pentingnya membangun dan mempertahankan hubungan pelanggan dalam jangka panjang (Mahardini et al., 2022).

Menurut konsep pemasaran yang telah diuraikan sebelumnya, pemasaran berpusat pada membangun hubungan yang saling menguntungkan berpusat pada pelanggan dan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah ketika suatu produk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam hal fungsi, daya tahan, kehandalan, kemudahan penggunaan, dan desain. Produk berkualitas tinggi biasanya berkontribusi pada kepuasan pelanggan, loyalitas merek, dan keberhasilan di pasar dalam jangka panjang.

Dalam menjalankan bisnis coklat, produk yang dijual oleh tokoh harus memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang

ditawarkan agar perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas. Perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang mereka buat karena kualitas merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembeli tentang produk mana yang akan dibeli. Semakin baik kualitas produk, semakin baik harganya (Masnun et al., 2024).

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen yang dapat diperhatikan, digunakan, dibeli, dan dikonsumsi (Sinulingga, 2021). Menurut Astuti Miguna dan Matodang Nurhafifah (2020), kualitas produk adalah adanya elemen usaha yang dapat diperhatikan oleh konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk yang ingin kita pasarkan. Pelanggan biasanya menginginkan produk yang baik dan murah. Dengan membuat produk yang baik, perusahaan akan memperoleh kepercayaan dan membuat pelanggan puas. Menurut Dadang Suhairi (2019), jika produk yang dihasilkan dapat memenuhi dan melebihi standar yang ditetapkan, maka produk tersebut akan dianggap berkualitas. Kualitas produk terdiri dari semua kualitas barang atau jasa yang diperoleh dari penjualan, proses manufaktur, dan pemeliharaan sehingga dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Dari pengertian kualitas produk sebelumnya menunjukkan bahwa Kualitas produk adalah konsep yang mencakup banyak aspek dan dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, seperti karakteristik, kekuatan, teknis, kepuasan pelanggan, dan bagaimana produk

memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk juga dapat meningkatkan citra merek jika dikelola dengan benar.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas yang diterima oleh konsumen adalah ide yang paling penting, terutama ketika seluruh perhatian perusahaan tertuju pada pemenuhan hanya dari sudut pandang konsumen. Produk dapat berupa barang fisik, jasa, individu, lokasi, organisasi, dan ide. Adapun menurut Kotler dan Keller dalam anggas (2021), indikator kualitas produk mencakup empat indikator utama yaitu:

1) Ketetapan dan kesesuaian (*Conformance to Specifications*)

Ini mengacu pada sejauh mana produk memenuhi standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan. Produk dianggap berkualitas jika mampu diproduksi sesuai dengan desain, ukuran, fungsi, dan parameter yang direncanakan tanpa cacat atau penyimpangan. Konsistensi dalam memenuhi spesifikasi ini sangat penting untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

2) Daya Tahan (*Durability*)

Daya tahan menunjukkan umur teknis suatu produk, yaitu berapa lama produk dapat digunakan tanpa perbaikan atau penggantian. Produk berkualitas tinggi memiliki daya tahan tinggi, yang berarti dapat bertahan lama dalam penggunaan biasa tanpa mengalami kerusakan yang signifikan

3) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan produk untuk berfungsi dengan baik dan konsisten selama periode waktu tertentu disebut keandalan. Produk yang dapat

diandalkan memberikan rasa percaya kepada pelanggan karena dapat diandalkan dalam kondisi dan situasi yang diharapkan.

4) Desain Produk

Desain produk sangat penting karena dapat membedakan barang atau jasa dari yang lain (Irvanto & Sujana, 2020). Salah satu cara untuk menentukan desain yang baik adalah dengan mengetahui apa yang diinginkan pelanggan. Produk yang baik harus memiliki fitur yang menarik selain memiliki tampilan yang menarik (Dinda Dwi Guntari & Prihartono Aksan Halim, 2021).

b. Konsep Produk

Salah satu orientasi pemasaran yang berfokus pada kualitas, fitur, dan inovasi produk sebagai faktor utama untuk menarik pelanggan, usaha coklat qindo percaya bahwa pelanggan akan memilih produk yang memiliki kualitas terbaik, performa terbaik, atau fitur unik. Oleh karena itu fokus utama perusahaan coklat qindo adalah terus meningkatkan dan menyempurnakan produknya.

Menurut (Fandy Tjiptono 2016) menyatakan bahwa secara spesifik, konsep produk terdiri atas 3 level yaitu :

- 1) Core product, yakni semua manfaat (core benefit) yang ditawarkan produk kepada konsumen
- 2) Actual product, yaitu produk fisik atau delivered service yang memberikan manfaat produk
- 3) Augmented product, yaitu actual product ditambah fitur-fitur pendukung lainnya seperti garansi, fasilitas kredit, layanan antar, instalasi dan reparasi purna beli.

4. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan positif yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan barang atau jasa yang memenuhi atau melebihi harapan mereka. Kualitas produk atau layanan, harga, pengalaman pelanggan, dan bagaimana produk atau layanan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen, menurut Richard L. Oliver (Tjiptono & Diana 2019), adalah perasaan senang atau tidak senangnya konsumen tentang suatu jasa atau hasil yang diterima sesuai dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respons emosional seseorang terhadap produk, yang mencakup ekspektasi terhadap produk, pengalaman penggunaan, dan sebagainya. Respon ini muncul pada titik tertentu, seperti setelah produk digunakan, pengalaman akumulatif, atau setelah produk jasa dipilih.

Menurut (Maryati & Husda, 2020), Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa pada seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan mereka tentang kinerja produk, hasil, dan harapan, ketika barang dan layanan melewati standar konsumen. Ketika kebutuhan, keinginan, dan aspirasi konsumen terpenuhi, kepuasan konsumen akan terpenuhi.

Kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun tidak puas setelah memenuhi keinginan dan harapan mereka tentang menu, harga, fasilitas, dan layanan yang

ditawarkan. Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Selanjutnya, kepuasan konsumen, menurut Tjiptono (2019:379), didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian, di mana persepsi konsumen tentang kinerja produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan yang dibuat sebelum pembelian. Ketidakpuasan muncul ketika kinerja tidak memenuhi harapan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:74), kepuasan konsumen adalah perasaan yang ditunjukkan oleh pelanggan setelah menggunakan suatu produk dan memenuhi harapan dan kebutuhan mereka. Menurut beberapa definisi tersebut, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang, baik senang atau kecewa, yang dihasilkan dari perbandingan antara apa yang mereka terima dari suatu produk dan apa yang mereka harapkan darinya

b. Indikator Kepuasan Konsumen

Ada beberapa indikator kepuasan konsumen, antara lain:

1) Kualitas produk yang dihasilkan

Hal ini sangat penting karena sangat menentukan apakah konsumen merasa puas atau tidak. Kualitas produk yang semakin bagus akan memenuhi ekspektasi konsumen. Jika kualitas produk semakin bagus kepuasan konsumen juga akan meningkat, maka

perusahaan harus memperhatikan kualitas produk agar kepuasan konsumen selalu meningkat.

2) Kualitas pelayanan yang diberikan

Konsumen kembali menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan bila pelayanan perusahaan juga melakukan pelayanan yang baik, ramah serta memuaskan konsumen.

3) Harga Produk

Kualitas produk yang perusahaan tawarkan adalah kualitas terbaik dan harga yang sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasakan kepuasan walau nantinya perusahaan memasang harga yang lebih tinggi tapi kualitas yang diberikan tetap kualitas yang terbaik ini tidak akan mengurangi rasa kepuasan pada konsumen.

4) Kemudahan Mengakses Produk

Memesan produk melalui internet dengan cara yang tidak terlalu rumit serta tanpa adanya biaya tambahan juga dapat meningkatkan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Karena adanya pengalaman tersebut pada konsumen akan percaya dan membeli produk tersebut secara berulang.

Indrasari (2019), adapun indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, adalah:

- 1) Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidak sesuaian

antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.

2) Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.

3) Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya. Adapun indikator yang dijadikan sebagai bahan pengukuran pada variabel Kepuasan Konsumen pada penelitian ini yaitu dari teori (Indrasari, 2019).

B. Tinjauan Empiris / Peneliti Terdahulu

Sebelum adanya penelitian ini sudah ada beberapa penelitian dan riset yang relevan dengan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Adapun penelitian yang relevan sebagai berikut:

1. Abdul Rahman Raka Aditia (2020). Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sepeda motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling dengan responden akhir berjumlah 50. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan wawancara dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana pada SPSS V22. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($15.209 > 2.01$) dan taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$). Ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji

koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,910 yang berarti hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen adalah sangat kuat (91%). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,828 yang berarti besarnya kontribusi kualitas produk bisa menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 82,8% sisanya sebesar 17,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Khotim Fadhli & Nia Dwi Pratiwi (2021). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh digital marketing, kualitas produk dan emosional terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data yang dikumpulkan penelitian ini menggunakan kuesioner atau memberi beberapa lembar pernyataan untuk mengumpulkan data responden dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Responden diambil dari konsumen dari Poskopi Zio Jombang. Data diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.
3. Afnina Dan Yulia Hastuti (2018). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar hubungan dan pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, dengan obyek pada Toko Aneka Jaya Furniture di Langsa. Hasil-hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat sifat keeratan hubungan yang terjadi cukup kuat dan bernilai positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan besaran r -kuadrat menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, disarankan agar pelanggan dapat memilih produk ditawarkan yang berkualitas dan

sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan harapan sehingga benar-benar yakin untuk menggunakan produk tersebut sehingga tidak kecewa pasca pembelian.

