

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Profil Lokasi Penelitian

KUB Mekarsari Food merupakan sebuah kelompok usaha bersama yang didirikan sejak tahun 2009 dengan produk unggulan berupa minuman sari buah salak dengan nama dagang Salger. Sejarah dari pembentukan KUB Mekarsari Food tidak terlepas dari kegiatan pembelajaran oleh UP-FMA Desa Kademangan. UP-FMA merupakan singkatan dari Unit Pengelola – *Farmer Managed Action Activities*, yakni metode pengembangan kapasitas masyarakat desa yang dilakukan melalui pelaksanaan kegiatan penyuluhan yang dikelola oleh masyarakat desa itu sendiri. Metode ini menitikberatkan pada pengembangan kapasitas manajerial, kepemimpinan, dan kewirausahaan pelaku utama dalam pengelolaan kegiatan penyuluhan pertanian. Salak Suwaru merupakan komoditas unggulan dari Kecamatan Pagelaran yang sempat tenar pada tahun 1980 an, namun saat ini susah untuk dijumpai di pasaran. Untuk itu keberadaan KUB Mekarsari Food diharapkan mampu mendatangkan nilai tambah terhadap salak suwaru sehingga dapat diminati kembali di pasaran.

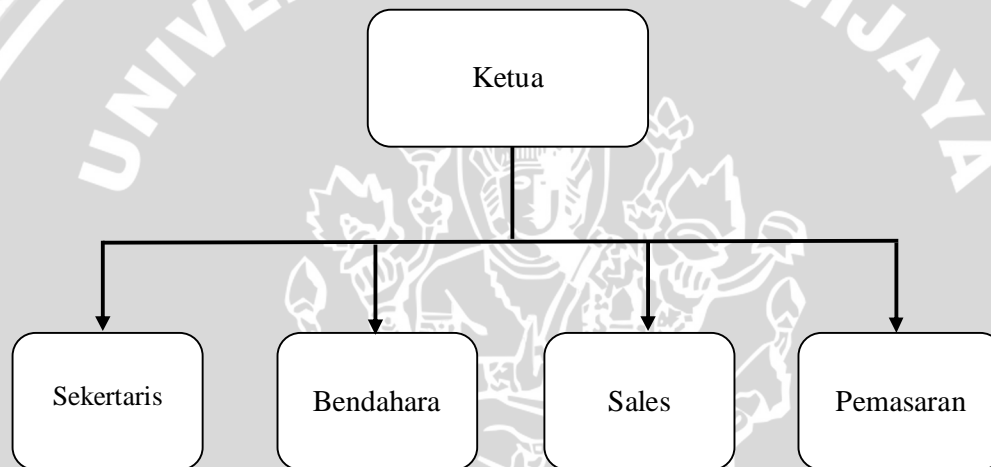
KUB Mekarsari Food berada di Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang. Kecamatan Pagelaran merupakan pemekaran dari Kecamatan Gondanglegi. Kecamatan Pagelaran terdiri dari 10 desa, yaitu Desa Pagelaran, Desa Banjarejo, Desa Kanigoro, Desa Brongkal, Desa Sidorejo, Desa Kademangan, Desa Suwaru, Desa Clumprit, Desa Karangsudo, dan Desa Balaerjo. KUB Mekarsari Food terletak di Dusun Bendilwuni, Desa Kademangan. Desa Kademangan terdiri dari 3 dusun, yakni Dusun Bendilwuni, Dusun Krajan, Dusun Gunungpandak. Batas wilayah Desa Kademangan yaitu :

1. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Pagelaran dan Desa Kanigoro,
2. Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Wonokerto Kecamatan Bantur,
3. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Suwaru,
4. Sebelah barat berbatasan dengan Desa Balaerjo,

Jumlah penduduk dari Desa Kademangan sebanyak 9.168 jiwa yang terdiri dari 4.409 jiwa laki-laki dan 4.777 jiwa perempuan. Mayoritas penduduk berasal dari suku Jawa dan suku Madura. Mata pencaharian penduduk Desa Kademangan

terdiri dari petani, pedagang, peternak, PNS dan sebagian besar sebagai buruh tani. Komoditas pertanian berupa jagung, tebu dan sebagian salak suwaru. Adapun produk unggulan Desa Kademangan yang dihasilkan industri rumah tangga adalah minuman sari salak dan sangkar burung.

Sistem kepengurusan KUB Mekarsari Food dibagi menjadi 5 jabatan, yakni ketua, sekertaris, bendahara, pemasaran, dan sales. Jabatan ketua dijabat oleh Pak Adi Sucipto, jabatan sekertaris oleh Bu Sulami, jabatan bendahara oleh Bu Solekah, jabatan pemasaran oleh Pak Handono, dan jabatan sales oleh Pak Susanto. Struktur kepengurusan KUB Mekarsari Food dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



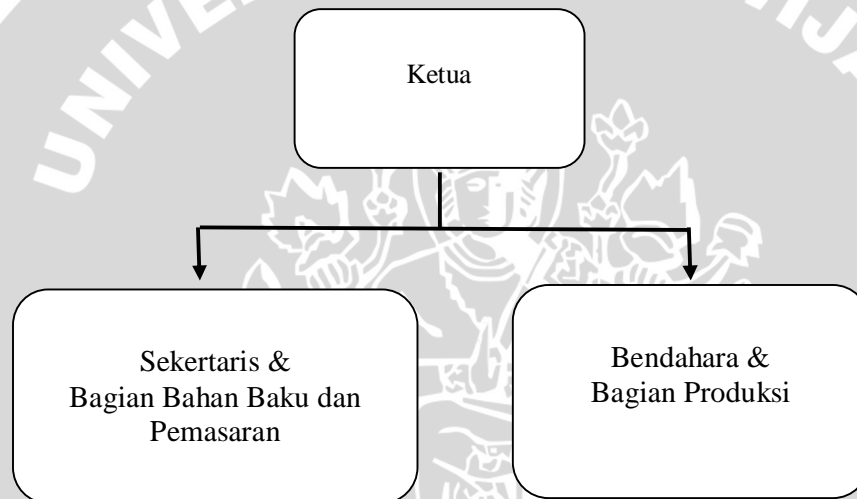
Skema 2. Struktur pengurus KUB Mekarsari Food Pada Awal Pembentukan.

Tugas dan wewenang masing-masing jabatan tersebut adalah sebagai berikut:

- Ketua, bertanggung jawab penuh atas semua yang berkaitan dengan KUB Mekarsari Food dan bertugas untuk menentukan dan kebijakan terkait dengan KUB Mekarsari Food.
- Sekertaris, bertugas untuk mencatat semua keuangan yang masuk dan keluar serta membukukan investasi KUB Mekarsari Food.
- Bendahara, bertugas untuk mengatur keuangan di KUB Mekarsari Food dan menentukan kegiatan pembelanjaan terkait bahan baku dan peralatan dalam memproduksi minuman sari salak.

- d. Pemasaran, bertugas untuk mengatur dan menentukan strategi pemasaran minuman sari salak.
- e. Sales, bertugas sebagai pengantar minuman sari salak kepada pelanggan yang telah ditunjuk oleh bagian pemasaran. Tugas sales disini lebih sebagai kurir.

Namun dalam pelaksanaannya terjadi perubahan kepengurusan disebabkan dua orang pengurus mengundurkan diri yaitu Bapak Susanto selaku sales dan Bapak Handono selaku pemasaran. Maka susunan kepengurusan berubah dari awal pembentukan jabatan pemasaran dirangkap oleh Ibu Sulami selaku sekretaris dan Ibu Solekah merangkap bagian produksi. Susunan kepengurusan KUB mekarsari food sebagai berikut :



Skema 3. Susunan Pengurus KUB Mekarsari Food Setelah Ada yang Mengundurkan Diri

5.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian mengenai pengaruh kualitas produk minuman salger terhadap kepuasan konsumen ini untuk memperoleh data menggunakan bantuan kuisioner. Kuisioner ini yang menjadi alat untuk mengetahui persepsi konsumen akan kualitas dari minuman salger. Dalam penelitian ini terdapat 90 responden yang berasal dari konsumen minuman salger. Maka, dari kuisioner yang telah disebar dapat diketahui gambaran karakteristik dari konsumen KUB Mekarsari food sebagai berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden Konsumen Minuman Salger di KUB Mekarsari Food

No.	karakteristik	Jumlah responden	Presentase (%)	
1.	Jenis kelamin	Pria	29	32,2
		Wanita	61	67,8
2.	Umur	< 20 tahun	11	12,2
		21 – 30 tahun	25	27,8
		31 – 40 tahun	17	18,9
		41 – 50 tahun	17	18,9
		51 tahun >	20	22,2
3.	Pendidikan	SD	6	6,7
		SMP	22	24,4
		SMA/ SMK	45	50
		DIPLOMA	4	4,4
		S1	13	14,4
4.	Pekerjaan / Profesi	Pelajar	9	10
		Mahasiswa	6	6,7
		IRT	28	31,1
		Wiraswasta	8	8,9
		Guru / PNS	6	6,7
		Petani	5	5,5
		Pedagang	19	21,1
		Lain lain	9	10