4. Dian Esha (2021). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi di Tangerang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik non-probability sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan asumsi klasik, analisis menggunakan software SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini secara parsial Inovasi Produk (X 1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) terbukti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,990 > 1,98498$), lalu Fasilitas (X 2) juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) terbukti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,798 > 1,98498$). Kualitas Pelayanan (X 3) juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) terbukti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,153 > 1,98498$). Secara simultan Inovasi Produk (X 1), Fasilitas (X 2) dan Kualitas Pelayanan (X 3) juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) terbukti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($45,155 > 2,70$). Dengan persamaan nilai regresi linear berganda $Y = 10,954 + 0.346 X_1 + 0.191 X_2 + 0.453 X_3$, dan nilai koefisien determinasi sebesar 57, 2% dan sisanya 42, 8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

5. Laras Widya Astuti (2021). Tujuan Penelitian ini untuk Menunjukkan Bahwa Variabel Kepuasan Konsumen (Y) di PT Rama Karyakarsa Bendari (Interval Easy Hangout) Tangerang Selatan dipengaruhi secara signifikan oleh kontribusi kualitas pelayanan (X1) dan inovasi produk (X2). Hasil analisis koefisien korelasi adalah 0,826 dan nilai koefisien determinasi adalah 68,2%.
6. Mahira, Prasetyo Hadi, Heni Nastiti (2021). Tujuan Penelitian Ini untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan populasi dari penelitian ini yaitu pengguna Indihome di wilayah tanjung priok, Jakarta Utara dengan sampel sebesar 50 pelanggan yang pernah atau sedang menggunakan Indihome dengan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS 3.0 Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
7. Freekley Steyfli, Maramis Jantje L, Sepang Agus Supandi Soegoto (2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado (2) kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado; (3) harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado; dan (4) kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado. Metode yang dipakai analisis regresi linier berganda, Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan

kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan harus bisa menentukan strategi yang tepat agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang.

8. Maslikhatul Aulia Dan Imam Hidayat (2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga serta pengaruh bersama-sama yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada outlet Amanda Brownies cabang Barata Jaya Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kausal komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen outlet Amanda Brownies cabang Barata Jaya Surabaya dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 80 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada outlet Amanda Brownies cabang Barata Jaya Surabaya. Pengaruh bersama-sama yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada outlet Amanda Brownies cabang Barata Jaya Surabaya.
9. Tias Windarty dan Mariaty Ibrahim (2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh” kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Cafe Kabalu” Palembang. Teknik

pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan memakai jenis convenience sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan orang-orang yang melakukan pembelian di cafe kabalu Palembang. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji T dan uji F. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

10. Diapinsa Gema Zakaria (2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan pengguna jasa transportasi taksi Blue Bird segmen reguler di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Adapun teknikanalisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam model penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga masing-masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi Blue Bird di Surabaya. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Abdul Rahman Raka Aditia, Muhammad Wadud, M. Kurniawan (2020)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX Pada PT. Yamaha A. Rivai Palembang	Kuantitatif	Teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling dengan responden akhir berjumlah 50. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan wawancara dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana pada SPSS V22.	Hasil Pengukuran Menunjukkan Bahwa Kualitas Produk Memiliki T hitung > T tabel (15.209 > 2.01) Dan Taraf Signifikansi (0,000)
2	Khotim Fadhli & Nia Dwi Pratiwi (2021)	Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang	Kuantitatif	Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Data yang dikumpulkan penelitian ini menggunakan kuesioner	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digital marketing tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen;

				atau memberi beberapa lembar pernyataan untuk mengumpulkan data responden dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.	namun, kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan emosional juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
	Afnina Dan Yulia Hastuti (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Jaya Furniture di Langsa	Kuantitatif	Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif	Hasil Menunjukkan Bahwa Ada Hubungan Kuat dan Bernilai Positif Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan.
4	Dian Esha (2021)	Pengaruh Inovasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kuta Bumi Tangerang	Kuantitatif	Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan instrumen kuesioner sebagai	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk (X1) secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap

				Teknik pengumpulan data	loyalitas pelanggan (Y), fasilitas (X2) secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), dan kualitas pelayanan (X3) secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), dengan Thitung lebih besar daripada Ttabel (8,990 lebih besar daripada 1,98498).
5	Laras Widya Astuti Dan Husnayetti (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap kepuasan Konsumen Laras.	Kuantitatif	Teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan program statistical product and service solution (SPSS) versi for windows versi 25	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Variabel Kepuasan Konsumen (Y) di PT Rama Karyakarsa Bendari (Interval Easy Hangout) Tangerang Selatan dipengaruhi secara signifikan

					oleh kontribusi kualitas pelayanan (X1) dan inovasi produk (X2). Hasil analisis koefisien kolerasi adalah 0,826 dan nilai koefisien determinasi adalah 68,2%.
6	Mahira, Prasetyo Hadi, Heni Nastiti (2021)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome	Kuantitatif	Teknik analisis regresi linier berganda	Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dan parsial. Agar Perusahaan dapat bertahan dan berkembang, mereka harus dapat menentukan strategi yang tepat.
7	Freekey Steyfli, Maramis Jantje L, Sepang	Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas	Kuantitatif	Teknik pengumpulan data dilakukan dengan	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas

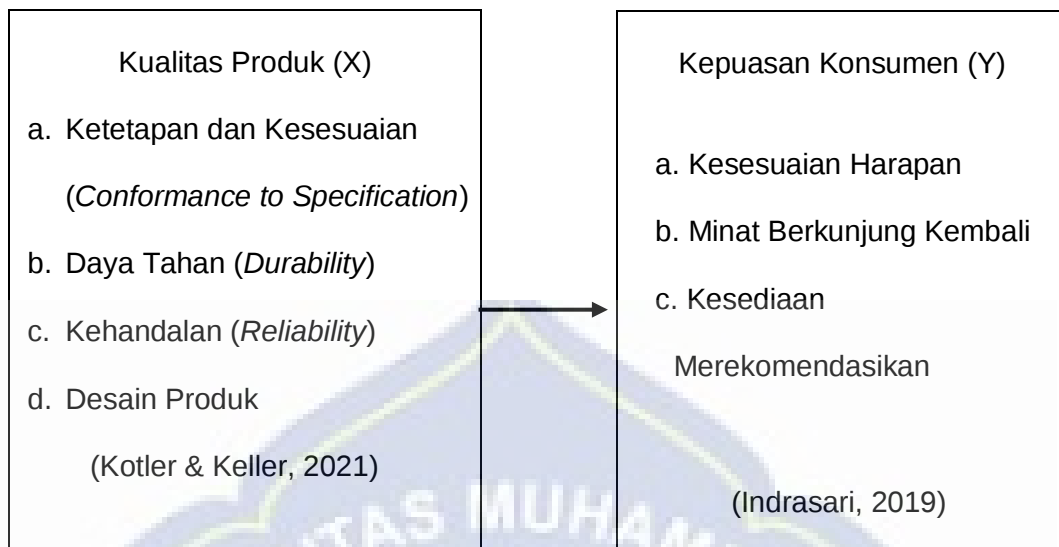
	Agus Supandi Soegoto (2018)	Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado.		wawancara kuesioner dan studi pustaka.	produk, kualitas layanan, dan harga memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun langsung.
8	Maslikhatul Aulia Dan Imam Hidayat (2017)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Amanda brownis.	Kuantitatif	Teknik analisis dan pengujian data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan uji t serta uji f	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Kualitas Produk dan Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial dan Kontinuum.
9	Tias Windarty dan Mariaty Ibrahim (2017)	Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen produk donat madu	Kuantitatif	Teknik software AMOS 28 digunakan untuk menguji hipotesis.	produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kedua, Pertama, kualitas kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

10	Diapinsa Gema Zakaria (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Jasa Transportasi Taksi Blue Bird	Kuantitatif	Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, dengan nilai $p < 0,000$ untuk masing-masing faktor. Selain itu, persepsi harga berdampak positif pada kepuasan pelanggan.
----	------------------------------	--	-------------	--	--

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir menurut (Sugiyono, 2019) adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu, antara variabel independen dengan variabel dependen yang akan diamati atau diukur melalui penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran ini pun disusun berdasarkan hasil pada teoritis dan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh para penelitiannya.

Dari kerangka berpikir diatas dapat dibuat paradigma penelitian untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen, yaitu Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen sebagai variabel dependen sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka pikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas permasalahan penelitian yang masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis berdasarkan tinjauan teoritis dan hasil temuan empiris diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H. Adanya dugaan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coklat Qindo Kabupaten Polewali Mandar

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan metode kuantitatif untuk memilih populasi atau sampel dan mengumpulkan data dengan bantuan instrumen penelitian untuk memvalidasi hipotesis (Sugiyono, 2020).

Penelitian menggunakan pendekatan asosiatif, yang berarti menanyakan bagaimana dua variabel atau lebih berhubungan satu sama lain (Sugiyono, 2020). Perolehan data awal didasarkan pada sebaran kuesioner. Untuk mengumpulkan informasi tentang kualitas dan desain produk yang akan berdampak pada kepuasan pelanggan dengan produk Coklat Qindo, kuesioner sendiri digunakan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada sampel yang akan disurvei. Skala likert digunakan untuk mengukur kuesioner ini.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1) Lokasi

Penelitian ini akan dilakukan di Toko Usaha Coklat Qindo berlokasi di Polewali Mandar, Sulawesi Barat 91311

2) Waktu

Penelitian ini akan dilaksanakan selama kurang lebih dua bulan, dimulai dari bulan Februari hingga Maret 2025. Pada bulan pertama, peneliti akan menyusun instrumen kemudian mendistribusikan kuesioner. Bulan kedua, peneliti akan mengumpulkan dan mengolah data yang telah dikumpulkan dari responden untuk menjadi hasil penelitian.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Robert Donmoyer (dalam Given, 2008: 713) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian empiris yang berfokus pada pengumpulan, analisis, dan penyajian data angka dari kisah. Metode kuantitatif memeriksa teori dengan melihat bagaimana variabel tertentu berinteraksi satu sama lain.

2. Sumber Data

- a) Data primer adalah data yang bersumber langsung dari subjek penelitian yang secara sukarela memberikan datanya kepada peneliti (Sugiyono, 2019). Adapun data primer ini dapat melalui sebaran kuisioner yang disebar dan kemudian diisi oleh konsumen Toko Coklat Qindo
- b) Data sekunder adalah data yang dapat diakses secara online kapan saja dan dapat diolah oleh siswa sesuai dengan pengetahuan mereka tentang konsep statistik. Kemudian, siswa dapat mempresentasikan hasil proyek mereka dalam bentuk karya tulis ilmiah, makalah, atau poster (Faradila & Fahlevi, 2022).

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah semua bagian dari penelitian yang mencakup semua subjek dan objek yang memiliki karakteristik tertentu. Secara umum, populasi terdiri dari semua anggota kelompok, baik manusia, hewan, peristiwa, atau benda, yang dikumpulkan di suatu tempat untuk menghasilkan kesimpulan penelitian (Adnyana, 2021).

Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu: 150 konsumen yang membeli produk di Toko Coklat Qindo Kabupaten Polewali Mandar.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari karakteristik dan jumlah populasi.

Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang diambil dari populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Di mana:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran populasi yaitu jumlah total konsumen

e : Tingkat Kesalahan (*error rate*)

Tingkat kesalahan 10% digunakan dengan dasar jumlah populasi tidak lebih dari 150 (Sugiyono, 2020). Sehingga sampel yang didapatkan adalah 60 konsumen pada Coklat Qindo Kabupaten Mandar dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150(0,01\%)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 1.5}$$

$$n = \frac{150}{2.5}$$

$$n = 60$$

E. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung analisis, penelitian ini membutuhkan pengumpulan data. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan suatu objek secara langsung di lingkungannya, baik yang sedang berlangsung atau masih dalam proses, yang menggunakan pengindraan untuk memfokuskan perhatian. Selain itu, termasuk tindakan berurutan yang dilakukan secara sadar atau sengaja.

2. Dokumentasi

Data dokumentasi, juga disebut sebagai data observasi yang dilakukan, adalah catatan yang dapat dibuktikan atau digunakan sebagai bukti secara hukum (Prawiyogi et al., 2021). autentik yang dapat dibuktikan secara hukum, dapat dipertanggung jawabkan secara hukum, dan dapat melindungi klien Penjelasan yang Dimaklumkan (Luthfiyah, 2017).

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019), kusioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan serangkaian pertanyaan dan pernyataan tertulis yang dikirim ke orang-orang yang terlibat atau yang disebut responden. Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data awal dengan menggunakan metode survei untuk mengetahui pendapat responden.

Dalam penelitian ini, saya membagikan kuesioner secara online untuk mengumpulkan data mengenai pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen Coklat Qindo di Kabupaten Polewali Mandar. Kuesioner ini

dibuat menggunakan Google Forms dan disusun dengan pertanyaan yang relevan serta pengantar yang menjelaskan tujuan penelitian dan jaminan kerahasiaan data. Link kuesioner saya sebariskan melalui WhatsApp, media sosial, dan grup komunitas lokal yang berpotensi menjangkau konsumen Coklat Qindo.

F. Definisi Operasional Variabel Dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang dapat diamati dan diukur. Definisi ini sangat penting karena membantu dalam menentukan sampel yang paling sesuai untuk digunakan.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Kualitas Produk (x)	Kualitas produk didefinisikan tingkat di mana suatu produk memenuhi atau melebihi harapan konsumen dalam hal fungsi, daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan desain. Selain itu juga kualitas produk yang tinggi biasanya berkontribusi pada kepuasan pelanggan, loyalitas merek, dan keberhasilan jangka panjang di pasar.	• Kesesuaian • Ketahanan • Keandalan • Desain
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen didefinisikan perasaan atau sikap positif yang dialami oleh konsumen setelah menggunakan produk atau layanan yang memenuhi atau melebihi harapan mereka. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kualitas produk atau layanan, harga, pengalaman pelanggan, serta bagaimana produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.	• Kualitas produk yang dihasilkan • Kualitas pelayanan yang diberikan • Harga produk • Kemudahan Mengakses Produk

2. Pengukuran Variabel

Metode yang digunakan untuk mengukur panjang atau pendek interval pada alat ukur dikenal sebagai skala pengukuran. Menurut Nilda (2020), setelah proses pengukuran menghasilkan data kuantitatif, analisis statistik yang tepat harus dipilih. Dalam penelitian ini variabel kualitas produk, desain produk, dan Keputusan pembelian diukur dengan menggunakan skala likert, dengan kategori sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

G. Metode Analisis Data

Mengklasifikasikan data ke dalam tema, pola, atau kategori dengan tujuan memahami maknanya disebut penyusunan data. Dalam penelitian kuantitatif, data dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden; kemudian, perhitungan dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis (Sugiyono, 2019). Analisis data induktif atau kualitatif dilakukan, menurut observasi di lapangan. Kemudian hipotesis awal, atau teori, dibuat dan disusun. Menurut Sutriani dan Octaviani (2019) Berikut ini adalah hasil analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji validasi

Validitas adalah indeks yang menunjukkan bahwa alat ukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Semakin akurat instrumen yang dapat mengukur data, semakin akurat instrumen tersebut. Uji validitas sangat penting untuk memastikan bahwa alat atau pertanyaan kuesioner benar-benar mengukur nilai yang ingin diukur dan bahwa pertanyaan yang diberikan tidak menghasilkan data yang menyimpang dari gambaran variabel yang ingin diukur.

b) Uji reabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan dan menunjukkan sejauh mana hasilnya tetap konsisten meskipun dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan alat pengukur yang sama. Alat pengukur dianggap reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan dua kali atau lebih. Menurut Amanda et al. (2019)

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah suatu metode statistika yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y) dengan tujuan untuk memprediksi nilai Y berdasarkan nilai X.

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi antara kualitas dengan keputusan pembelian

X = Kualitas produk

Data di olah secara statistik dengan menggunakan alat bantu program SPSS

H. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independent yaitu : Kualitas (X), secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu : Kepuasan Konsumen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$

a) Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $sig < \alpha = 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen (signifikan) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

b) Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau $sig > \alpha = 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen (signifikan) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu (Amin & Yanti, 2021).

BAB IV

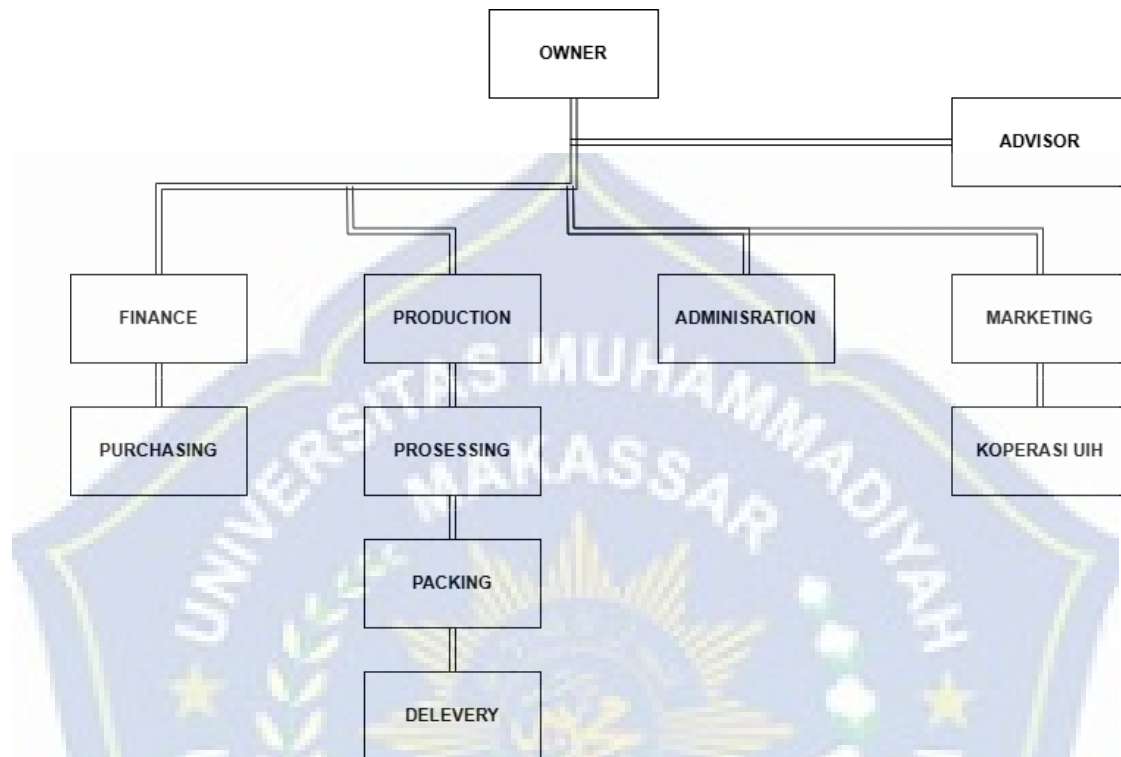
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Singkat

Sejarah Toko “Cokelat Qindo” Didirikan pada tahun 2017, berawal dari dapur kecil di rumah pendirinya, Ibu Ratna, yang memiliki kecintaan mendalam terhadap cokelat. Berbekal resep warisan keluarga dan semangat wirausaha, Ibu Ratna mulai meracik berbagai jenis cokelat praline dan truffle yang ia jual secara daring dan di bazar lokal. Respon positif dari pelanggan mendorong Ibu Ratna untuk membuka toko fisik pertamanya di Polewali Mandar pada tahun 2018. Dengan konsep toko yang hangat dan aroma khas cokelat segar, mencuri perhatian pecinta cokelat dari berbagai kalangan. Seiring waktu, toko ini terus berkembang, menambahkan varian baru seperti cokelat batangan artisan, minuman cokelat panas, serta kue-kue cokelat premium. Pada tahun 2020, Coklat Qindo mulai menjual produknya secara nasional melalui platform e-commerce. Kini, Coklat Qindo dikenal sebagai salah satu toko cokelat lokal yang mengedepankan kualitas bahan, rasa otentik, dan pelayanan hangat. Misi utamanya adalah menyebarkan kebahagiaan melalui setiap gigitan cokelat.