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat terdapat 32,2% responden berjenis kelamin pria dan 67,8% responden berjenis kelamin perempuan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa konsumen paling banyak yaitu wanita memiliki rentang umur antara 21 - 30 tahun dengan profesi sebagai ibu rumah tangga. Hal ini disebabkan wanita khususnya yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga lebih sering melakukan pembelian mengingat peranya sebagai pengatur kebutuhan rumah tangga. Produk yang dibeli hanya dikonsumsi dalam keluarga atau tidak untuk dijual kembali, hanya sebagian kecil yang menjual kembali karena mereka berprofesi sebagai pedagang. Dari aspek pendidikan terakhir presentase terbesar berasal dari tingkat pendidikan SMA atau SMK.

5.3 Gambaran Umum Strategi Pengendalian Kualitas Minuman Salger

Kualitas produk minuman sari salak atau salger harus senantiasa di jaga dan cenderung ditingkatkan agar mampu bersaing dipasaran. Untuk menjaga

kualitas maka setiap perusahaan harus memiliki strategi pengendalian kualitas demi terpenuhinya keinginan konsumen akan produk yang berkualitas. KUB Mekarsari Food menerapkan strategi pengendalian kualitas mulai dari tahap pemilihan bahan baku, pada saat proses produksi maupun pasca produksi.

5.3.1 Pemilihan Bahan Baku

Dalam menjaga kualitas salger pemilihan bahan baku sangat penting dilakukan. Bahan baku yang dimaksud adalah buah salak dan bahan tambahan salah satunya gula. Pemilihan bahan baku sangat penting karena hal ini berpengaruh pada hasil akhir produk. Buah salak dipilih dari buah yang tidak terlalu matang dan tidak masir. Buah yang terlalu matang dan masir akan menyebabkan terlalu banyak endapan yang akan muncul pada produk. Apabila hal ini terjadi maka harus dilakukan penyaringan ulang sehingga biaya produksi akan semakin besar selain itu juga membuat tampilan produk menjadi kurang menarik. Bahan tambahan berupa gula pasir di ayak untuk memilah apabila terdapat kontaminan, baik berupa pasir atau benda asing lainnya. Dalam perkembangannya gula tidak langsung diaplikasikan dalam bentuk pasir namun diolah terlebih dahulu menjadi karamel. Gula karamel digunakan karena terjadi perubahan rasa pada saat gula digunakan masih dalam bentuk serbuk, selain itu penggunaan gula karamel sekaligus sebagai pewarna alami.

5.3.2 Proses Produksi

Pada proses produksi strategi pengendalian kualitas yang dilakukan mulai dari aspek tenaga kerja, perawatan peralatan dan sterilisasi gelas kemasan. Dalam menjaga kualitas produk dilihat dari aspek tenaga kerja maka perlu suatu standar operasional yang harus dijalankan oleh setiap tenaga kerja yang terlibat. Pada KUB Mekarsari Food diwajibkan setiap pekerja untuk menggunakan masker, penutup kepala, selain itu juga diwajibkan untuk mensterilkan anggota badan, terutama tangan dengan menggunakan air dan larutan alkohol agar kuman dan bakteri yang tidak sengaja menempel di tangan dapat dihilangkan. Pemakaian masker diharapkan supaya tidak terjadi kontaminasi kuman maupun bakteri dari udara pernafasan pekerja. Pemakaian penutup kepala sangat diwajibkan mengingat tenaga kerja pada bagian produksi dilakukan oleh wanita, agar meminimalkan

resiko terjadinya kontaminasi pada produk berupa rambut atau kotoran lainnya. Dari aspek perawatan peralatan, pada KUB Mekarsari food dilakukan pembersihan alat baik setelah produksi dan sebelum produksi berikutnya. Peralatan yang dimaksud meliputi panic, pisau, pengaduk, sealer dan lain lain. Selain pada peralatan yang digunakan, pembersihan juga dilakukan pada gelas kemasan. Gelas kemasan yang digunakan baru dibeli tetapi untuk menjamin kebersihannya sangat perlu dilakukan pembersihan baik dari debu maupun benda asing yang lain sekaligus dilakukan sortasi apabila ditemui gelas yang rusak atau kurang sempurna. Gelas dan peralatan dibersihkan dengan air mengalir serta dilakukan perebusan agar bakteri mati.