2. Struktur Organisasi Coklat Qindo



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi

3. Visi dan Misi Toko Coklat Qindo

a. Visi

Bekerja untuk kebaikan petani, lingkungan dan kualitas Indonesia

b. Misi

- 1) Meningkatkan kemampuan / keahlian petani dengan program pemberdayaan.
- 2) Mengutamakan kualitas dalam hal apapun pada setiap aktifitas.
- 3) Menumbuhkan keterampilan dan pengetahuan pekerja agar performa operasional bisa maksimal.
- 4) Mengembangkan inovasi pada setiap perubahan zaman dalam produk maupun pelayanan.

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

Pada bagian ini, akan disajikan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Coklat Qindo Kabupaten Polewali Mandar. Hasil penelitian ini akan menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

1. Analisis Karakteristik

Analisis karakteristik responden dilakukan untuk mengetahui profil responden yang terlibat dalam penelitian ini. Karakteristik responden dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu:

a) Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan yang membeli atau mengonsumsi produk Coklat Qindo.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Laki-laki	36	60.0	60.0
	Perempuan	24	40.0	40.0
	Total	60	100.0	100.0

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat dilihat bahwa dari total 60 responden, 36 responden (60%) adalah laki-laki dan 24 responden (40%) adalah perempuan. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki, dengan proporsi yang cukup besar dibandingkan dengan responden perempuan.

b) Karakteristik Berdasarkan Usia

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan usia, yang dapat membantu dalam memahami perilaku dan preferensi konsumen Coklat Qindo.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	< 20 Tahun	1	1,7	1,7
	20-30 Tahun	48	80,0	80,0
	31-40 Tahun	7	11,7	11,7
	41-50 Tahun	3	5,0	5,0
	> 50 Tahun	1	1,7	1,7
	Total	60	100,0	100,0

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Mayoritas responden dalam penelitian ini berusia antara 20-30 tahun, yaitu sebanyak 48 responden (80%). Ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh kaum muda. Proporsi responden yang berusia kurang dari 20 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, dan lebih dari 50 tahun relatif kecil, masing-masing sebesar 1,7%, 11,7%, 5%, dan 1,7%. Dengan demikian, penelitian ini lebih banyak melibatkan responden yang masih dalam usia produktif dan muda.

c) Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan pekerjaan, yang dapat membantu dalam memahami latar belakang dan pengalaman konsumen Coklat Qindo.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Mahasiswa	21	35,0	35,0
	PNS	3	5,0	5,0
	Polisi	2	3,3	3,3
	Perawat	1	1,7	1,7
	Karyawan	10	16,7	16,7
	Buruh	1	1,7	1,7
	Petani	1	1,7	1,7
	Barista	1	1,7	1,7
	Wirausaha	3	5,0	5,0
	Wiraswasta	1	1,7	1,7
	Bengkel	1	1,7	1,7
	Pegawai	1	1,7	1,7
	Manajer	1	1,7	1,7
	Irt	1	1,7	1,7
	Honoror	3	5,0	5,0
	Pengusaha	4	6,7	6,7
	Pengangguran	1	1,7	1,7
	Usaha UMKM	1	1,7	1,7
	Geoteck	1	1,7	1,7
	Sales	1	1,7	1,7
	Ketua Karang Taruna Baru	1	1,7	1,7
	Total	60	100,0	100,0

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa, yaitu sebanyak 21 responden (35%). Selain itu, terdapat juga responden dengan pekerjaan lain seperti karyawan (16,7%), pengusaha (6,7%), PNS (5%), wirausaha (5%), dan honoror (5%). Proporsi responden dengan pekerjaan lain relatif kecil, dengan masing-masing jenis pekerjaan memiliki proporsi kurang dari 5%.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini melibatkan responden dengan latar belakang pekerjaan yang beragam, namun mayoritas adalah mahasiswa.

d) Karakteristik Berdasarkan Pembelian

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan pembelian produk Coklat Qindo, yang dapat membantu dalam memahami perilaku pembelian konsumen.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian

Pembelian				
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1 Kali	32	53,3	53,3
	2 Kali	13	21,7	21,7
	3 Kali	6	10,0	10,0
	4 Kali	2	3,3	3,3
	5 Kali	4	6,7	6,7
	6 Kali	3	5,0	5,0
	Total	60	100,0	100,0

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Mayoritas responden dalam penelitian ini melakukan pembelian produk Coklat Qindo sebanyak 1 kali, yaitu sebanyak 32 responden (53,3%). Selain itu, terdapat juga responden yang melakukan pembelian sebanyak 2 kali (21,7%), 3 kali (10%), 4 kali (3,3%), 5 kali (6,7%), dan 6 kali (5%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih dalam tahap percobaan atau pembelian awal produk Coklat Qindo.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada bagian ini, akan disajikan deskripsi variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X)

Variabel Kualitas Produk (X) diukur melalui empat indikator, yaitu kesesuaian, ketahanan, kehandalan, dan desain produk Coklat Qindo. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsumen mempersepsikan kualitas produk Coklat Qindo berdasarkan indikator-indikator tersebut.

Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X)

Butir Pernyataan	Frekuensi dan Persentase										
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X.P1	8	13,3	10	16,7	7	11,7	30	50,0	5	8,3	2,76
X.P2	8	13,3	11	18,3	9	15,0	26	43,3	6	10,0	2,81
X.P3	10	16,7	16	26,7	23	38,3	8	13,3	3	5,0	3,36
X.P4	7	11,7	23	38,3	23	38,3	3	5,0	4	6,7	3,43
X.P5	10	16,7	22	36,7	16	26,7	8	13,3	4	6,7	3,43
X.P6	7	11,7	28	46,7	14	23,3	9	15,0	2	3,3	3,48
X.P7	5	8,3	29	48,3	21	35,0	2	3,3	3	5,0	3,51
X.P8	8	13,3	22	36,7	16	26,7	13	21,7	1	1,7	3,38
X.P9	8	13,3	15	25,0	26	43,3	7	11,7	4	6,7	3,26
X.P10	8	13,3	26	43,3	17	28,3	7	11,7	2	3,3	3,51
X.P11	9	15,0	26	43,3	19	31,7	4	6,7	2	3,3	3,60
X.P12	5	8,3	27	45,0	19	31,7	7	11,7	2	3,3	3,43
Total Mean Variabel Kualitas Produk (X)											3,33

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.5, dapat dilihat bahwa total mean variabel Kualitas Produk (X) adalah 3,33. Ini menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki persepsi yang cukup positif terhadap kualitas produk Coklat Qindo, namun masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan.

Butir pernyataan dengan mean tertinggi adalah X.P11 (3,60) dan X.P7 (3,51), X.P10 (3,51), yang menunjukkan bahwa responden

memiliki persepsi yang sangat positif terhadap beberapa aspek kualitas produk. Sementara itu, butir pernyataan dengan mean terendah adalah X.P1 (2,76) dan X.P2 (2,81), yang menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang kurang positif terhadap beberapa aspek kualitas produk. Dengan demikian, perusahaan dapat menggunakan hasil ini untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel Kepuasan Konsumen (Y) diukur melalui tiga indikator, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan produk Coklat Qindo. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Coklat Qindo berdasarkan indikator-indikator tersebut.

Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Butir Pernyataan	Frekuensi dan Persentase										
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y.P1	7	11,7	32	53,3	18	30,0	1	1,7	2	3,3	3,68
Y.P2	11	18,3	19	31,7	16	26,7	12	20,0	2	3,3	3,41
Y.P3	10	16,7	24	40,0	20	33,3	3	5,0	3	5,0	3,58
Y.P4	12	20,0	25	41,7	14	23,3	7	11,7	2	3,3	3,63
Y.P5	7	11,7	26	43,3	23	38,3	3	5,0	1	1,7	3,58
Y.P6	11	18,3	22	36,7	18	30,0	8	13,3	1	1,7	3,56
Y.P7	9	15,0	26	43,3	19	31,7	5	8,3	1	1,7	3,61
Y.P8	8	13,3	24	40,0	22	36,7	5	8,3	1	1,7	3,55
Y.P9	8	13,3	27	45,0	18	30,0	6	10,0	1	1,7	3,58
Total Mean Variabel Kepuasan Konsumen (Y)											3,57

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa total mean variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah 3,57. Ini menunjukkan

bahwa responden secara umum memiliki tingkat kepuasan yang positif terhadap produk Coklat Qindo.

Butir pernyataan dengan mean tertinggi adalah Y.P1 (3,68) dan Y.P4 (3,63), Y.P7 (3,61), yang menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepuasan yang sangat tinggi terhadap beberapa aspek kepuasan konsumen. Sementara itu, butir pernyataan dengan mean terendah adalah Y.P2 (3,41), yang menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepuasan yang relatif lebih rendah terhadap beberapa aspek kepuasan konsumen.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk Coklat Qindo telah memenuhi harapan konsumen dan membuat mereka puas, namun masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

3. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan valid dan reliabel. Uji instrumen penelitian meliputi:

a. Uji Validitas

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang digunakan dapat mengukur variabel penelitian dengan tepat.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	X1.P1	0,836	0,254	Valid
2		X1.P2	0,790	0,254	Valid
3		X1.P3	0,862	0,254	Valid

4		X1.P4	0,862	0,254	Valid
5		X1.P5	0,827	0,254	Valid
6		X1.P6	0,853	0,254	Valid
7		X1.P7	0,809	0,254	Valid
8		X1.P8	0,844	0,254	Valid
9		X1.P9	0,852	0,254	Valid
10		X1.P10	0,852	0,254	Valid
11		X1.P11	0,859	0,254	Valid
12		X1.P12	0,791	0,254	Valid
13	Kepuasan Konsumen (Y)	Y.P1	0,857	0,254	Valid
14		Y.P2	0,897	0,254	Valid
15		Y.P3	0,866	0,254	Valid
16		Y.P4	0,876	0,254	Valid
17		Y.P5	0,858	0,254	Valid
18		Y.P6	0,877	0,254	Valid
19		Y.P7	0,811	0,254	Valid
20		Y.P8	0,881	0,254	Valid
21		Y.P9	0,813	0,254	Valid

Sumber: SPSS 26, 2025

Semua pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel (0,254), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan tersebut adalah valid dan memiliki hubungan signifikan dengan variabel yang diukur. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti secara akurat.

b. Uji Reliabilitas

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang digunakan dapat diandalkan dan konsisten dalam mengukur variabel penelitian.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Produk (X)	0,959	12
Kepuasan Konsumen (Y)	0,955	9

Sumber: SPSS 26, 2025

Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kualitas Produk (X) adalah 0,959 dan untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,955, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang tinggi karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen dapat diandalkan untuk mengumpulkan data yang konsisten dan akurat.

4. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Coklat Qindo.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.117	1.718		4.143	.000
	Kualitas Produk	.627	.042	.893	15.095	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa persamaan regresi linear sederhana dapat dibentuk sebagai berikut:

$$Y = 7,117 + 0,627X$$

- a. Nilai constant (a) adalah 7,117, yang berarti bahwa jika Kualitas Produk bernilai 0, maka Kepuasan Konsumen akan bernilai 7,117.
- b. Nilai koefisien regresi (b) adalah 0,627, yang berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan Kualitas Produk akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,627 satuan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Uji hipotesis meliputi:

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh independen setiap variabel dependen terhadap variabel terikat. Apabila nilai sign < 0,05 atau nilai t hitung > t tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Adapun perhitungan t tabel yaitu:

$$t = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$t = (0,05/2 ; 60-2-1)$$

$$t = (0,025 ; 57)$$

$$t = 2,002$$

Pengaruh X terhadap Y, diketahui nilai sign 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 15,095 > 2,002 t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kualitas produk dapat menjelaskan kepuasan konsumen pada Coklat Qindo.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisine Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893 ^a	.797	.794	3.33225
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk				

Sumber: SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa nilai R adalah 0,893, yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen. Nilai R Square (koefisien determinasi) adalah 0,797, yang berarti bahwa 79,7% variasi dalam Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap Kepuasan Konsumen.

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Coklat Qindo di Kabupaten Polewali Mandar. Pembahasan hasil penelitian ini dilakukan dengan menginterpretasikan data yang diperoleh melalui kuesioner, pengujian validitas dan reliabilitas, serta uji regresi linear sederhana.

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai

koefisien regresi 0,627. Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,627 satuan, apabila variabel lain dianggap tetap.

Hasil ini sejalan dengan hipotesis dalam penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,797, yang menunjukkan bahwa 79,7% variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk, sedangkan sisanya merupakan kekurangan pemilihan model penelitian ini.

2. Dimensi Kualitas Produk

Kualitas produk dalam penelitian ini diukur melalui empat indikator: Kesesuaian produk (conformance to specifications), Daya tahan produk (durability), Keandalan produk (reliability), dan Desain produk. Dari hasil deskriptif, nilai rata-rata (mean) variabel kualitas produk adalah 3,33, yang termasuk dalam kategori cukup baik. Indikator dengan skor mean tertinggi adalah keandalan produk dan desain (X.P11 dan X.P7), yang menunjukkan bahwa konsumen menilai produk Coklat Qindo cukup andal dan menarik secara visual. Namun, indikator kesesuaian (X.P1 dan X.P2) memperoleh skor terendah, menandakan bahwa masih terdapat perbedaan antara ekspektasi konsumen dengan kenyataan produk yang diterima, sehingga aspek ini perlu diperbaiki.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen diukur melalui tiga indikator utama yaitu Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali, dan Kesiediaan

merekomendasikan produk kepada orang lain. Hasil deskriptif menunjukkan nilai rata-rata kepuasan konsumen adalah 3,57, yang menunjukkan bahwa secara umum konsumen merasa puas dengan produk Coklat Qindo. Indikator dengan skor tertinggi adalah kesesuaian harapan dan minat merekomendasikan, yang berarti konsumen cenderung merasa bahwa produk sudah sesuai dengan ekspektasi mereka dan bersedia merekomendasikannya. Namun, indikator minat berkunjung kembali (Y.P2) memiliki skor rata-rata yang sedikit lebih rendah (3,41), menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk meningkatkan loyalitas pembelian ulang.

Temuan ini sama dengan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen yang menerima produk dengan kualitas yang baik cenderung merasa puas, bersedia membeli ulang, dan merekomendasikan kepada orang lain. Selain itu, hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, seperti: Abdul Rahman Raka Aditia (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung yang tinggi. Selanjutnya Afnina dan Yulia Hastuti (2018) yang juga menunjukkan hubungan positif yang kuat antara kualitas produk dan kepuasan konsumen.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis regresi, menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Coklat Qindo di Kabupaten Polewali Mandar. Kesimpulan ini diperoleh dari nilai uji T, berdasarkan hasil uji T yang telah dilakukan pada variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan nilai Sig. yang lebih kecil. Selain itu diketahui bahwa nilai signifikan dari X terhadap Y yang berarti bahwa variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas Produk. Artinya semakin baik kualitas produk maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka ada beberapa saran yang perlu diberikan kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini yaitu:

1. Disarankan bagi tempat penelitian dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk peningkatan kualitas produk agar konsumen lebih merasakan puas dengan Coklat Qindo, peningkatan yang harus dilakukan diantaranya dari segi peningkatan rasa dan varian rasa agar diperbanyak karena dengan meningkat kualitas produk maka akan berbanding lurus tingkat kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan menggunakan variabel lain diluar variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, Abdul Rahman Raka, Muhammad Wadud, and M. Kurniawan DP. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 1.1 (2020): 23-37.
- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, 14(1), 103–116.
- Afnina, Afnina, and Yulia Hastuti. "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 9.1 (2018): 21-30.
- Aulia, Maslikhatul, and Imam Hidayat. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 6.5 (2017).
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. Prosiding Seminar Nasional UNIMUS, 4, 61–69.
- ESHA, Dian; PRATAMA, Putra. Pengaruh Inovasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2022, 11.1.
- Fadhli, Khotim, and Nia Dwi Pratiwi. "Pengaruh digital marketing, kualitas produk, dan emosional terhadap kepuasan konsumen Poskopi Zio Jombang." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2.2 (2021): 603-612.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press, 2019.
- Janna, Nilda Miftahul. "Variabel dan skala pengukuran statistik." (2020).
- Luthfiyah, M. F. (2017). Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus. November, 26.
- Mahira, Mahira, Prasetyo Hadi, and Heni Nastiti. "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome." *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi* 2.1 (2021): 1267-1283.
- Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L. Sepang, and Agus S. Soegoto. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6.3 (2018).
- Ramadayanti, Firda. "Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk." *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6.2 (2019): 111-116.
- Sinulingga, Sasha Nafisah, Veronika Manik, and Hendra Jonathan Sibarani. "Pengaruh inovasi, kualitas produk, iklan produk dalam meningkatkan keputusan pembelian instan noodle di kota medan." *Jurnal Ekobistek* (2021): 108-114.

Siokain, Sherly, et al. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kedai & Cafe Fcb Kontainer Kupang)." *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial* 4.6 (2023): 1477-1486.

Sugiyono, Prof. "Dr. metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D." *Alfabeta*, cv 233 (2016).

Widyastuti, L., & Husnayetti, H. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 90-96.

Windarti, Tias, and Mariaty Ibrahim. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu (studi pada konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–Pekanbaru)*. Diss. Riau University, 2017.

Wisudaningsi, B. A., Arofah, I., Konstansius, D., & Belang, A. (2019). Statmat (Jurnal Statistika Dan Matematika) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda*, 1(1), 103–117.

Zakaria, Diapinsa Gema. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Blue Bird Di Surabaya*. Diss. STIESIA SURABAYA, 2017.



LAMPIRAN



Lampiran 1 Kuesioner penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Dalam rangka penyelesaian skripsi, Saya ANDI IBNU HAYYET Dengan NIM 105721137621 bermaksud melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada COKLAT QINDO KABUPATEN POLEWALI MANDAR”. Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/I untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan pada kuesioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian

Berikan tanda (√) untuk setiap pernyataan ini sesuai dengan kenyataan.