5.3.3 Pasca Produk

Kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan faktor higienitas tetapi juga dari aspek estetika dari produk tersebut. Konsumen akan merasa puas apabila mendapat produk yang sempurna baik dari kualitas rasa, tampilan dan pelayanan. Untuk menjaga kualitas tampilan produk salger, maka KUB Mekarsari Food juga menerapkan sistem sortasi dan control untuk menjamin produk yang dihasilkan benar-benar sempurna sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk yang dibeli. Minuman sari buah salger langsung dikemas pada gelas ukuran 120 ml dan 180 ml, setelah itu produk tidak langsung dikemas dalam kardus melainkan masih melalui tahap penggudangan, yang dimaksud penggudangan yaitu gelas-gelas salger akan ditata pada sebuah rak besar selama satu hari satu malam dengan tujuan sebagai tahapan terakhir yang dilakukan KUB Mekarsari Food untuk menjaga kualitas produk salger. Pada saat penggudangan ini dilakukan pengecekan secara berkala untuk mensortasi apabila ditemui produk yang tidak sempurna. Produk tidak sempurna yang dimaksud yaitu apabila pada produk muncul kontaminan asing, keruhan dan terjadi perubahan bentuk gelas yang menggelembung akibat gas didalam gelas yang diakibatkan terjadinya proses yang disebabkan oleh bakteri. Produk yang tidak sempurna akan disortasi. Selain itu juga dilakukan proses perapian kemasan, biasanya berupa tutup kemasan yang tidak rapi sehingga akan digunting supaya rapi. Produk akan dikemas ke dalam kardus setelah selesai disortasi dari proses penggudangan. Produk siap untuk disalurkan ke konsumen. Sebagai salah satu upaya sekaligus wujud dari strategi

pengendalian kualitas yang dilakukan KUB Mekarsari Food, juga dilakukan pengecekan pada produk yang sudah berada pada toko mitra.

5.4 Hasil Uji Instrumen

Pada penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai alat untuk menggali data dari responden. Kuisioner harus memenuhi 2 syarat penting agar data yang dikumpulkan dapat diterima keabsahannya. Persyaratan penting yang harus dipenuhi sebuah kuisioner adalah harus valid dan reliabel.

5.4.1 Uji Validitas

Pengukuran validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya agar data yang diperoleh bias relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut (Sugiono, 2006). Pengukuran dari pengaruh kualitas produk minuman salger terhadap kepuasan konsumen, masing – masing variabel menggunakan skala likert. Dari angka 1 sampai 5 tersebut menunjukkan persepsi responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner penelitian. Untuk uji validitas instrumen, dapat dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} dengan nilai $\alpha = 0,05$ (5%). Untuk uji validitas pada penelitian pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4. Uji Validitas Pengaruh Kualitas Produk Minuman Salger Terhadap Kepuasan Konsumen

indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
X 1.1	0,847	0,207	Valid
X 1.2	0,731	0,207	Valid
X 2.1	0,900	0,207	Valid
X 2.2	0,930	0,207	Valid
X 3.1	0,824	0,207	Valid
X 3.2	0,856	0,207	Valid
X 4.1	0,810	0,207	Valid
X 4.2	0,769	0,207	Valid
X 5.1	0,941	0,207	Valid
X 5.2	0,768	0,207	Valid
X 6.1	0,897	0,207	Valid
X 6.2	0,632	0,207	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan data pada table diatas dapat dilihat bahwa nilai r_{hitung} dari setiap instrument kualitas produk minuman salger terhadap kepuasan konsumen lebih besar dari nilai r_{tabel} dengan nilai $\alpha = 0,05$ (5%) sebesar 0,207. Maka dapat disimpulkan bahwa instrument dari kualitas produk minuman salger terhadap kepuasan konsumen adalah valid.

5.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk menjamin instrument yang digunakan merupakan instrument yang handal, konsisten, stabil dan dependibilitas, sehingga bila digunakan berkali – kali dapat menghasilkan data yang sama (Husaini, 2003). Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari nilai koefisien r_{tabel} maka variabel tersebut sudah reliabel (handal). Hasil uji reliabilitas pengaruh kualitas produk minuman salger terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Uji Reliabilitas Pengaruh Kualitas Produk Minuman Salger Terhadap Kepuasan Konsumen.

No.	variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Kondisi Produk (X1)	0,398	Reliabel
2	Keistimewaan tambahan (X2)	0,801	Reliabel
3	Daya tahan (X3)	0,582	Reliabel
4	Nilai estetika (X4)	0,396	Reliabel
5	Pelayanan (X5)	0,589	Reliabel
6	Kesan kualitas (X6)	0,323	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat 6 variabel kualitas produk minuman salger dengan nilai alpha cronbach lebih besar dari nilai r_{tabel} maka dapat dikatakan reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan bersifat konsisten apabila digunakan berulang.

5.5 Analisis Persepsi Konsumen

Sistem pengendalian kualitas yang diterapkan di KUB mekarsari Food bertujuan untuk menghasilkan produk minuman salger yang berkualitas serta memiliki daya saing dipasaran sehingga mampu menarik minat beli konsumen. Kualitas produk minuman salger dapat dilihat dari enam dimensi kualitas produk

yaitu *Performance, Feature, Durability, Aesthetics, Service ability, Perceived quality*. Dari enam dimensi tersebut dapat dianalisis pengaruh dimensi kualitas produk minuman salger terhadap kepuasan konsumen pada KUB Mekarsari Food. Alat analisis yang digunakan adalah analisis selang kelas dengan menggunakan skoring untuk menggambarkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk minuman salger. Skor maksimal sebesar 5 dan skor minimal sebesar 1. Setelah diperoleh data maka dilakukan analisis selang kelas untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk minuman salger dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Nilai indeks} = \{(\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)\} / 5$$

Dimana :

F1 : adalah frekuensi responen yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 : adalah frekuensi responen yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 : adalah frekuensi responen yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 : adalah frekuensi responen yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 : adalah frekuensi responen yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

Jumlah pertanyaan untuk setiap variabel independen pada penelitian ini masing – masing terdiri 2 pertanyaan. Total nilai indeks adalah 90 dengan menggunakan kriteria 3 kotak (*three box method*), maka rentang 90 (90-18) akan menghasilkan rentang kelas 24 yang digunakan sebagai dasar interpretasi selang kelas. Penggunaan kriteria 3 kotak (*three box method*) terbagi sebagai berikut (Ferdinan,2006) :

18 – 42 = Rendah

42 – 66 = Sedang

66 – 90 = Tinggi

Peneliti menentukan indeks persepsi responden terhadap variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

5.5.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Kondisi Minuman Salger (X1)

Tanggapan responden terhadap kondisi minuman salger bisa saja berbeda antar responden yang diteliti. Kondisi minuman dijabarkan dengan menggunakan indikator kenikmatan rasa minuman salger dan kekentalan rasa buah salak suwaru. Hasil jawaban dan analisis indeks skor jawaban terhadap variabel kondisi minuman dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kondisi Minuman Salger (X1)

No.	Indikator	Skor					Jmlh	Indeks
		1	2	3	4	5		
1.	Kenikmatan rasa minuman salger yang dirasakan konsumen	0	0	8	60	22	374	74,8
2.	Kekentalan rasa buah salak suwaru sebagai bahan utama terasa pada minuman salger	0	0	14	72	4	350	70
	Rata - rata						362	72,4

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan tanggapan responden yang disajikan pada tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab dengan skor 4 terhadap kondisi minuman salger. Rata – rata indeks jawaban responden diperoleh nilai sebesar 72,4. Berdasarkan kriteria 3 kotak (*three box method*) maka rata – rata tersebut berada pada tingkatan skor tinggi. Kondisi ini memberikan kesan bahwa kondisi minuman salger yang meliputi kenikmatan rasa dan kekentalan rasa buah salak mampu memenuhi keinginan dan harapan responden. Minuman salger dipersepsikan konsumen nikmat dikonsumsi dalam kondisi apapun dan kekentalan rasa buah salak suwaru sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Pada indikator kenikmatan rasa minuman salger 60 responden menyatakan nikmat dan 22 menyatakan sangat nikmat. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasakan kenikmatan setelah mengkonsumsi minuman salger. Kenikmatan yang diperoleh dari minuman salger cocok dikonsumsi ketika musim panas maupun penghujan serta mampu memenuhi keinginan konsumen akan minuman sari buah

salak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kenikmatan rasa minuman salger sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan responden.