1. Sangat setuju
2. Setuju
3. Kurang Setuju
4. Tidak Setuju
5. Sangat tidak Setuju

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden:
2. Jenis Kelamin: ☐Pria ☐Wanita
3. Usia:
 - ☐17 thn – 20 thn ☐25 thn – 30 thn ☐ >40 thn
 - ☐20 thn – 25 thn ☐30 thn - 40 thn
4. Pekerjaan:
 - ☐Pelajar/Mahasiswa ☐Pegawai swasta ☐Lainnya,Sebutkan....
 - ☐PNS ☐Wiraswasta
5. Pembelian:
 - ☐1 kali ☐3 kali ☐5 kali
 - ☐2 kali ☐4 kali ☐ >6 ka

DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL KUALITAS PRODUK (X)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
	NILAI TARGET	1	2	3	4	5
Kesesuaian (X.1)						
1	Produk Coklat Qindo sesuai dengan selera saya					
2	Saya merasa puas dengan rasa Coklat Qindo					
3	Harga produk Coklat Qindo sesuai dengan kualitas yang diberikan					
Ketahanan (X.2)						
1	Produk Coklat Qindo tahan lama dan tidak mudah rusak					
2	Produk Coklat Qindo masih memiliki kualitas yang baik meskipun disimpan dalam waktu yang lama					
3	Seberapa efektif kemasan dalam melindungi produk dari panas, cahaya, dan udara					
Kehandalan (X.3)						
1	Produk Coklat Qindo selalu tersedia ketika saya membutuhkan					
2	Layanan yang diberikan oleh Karyawan Coklat Qindo					
3	Coklat Qindo selalu konsisten dalam hal kualitas dan rasa					
Desain (X.4)						
1	Desain produk Coklat Qindo menarik dan menambah nilai estetika					
2	Produk Coklat Qindo mudah untuk dimakan dan tidak ribet					
3	Tempat makan Coklat Qindo memiliki desain yang nyaman dan menarik					

2. VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
	NILAI TARGET	1	2	3	4	5
Kesesuaian Harapan (Y.1)						
1	Pilihan menu di Coklat Qindo sesuai dengan ekspektasi anda					
2	Produk Coklat Qindo memiliki cita rasa yang sesuai dengan harapan anda					
3	Harga di Coklat Qindo sesuai dengan ekspektasi anda					
Minat Berkunjung Kembali (Y.2)						
1	Berminat untuk Qindo membuat saya ingin datang kembali					
2	Percaya bahwa Coklat Qindo adalah tempat yang baik untuk menikmati coklat					
3	Produk Coklat Qindo memiliki kualitas yang baik untuk direkomendasikan					
Kesediaan merekomendasikan (Y.3)						
1	Cenderung merekomendasikan Coklat Qindo jika seseorang meminta rekomendasi coklat					
2	Percaya bahwa Coklat Qindo adalah tempat yang baik untuk menikmati coklat					
3	Produk Coklat Qindo memiliki kualitas yang baik untuk direkomendasikan					

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

No	Nama	Kualitas Produk (X)												
		X.P1	X.P2	X.P3	X.P4	X.P5	X.P6	X.P7	X.P8	X.P9	X.P10	X.P11	X.P12	X.TOTAL
1	Andri	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	52
2	Sawe Mappangara	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	2	44
3	Mul	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	51
4	abdul manaf	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	58
5	Abdul Rahman	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	56
6	Muhammad taufigurrahman arsyad	1	2	1	2	1	2	3	3	1	2	2	3	23
7	Andri	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	51
8	Uci	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	58
9	Syarifathul Amaliah	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	52
10	Zeal	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	51
11	Zammil	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53
12	Irfan S.T	1	5	4	3	1	2	4	4	3	4	4	3	38
13	Mawardi	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	41
14	Ayu dewi	2	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	39
15	Riska Damayanti	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	40
16	Yasmul	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	55
17	Rian	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	Ammi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
19	Muh. Yusril	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	51
20	Amaliyah	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	53
21	Padil	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	54
22	Irfan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
23	Rizaldi	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	13
24	Harnianti	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	55
25	Fathur	3	3	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	44
26	Hasman	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	41
27	Anfuddin kasin	2	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	39
28	Kahar	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
29	Yuni Rahma	2	1	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	36
30	Andi Muhajirah Idris	4	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	2	29
31	Wivi Astuti	2	2	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	37
32	Suci Zuanda Ningnung	2	2	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	35
33	Nurul Ramadhani	2	1	3	1	2	3	3	3	4	3	4	3	32
34	Muhammad Ahyar	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	33
35	Muspirawati	1	2	3	3	3	2	1	2	1	2	3	2	25
36	Indri Ayu Lestari	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	32
37	Nuraini Arifuddin	2	1	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	30
38	Puspitasari	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	32
39	Ahmad Fadlan	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	38
40	Iswari Alfari	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	33
41	Andi Nurul Annisa	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
42	Baharuddin Lopa	3	3	4	4	2	3	3	3	4	2	2	2	35
43	Asmena Ilham	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	29
44	Andri justl palasury	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	30
45	Aqsi	2	1	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	37
46	Reza Rahadian	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	4	30
47	Faturrahman	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	33
48	Nasya Nasrun	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	33
49	Anto Ishak	2	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	39
50	Angga	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	35
51	Ananda Putri Audy arham	2	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	40
52	Ferawati fahra lukman	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
53	Reni yuliana	2	2	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	38
54	Rahmat Hidayat	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	4	4	32
55	Aswar	2	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	40
56	Aslam	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
57	Fajar Taufik	2	2	3	2	3	4	4	2	2	4	4	4	36
58	Wahyudi	2	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	39
59	Zhafira Rahman	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	42
60	Adelia Falakivah	2	2	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	40

No	Nama	Kepuasan Konsumen (Y)									
		Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6	Y.P7	Y.P8	Y.P9	Y.TOTAL
1	Andri	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
2	Sawe Mappangara	3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
3	Mul	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	abdul manaf	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	Abdul Rahman	4	4	5	5	5	4	5	5	5	42
6	Muhammad taufiqurrahman arsyad	3	2	1	2	2	2	2	2	2	18
7	Andri	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
8	Uci	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
9	Syarifathul Amaliah	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
10	Zeal	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
11	Zammil	4	5	3	5	4	5	4	4	5	39
12	Irfan S.T	5	4	4	5	4	5	3	5	4	39
13	Mawardi	4	2	3	3	3	2	3	3	4	27
14	Ayu dewi	4	3	4	3	3	3	4	3	4	31
15	Riska Damayanti	3	3	4	2	3	4	3	4	4	30
16	Yasmul	4	4	5	4	4	5	5	4	4	39
17	Rian	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	Ammi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
19	Muh. Yusril	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
20	Amaliyah	4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
21	Padil	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
22	Irfan	1	1	1	1	3	2	4	2	2	17
23	Rizaldi	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
24	Harnianti	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
25	Fathur	4	3	3	5	5	5	4	5	4	38
26	Hasman	3	4	3	4	3	4	4	3	4	32
27	Arifuddin kasin	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
28	Kahar	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
29	Yuni Rahma	4	2	3	4	2	3	4	3	2	27
30	Andi Muhajirah Idris	3	2	3	2	3	2	3	3	2	23
31	Wiwi Astuti	3	4	3	4	3	3	4	3	4	31
32	Suci Zuanda Ningnung	3	2	2	2	3	2	2	3	4	23
33	Nurul Ramadhani	4	2	3	3	4	4	3	4	3	30
34	Muhammad Ahyar	3	2	3	2	3	2	3	3	4	25
35	Muspirawati	3	2	3	2	2	3	3	2	3	23
36	Indri Ayu Lestari	3	2	2	3	3	3	2	3	3	24
37	Nuraini Arifuddin	3	3	4	4	3	3	3	3	3	29
38	Puspitasari	3	3	3	3	4	4	3	3	3	29
39	Ahmad Fadlan	3	2	2	3	3	2	3	3	2	23
40	Iswari Alfarisi	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
41	Andi Nurul Annisa	4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
42	Baharuddin Lopa	3	3	3	4	4	3	3	3	3	29
43	Asmena Ilham	3	3	3	3	3	4	3	4	5	31
44	Andri jusfi palasury	3	2	3	3	3	3	3	3	2	25
45	Aqsi	4	3	3	4	3	3	2	2	3	27
46	Reza Rahadian	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
47	Faturrahman	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
48	Nasya Nasrun	2	2	3	3	3	3	2	3	3	24
49	Anto Ishak	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
50	Angga	4	5	4	4	4	4	4	3	3	35
51	Ananda Putry Audy arham	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
52	Ferawati fahra lukman	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
53	Reni yuliana	4	3	4	4	4	3	4	4	3	33
54	Rahmat Hidayat	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
55	Aswar	4	3	4	4	4	2	4	2	4	31
56	Aslam	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
57	Fajar Taufik	4	3	4	4	3	4	4	4	3	33
58	Wahyudi	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
59	Zhafira Rahman	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
60	Adelia Falakiyah	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35