Pertanyaan mengenai kekentalan rasa buah salak suwaru terdapat 72 responden menyatakan terasa dan 4 responden menyatakan sangat terasa. Kekentalan rasa buah salak suwaru menjadi identitas dari minuman salger dan menjadi pembeda dengan produk minuman lain. Responden menyatakan kekentalan rasa buah salak suwaru terasa pada minuman salger sehingga mampu memenuhi keinginan responden sebagai konsumen terhadap rasa buah salak suwaru dengan varian bentuk olahan yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kekentalan rasa buah salak suwaru sesuai dengan kondisi minuman salger yang diharapkan konsumen.

5.5.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Keistimewaan Tambahan (X2)

Pada analisis indeks jawaban responden mengenai keistimewaan tambahan diukur dengan menggunakan indikator varian ukuran kemasan dan pemakaian gula murni sebagai pemanis. Hasil penelitian diperoleh tanggapan responden terhadap keistimewaan tambahan sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keistimewaan Tambahan (X2)

No.	Indikator	Skor					Jmlh	Indeks
		1	2	3	4	5		
1.	Ketersediaan varian ukuran kemasan minuman salger sudah memenuhi keinginan konsumen	0	6	0	73	11	360	72
2.	Pemakaian gula murni pada minuman salger	2	4	0	67	17	363	72,6
	Rata - rata						361,5	72,3

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 7 menunjukkan sebagian responden memberikan tanggapan skor 4 terhadap kedua indikator variabel keistimewaan tambahan (X2). Rata – rata tanggapan responden memiliki nilai indeks sebesar 72,3 dimana berdasarkan kriteria 3 kotak (*three box method*) masuk dalam tingkatan skor tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa keistimewaan tambahan yang ada pada minuman salger sesuai dengan harapan dan keinginan responden sebagai konsumen.

Pada indikator ketersediaan varian ukuran sebesar 73 responden memberikan tanggapan banyak sehingga memudahkan konsumen memilih sesuai dengan kebutuhan . terdapat varian ukuran 120 ml, dan 180 ml. Varian ukuran 120 ml lebih banyak diminati karena praktis dan lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Ini menunjukkan bahwa ketersediaan varian ukuran kemasan memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Pada indikator penggunaan gula murni sebagai pemanis minuman salger diketahui sebesar 67 responden menyatakan manis dan 17 responden menyatakan pas. Tanggapan setiap responden pasti berbeda karena setiap responden punya karakteristik yang berbeda. Sebagian besar responden menyatakan manis namun dengan penggunaan gula murni maka tidak akan menyebabkan efek samping setelah mengkonsumsi sehingga tidak mempengaruhi rasa puas responden terhadap minuman salger. Terdapat 17 responden menyatakan pas dengan penggunaan gula murni. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan gula murni sebagai bahan pemanis sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

5.5.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Daya Tahan (X3)

Pada analisis indeks jawaban responden mengenai daya tahan diukur dengan menggunakan indikator perubahan rasa dan perubahan warna setelah disimpan. Hasil penelitian diperoleh tanggapan responden terhadap daya tahan sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Daya Tahan Minuman Salger

No.	Indikator	Skor					Jmlh	Indeks
		1	2	3	4	5		
1.	Terjadi perubahan rasa setelah disimpan lama (1 bulan)	0	0	0	31	59	419	83,8
2.	Terjadi perubahan warna setelah lama disimpan (1 bulan)	0	0	1	41	48	407	81,4
	Rata - rata						413	82,6

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Pada tabel 8 menunjukkan sebagian besar responden memberikan tanggapan pada skor 5 dimana tidak terjadi perubahan warna dan rasa setelah disimpan 1 bulan. Dari rata – rata tanggapan responden memiliki nilai indeks 82,6 dimana berdasarkan indeks kriteria 3 kotak (*three box method*) masuk pada tingkatan skor tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa daya tahan minuman salger

sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen sehingga berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Pada indikator perubahan rasa dapat dilihat di tabel bahwa 31 responden menyatakan terdapat perubahan rasa yaitu rasa buah dan gula sedikit berkurang dan 59 responden menyatakan tidak terjadi perubahan rasa setelah terjadi penyimpanan 1 bulan. Dari sebagian besar responden yang menyatakan tidak terjadi perubahan rasa maka dapat disimpulkan bahwa daya tahan minuman salger berdasarkan indikator perubahan rasa sesuai dengan keinginan konsumen.

Pada indikator perubahan warna 41 responden menyatakan berubah sedikit yaitu terdapat keruhan pada minuman salger. Keruhan yang terjadi bisa saja disebabkan proses penyaringan yang kurang sempurna. Terdapat 48 responden menyatakan tidak terjadi perubahan warna. Banyak faktor yang mempengaruhi perubahan warna pada minuman salger, salah satunya kurang sempurna proses penyaringan dan kontrol produk pada proses penggudangan. Jadi dapat disimpulkan bahwa daya tahan minuman salger berdasarkan indikator perubahan warna sesuai dengan keinginan konsumen.

5.5.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Nilai Estetika (X4)

Pada analisis indeks jawaban responden terhadap nilai estetika menggunakan indikator desain kemasan dan tingkat kerapian kemasan. Hasil penelitian diperoleh tanggapan responden terhadap nilai estetika sebagai berikut :

Tabel 9. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Nilai Estetika

No.	Indikator	Skor					Jmlh	Indeks
		1	2	3	4	5		
1.	Kemasan minuman salger menarik minat beli pelanggan	0	20	26	44	0	294	58,8
2.	Kemasan selalu rapi dan diperhatikan	0	0	0	69	21	381	76,2
	Rata – rata						337,5	67,5

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 9 menunjukkan bahwa sebagian besar memberikan tanggapan pada skor 4 terhadap dua indikator variable nilai estetika. Berdasarkan rata – rata nilai indeks jawaban responden diketahui sebesar 67,5 dimana berdasarkan kriteria 3 kotak (*three box method*) masuk pada tingkatan skor tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai estetika minuman

salger berdasarkan jawaban responden dipersepsikan menarik dan rapi oleh konsumen.

Pada indikator desain kemasan minuman salger menunjukkan sebagian besar responden sebesar 44 menyatakan bahwa desain kemasan menarik daya beli responden. Desain kemasan yang simpel dan praktis serta berisi informasi yang cukup membuat konsumen merasa tertarik terhadap nilai estetika kemasan minuman salger.

Pada indikator kerapian kemasan 69 responden menyatakan bahwa kemasan yang diterima selalu rapi. Kerapian yang dimaksud disini meliputi tutup kemasan yang selalu presisi dan kemasan kardus yang terawatt/ tidak terdapat cacat. Dengan tingkat kerapian yang selalu dijaga maka konsumen akan lebih puas dengan kualitas yang diterima. Konsumen akan selalu memilih produk yang mempunyai nilai kecacatan paling minimal. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat kerapian pada kemasan salger sesuai dengan harapan konsumen.

5.5.5 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Pelayanan (X5)

Pada analisis indeks jawaban responden terhadap pelayanan yang diberikan dengan menggunakan indikator pelayanan pada saat transaksi pembelian dan informasi tambahan setiap terjadi transaksi. Dari serangkaian penelitian diperoleh tanggapan responden tersaji pada tabel berikut ini :

Tabel 10. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan

No.	Indikator	Skor					Jmlh	Indeks
		1	2	3	4	5		
1.	Perlakuan terhadap pelanggan ketika melakukan pembelian minuman salger	0	0	0	47	43	403	80,6
2.	Pelayan juga memberikan informasi tambahan maupun menjawab pertanyaan konsumen	0	0	0	31	59	387	77,4
	Rata - rata						395	79

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Tanggapan responden pada tabel 10 menunjukkan sebagian responden menjawab dengan skor 5 berdasarkan indikator yang digunakan terhadap variabel pelayanan. Berdasarkan rata – rata nilai indeks jawaban responden diketahui sebesar 79 dimana berdasarkan kriteria 3 kotak (*three box method*) maka rata –

rata nilai indek masuk dalam tingkatan skor tinggi. Kondisi ini memberikan kesan bahwa pelayanan yang diberikan dipersepsikan secara baik oleh konsumen.

Pada indikator pelayanan yang diberikan ketika melakukan pembelian diketahui 47 responden menyatakan baik dan 43 responden menyatakan sangat baik. Keramahan dan perilaku dari tenaga pemasar sekaligus pelayan dipersepsikan baik dan sangat baik oleh responden. Pelayan senantiasa membangun komunikasi dan jalinan kekeluargaan antara penjual dan pembeli sehingga pembeli sebagai responden merasa nyaman dalam melakukan transaksi dan menghilangkan rasa sungkan tetapi tetap menjaga sopan santun. Hal ini menunjukkan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan terhadap konsumen pada saat melakukan pembelian dengan kualitas pelayanan.