Lampiran 3 Data Karakteristik Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Kode	Usia	Kode	Pekerjaan	Kode	Pembelian	Kode
1	Andri	Laki-laki	1	21	2	Wirausaha	9	5 Kali	5
2	Sawe Mappangara	Laki-laki	1	47	5	Wiraswasta	10	1 Kali	1
3	Mul	Laki-laki	1	22	2	Mahasiswa	1	2 Kali	2
4	abdul manaf	Laki-laki	1	23	2	Mahasiswa	1	6 Kali	6
5	Abdul Rahman	Laki-laki	1	20	2	Bengkel	11	4 Kali	4
6	Muhammad taufiqurrahman arsyad	Laki-laki	1	21	2	Mahasiswa	1	2 Kali	2
7	Andri	Laki-laki	1	22	2	Pegawai	12	5 Kali	5
8	Uci	Perempuan	2	32	3	Irt	14	2 Kali	2
9	Syarifathul Amaliah	Perempuan	2	24	2	Honoror	15	1 Kali	1
10	Zeal	Laki-laki	1	29	2	Mahasiswa	1	2 Kali	2
11	Zammil	Laki-laki	1	24	2	Mahasiswa	1	5 Kali	5
12	Irfan S.T	Laki-laki	1	25	2	Pengangguran	17	6 Kali	6
13	Mawardi	Laki-laki	1	41	4	PNS	2	1 Kali	1
14	Ayu dewi	Perempuan	2	24	2	Wirausaha	9	1 Kali	1
15	Riska Damayanti	Perempuan	2	22	2	Mahasiswa	1	1 Kali	1
16	Yasmul	Laki-laki	1	21	2	Karyawan	5	1 Kali	1
17	Rian	Laki-laki	1	20	2	Pengusaha	16	6 Kali	6
18	Ammi	Perempuan	2	23	2	Pengusaha	16	5 Kali	5
19	Muh. Yusril	Laki-laki	1	23	2	mahasiswa	1	1 Kali	1
20	Amaliyah	Perempuan	2	21	2	Mahasiswa	1	2 Kali	2
21	Padil	Laki-laki	1	32	3	Manajer	13	3 Kali	3
22	Irfan	Laki-laki	1	24	2	Pengusaha	16	1 Kali	1
23	Rizaldi	Laki-laki	1	20	2	Usaha UMKM	18	3 Kali	3
24	Harnianti	Perempuan	2	20	2	Geotek	19	3 Kali	3
25	Fathur	Laki-laki	1	22	2	Kuliah	1	1 Kali	1
26	Hasman	Laki-laki	1	36	3	Wirausaha	9	2 Kali	2
27	Arifuddin kasin	Laki-laki	1	31	3	Karyawan	5	1 Kali	1
28	Kahar	Laki-laki	1	28	2	Karyawan	5	3 Kali	3
29	Yuni Rahma	Perempuan	2	22	2	Mahasiswa	1	1 Kali	1
30	Andi Muhajirah Idris	Perempuan	2	24	2	Karyawan	5	2 Kali	2
31	Wiwi Astuti	Perempuan	2	21	2	Mahasiswa	1	1 Kali	1
32	Suci Zuanda Ningnung	Perempuan	2	22	2	Mahasiswa	1	1 Kali	1
33	Nurul Ramadhani	Perempuan	2	22	2	Mahasiswa	1	1 Kali	1
34	Muhammad Ahyar	Laki-laki	1	19	1	Mahasiswa	1	1 Kali	1
35	Muspirawati	Perempuan	2	22	2	Karyawan	5	1 Kali	1
36	Indri Ayu Lestari	Perempuan	2	23	2	Karyawan	5	1 Kali	1
37	Nuraini Arifuddin	Perempuan	2	26	2	Karyawan	5	1 Kali	1
38	Puspitasari	Perempuan	2	27	2	Barista	8	1 Kali	1
39	Ahmad Fadlan	Laki-laki	1	25	2	Polisi	3	1 Kali	1
40	Iswari Alfari	Laki-laki	1	24	2	Polisi	3	2 Kali	2
41	Andi Nurul Annisa	Perempuan	2	35	3	PNS	2	2 Kali	2
42	Baharuddin Lopa	Laki-laki	1	41	4	PNS	2	1 Kali	1
43	Asmena Ilham	Perempuan	2	38	3	Perawat	4	1 Kali	1
44	Andri jusfi palasury	Laki-laki	1	26	2	Sales	20	2 Kali	2
45	Aqsi	Laki-laki	1	28	2	Karyawan	5	1 Kali	1
46	Reza Rahadian	Laki-laki	1	24	2	Mahasiswa	1	1 Kali	1
47	Faturrahman	Laki-laki	1	27	2	Honoror	15	1 Kali	1
48	Nasya Nasrun	Perempuan	2	22	2	Mahasiswa	1	1 Kali	1
49	Anto Ishak	Laki-laki	1	42	4	Ketua Karang Ta	21	1 Kali	1
50	Angga	Laki-laki	1	22	2	Mahasiswa	1	1 Kali	1
51	Ananda Putry Audy arham	Perempuan	2	23	2	Mahasiswa	1	2 Kali	2
52	Ferawati fahra lukman	Perempuan	2	24	2	Pengusaha	16	3 Kali	3
53	Reni yuliana	Perempuan	2	22	2	Mahasiswa	1	4 Kali	4
54	Rahmat Hidayat	Laki-laki	1	22	2	Mahasiswa	1	2 Kali	2
55	Aswar	Laki-laki	1	20	2	Mahasiswa	1	1 Kali	1
56	Aslam	Laki-laki	1	26	2	Karyawan	5	1 Kali	1
57	Fajar Taufik	Laki-laki	1	25	2	Buruh	6	1 Kali	1
58	Wahyudi	Laki-laki	1	34	3	Petani	7	1 Kali	1
59	Zhafira Rahman	Perempuan	2	27	2	Karyawan	5	3 Kali	3
60	Adelia Falakiyah	Perempuan	2	25	2	Honoror	15	2 Kali	2

Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik

A. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X)

Correlations													
		XP1	XP2	XP3	XP4	XP5	XP6	XP7	XP8	XP9	XP10	XP11	XP12
XP1	Pearson Correlation	1	.795**	.710**	.652**	.664**	.688**	.530**	.665**	.730**	.636**	.622**	.567**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP2	Pearson Correlation	.795**	1	.675**	.681**	.543**	.578**	.546**	.641**	.659**	.593**	.602**	.482**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP3	Pearson Correlation	.710**	.675**	1	.736**	.680**	.701**	.648**	.747**	.720**	.685**	.701**	.621**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP4	Pearson Correlation	.652**	.681**	.736**	1	.766**	.704**	.677**	.696**	.709**	.667**	.674**	.691**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP5	Pearson Correlation	.664**	.543**	.680**	.766**	1	.790**	.617**	.602**	.614**	.683**	.741**	.597**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP6	Pearson Correlation	.688**	.578**	.701**	.704**	.790**	1	.722**	.675**	.631**	.742**	.694**	.666**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP7	Pearson Correlation	.530**	.546**	.648**	.677**	.617**	.722**	1	.650**	.697**	.753**	.693**	.688**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP8	Pearson Correlation	.665**	.641**	.747**	.696**	.602**	.675**	.650**	1	.733**	.708**	.739**	.624**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP9	Pearson Correlation	.730**	.659**	.720**	.709**	.614**	.631**	.697**	.733**	1	.649**	.722**	.676**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP10	Pearson Correlation	.636**	.593**	.685**	.667**	.683**	.742**	.753**	.708**	.649**	1	.776**	.717**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP11	Pearson Correlation	.622**	.602**	.701**	.674**	.741**	.694**	.693**	.739**	.722**	.776**	1	.706**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
XP12	Pearson Correlation	.567**	.482**	.621**	.691**	.597**	.666**	.688**	.624**	.676**	.717**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.836**	.790**	.862**	.862**	.827**	.853**	.809**	.844**	.852**	.852**	.859**	.791**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

b. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations											
		Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6	Y.P7	Y.P8	Y.P9	Kepuasan Konsumen
Y.P1	Pearson Correlation	1	.750**	.757**	.782**	.689**	.688**	.601**	.741**	.652**	.857**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.P2	Pearson Correlation	.750**	1	.773**	.780**	.708**	.779**	.703**	.690**	.714**	.897**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.P3	Pearson Correlation	.757**	.773**	1	.700**	.689**	.702**	.723**	.701**	.648**	.866**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.P4	Pearson Correlation	.782**	.780**	.700**	1	.743**	.742**	.677**	.714**	.625**	.876**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.P5	Pearson Correlation	.689**	.708**	.689**	.743**	1	.720**	.710**	.820**	.689**	.868**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.P6	Pearson Correlation	.688**	.779**	.702**	.742**	.720**	1	.640**	.825**	.677**	.877**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.P7	Pearson Correlation	.601**	.703**	.723**	.677**	.710**	.640**	1	.645**	.587**	.811**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.P8	Pearson Correlation	.741**	.690**	.701**	.714**	.820**	.825**	.645**	1	.728**	.881**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y.P9	Pearson Correlation	.652**	.714**	.648**	.625**	.689**	.677**	.587**	.728**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.857**	.897**	.866**	.876**	.868**	.877**	.811**	.881**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

2. Hasil Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X)

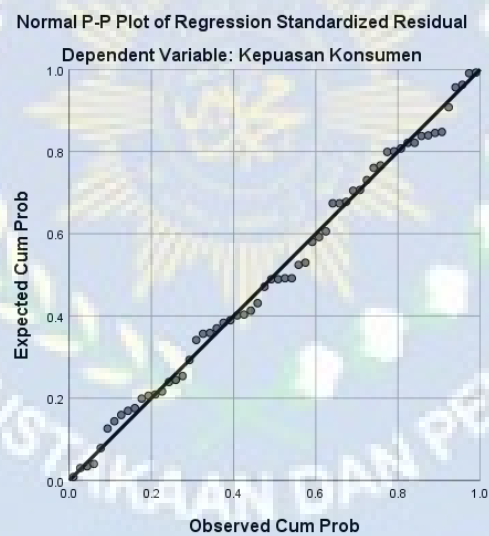
Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.959	12

b. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.955	9

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas



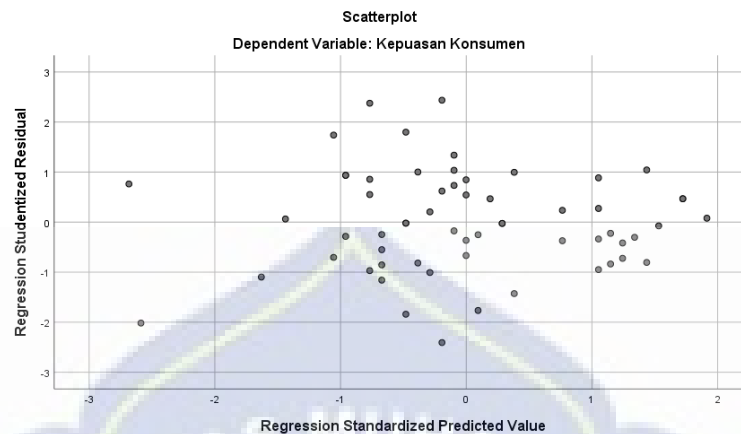
b. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas



4. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.117	1.718		4.143	.000
	Kualitas Produk	.627	.042	.893	15.095	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.117	1.718		4.143	.000
	Kualitas Produk	.627	.042	.893	15.095	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893 ^a	.797	.794	3.33225

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

B. Daftar r Tabel

n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	10	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	12	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	15	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	17	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	20	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	30	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	40	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	50	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	60	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

C. Daftar t Tabel

d.f	t _{0.10}	t _{0.05}	t _{0.025}	t _{0.01}	t _{0.005}
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667

57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660

Lampiran 5 Surat Penelitian


MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
 Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp. 866972 Fax (0411) 865588 Makassar 90221 e-mail : lp3m@unismuh.ac.id

Nomor : 7107/05/C.4-VIII/V/1446/2025
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

28 May 2025 M
 01 Dzulhijjah 1446

Kepada Yth,
 Bapak / Ibu Bupati Kabupaten Polewali Mandar
 Cq. Ka. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Polewali Mandar
 di -
 Sulawesi Barat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
 Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 590/05/A.2-II/V/46/2025 tanggal 27 Mei 2025, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **ANDI IBNU HAYYET**
 No. Stambuk : **10572 1137621**
 Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**
 Jurusan : **Manajemen**
 Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COKLAT QINDO KABUPATEN POLEWALI MANDAR"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 2 Juni 2025 s/d 2 Agustus 2025.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.
 Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,

Dr. Muhi Arief Muhsin, M.Pd.
NBM-1127761



PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jln. Marunggal No.11 Pekkabata Polewali, Kode Pos 91315
 Website: dpmptsp.polmankab.go.id Email: dpmptsp@polmankab.go.id

IZIN PENELITIAN
NOMOR: 500.16.7.2 /0487/PLDPMPTSP/VI/2025

Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 atas perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
 2. Peraturan Daerah Kabupaten Polewali Mandar Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2009 tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat Bappeda dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Polewali Mandar;
 3. Mempertahankan
 a. Surat permohonan sdr. ANDI IBNU HAYYET
 b. Surat rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor: B-0487/Kesbangpol/B.1/410.7/VI/2025, Tgl. 10-06-2025

MEMBERIKAN IZIN

Kepada: Nama : ANDI IBNU HAYYET
 NIM/IDN/NIP/NPn : 105721137621
 Asal Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
 Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
 Jurusan : MANAJEMEN
 Alamat : LAPEO KEC. CAMPALAGIAN
 KAB. POLEWALI MANDAR

Untuk melakukan penelitian di Kabupaten Polewali Mandar yang dilaksanakan Pada bulan Juni s/d Agustus 2025 dengan Proposal berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COKLAT QINDO KABUPATEN POLEWALI MANDAR"
 Adapun izin penelitian ini dibuat dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Pemerintah setempat;
 2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
 3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
 4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil penelitian kepada Bupati Polewali Mandar up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
 5. Surat izin penelitian akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin penelitian tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas;
 6. Izin penelitian ini hanya berlaku 6 bulan sejak diterbitkan.

Demikian izin penelitian ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di Polewali Mandar,
 Pada tanggal 10 Juni 2025
 Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan
 Terpadu Satu Pintu,



NENGAH TRI SUMADANA, AP, M.Si
 Pangkat : Pembina Utama Muda
 NIP : 197505221994121001

Tembusan :
 1. Unsur forkopin di tempat

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
 yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik (BSEI), Badan Sibar dan Rantai Nilai



UNTUK INDONESIA HIJAU

Alamat: Jl. Poros Majene No. 187 Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat

Nomor : 003/ST/UIH/XI/2025

Lamp : -

Hal : Izin Penelitian

Kepada,
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar
Di Tempat.

Assalamualaikum Wr.Wb.

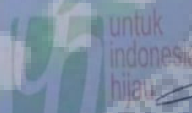
Dengan Hormat

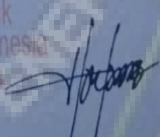
Menanggapi surat permohonan izin penelitian yang telah disampaikan kepada Coklat Qindo Kabupaten Polewali Mandar, 29 Mei 2025 dengan ini disampaikan bahwa kami memberikan izin kepada Mahasiswa Muhammadiyah Makassar Program Studi Manajemen dibawah ini untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi, dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coklat Qindo Kabupaten Polewali Mandar".

Nama : Andi Ibnu Hayyet
Nim : 105721137621
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

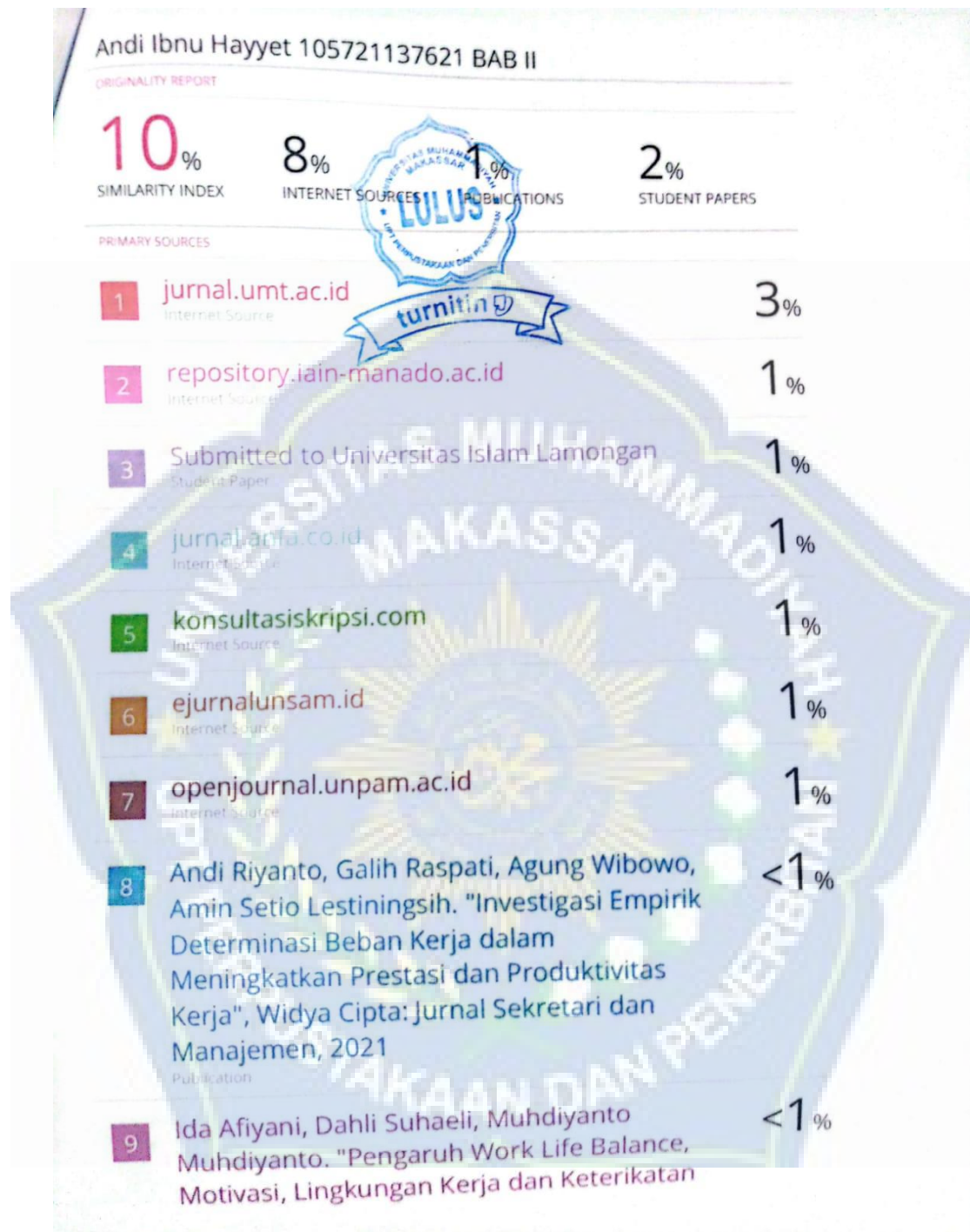
Demikian surat ini kami sampaikan Terima Kasih atas perhatian dan kerja samanya

29 Mei 2025




Herwin Hartawan
Direktur PT UIH

Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiasi





Andi Ibnu Hayyet 105721137621 BAB IV

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

1%

INTERNET SOURCES



0%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Makassar

Student Paper

1%

2

docplayer.info

Internet Source

1%

3

docobook.com

Internet Source

<1%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

Off



Andi Ibnu Hayyet 105721137621 BAB V

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

123dok.com

Internet Source

5%

Exclude quotes

Off

Exclude bibliography

Off

Exclude matches

Off



Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner



BIOGRAFI PENULIS



Andi Ibnu Hayyet Panggilan Ibnu Lahir di Makassar pada tanggal 03 Februari 2003 dari pasangan suami istri Bapak Andi Sawe Mappangara dan Ibu Kaotsar Masbi. Peneliti adalah anak keenam dari 6 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl. Pengayoman Masele 2, Lorong 1, Kec. Panakukang, KotaMakassar, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu MI DDI Lapeo pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2015, MTS Ibtidaiyah Lapeo pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2018, SMA Negeri 1 Campalagian pada tahun 2018 dan lulus pada tahun 2021, dan mulai tahun 2021 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.