Pada indikator pemberian informasi tambahan pada saat terjadi transaksi diketahui 31 responden menyatakan sering memberi informasi dan 59 responden menyatakan selalu memberikan informasi tambahan. Tambahan informasi disini adalah pelayan memberikan informasi tambahan baik mengenai produk maupun informasi lain yang berkaitan dengan produk misalnya event yang akan diikuti dan promosi. Maksud dari pernyataan sering yaitu pelayan memberikan informasi tambahan tetapi tidak dalam setiap kali transaksi sedangkan selalu memberikan informasi tambahan pelayan selalu memberikan informasi tambahan dalam setiap transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian informasi tambahan dipersepsikan baik oleh konsumen.

5.5.6 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Kesan Kualitas (X6)

Pada analisis indeks jawaban responden terhadap kesan kualitas dengan menggunakan indikator pelayanan kesesuaian harga dan kesesuaian slogan. Dari serangkaian penelitian diperoleh tanggapan responden tersaji pada tabel berikut ini :

Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kesan Kualitas

No.	Indikator	Skor					Jmlh	Indeks
		1	2	3	4	5		
1.	Harga yang harus dibayarkan sesuai dengan kualitas minuman salger	51	39	0	0	0	129	25,8
2.	Slogan penggunaan buah alami dan gula murni sesuai dengan kualitas produk yang diterima	0	17	17	50	6	315	63
Rata - rata							222	44,4

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Tanggapan responden tentang kesan kualitas pada tabel 11 menunjukkan bahwa untuk indikator kesan harga sebagian responden menjawab pada skor 1 dimana harga terlalu mahal dan pada indikator kesesuaian dengan slogan penggunaan buah alami dan gula murni sebagian besar responden menjawab pada skor 4 dimana dapat dikatakan sesuai. Rata – rata nilai indeks variabel kesan kualitas sebesar 44,4 maka berdasarkan kriteria 3 kotak (*three box method*) rata – rata indeks kesan kualitas masuk pada tingkatan skor sedang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mempersepsikan kesan harga yang terlalu mahal dan slogan yang sesuai dengan yang dirasakan.

Pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima diketahui 51 responden menyatakan bahwa harga yang dibayarkan sangat mahal dibandingkan dengan kualitas yang diterima. Harga jual yang mahal dibandingkan dengan produk minuman sari buah lainnya mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap minuman salger. Hal ini menunjukkan bahwa harga jual salger kurang dipersepsikan kurang sesuai oleh responden.

Pada indikator kesesuaian slogan penggunaan bahan alami dan gula murni diketahui sebagian besar responden yaitu 50 menyatakan sesuai dengan kualitas yang diterima. Pencantuman slogan didasarkan atas apa yang menjadi bahan pokok dan tambahan sehingga menjadi daya saing dari produk salger. Hal ini menunjukkan bahwa slogan penggunaan bahan alami dan gula murni dipersepsikan sesuai oleh responden.

5.6 Pengaruh Kualitas Produk Minuman Salger terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat enam variabel dari kualitas produk minuman salger yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan kepuasan terhadap produk yang digunakan. Variabel tersebut terdiri dari *Performance*, *Feature*, *Durability*, *Aesthetics*, *Service ability*, *Perceived quality* yang merupakan dimensi dari kualitas produk sehingga sangat penting untuk menjadi perhatian khusus oleh KUB Mekarsari food demi kelangsungan usaha. Maka diperlukan analisa lanjut untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Alat analisis yang digunakan adalah analisis logit. Dengan analisis logit dapat diketahui probabilitas variabel mempengaruhi kepuasan konsumen minuman salger. Pengaruh variabel tersebut dapat dilihat secara simultan (serempak) maupun secara parsial (terpisah).

5.6.1 Hasil Analisis Data

Terdapat kriteria yang harus dipenuhi oleh hasil regresi logit agar model yang digunakan dapat dikatakan layak. Untuk itu perlu dilakukan uji *goodness of fit* yaitu meliputi :

1. Uji Hosmer and Lemeshow

Uji *Hosmer and Lemeshow* dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan data pada penelitian. Hasil uji *Hosmer and Lemeshow* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 12. Uji *Hosmer and Lemeshow*

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	9,253	8	0,321

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan hasil uji *Hosmer and Lemeshow* yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,321, dimana terima H_0 apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ dan terima H_1 apabila $\text{sig} < 0,05$. Pada uji *Hosmer and Lemeshow* yang telah dilakukan terhadap model regresi logistik pengaruh kualitas produk salger terhadap kepuasan konsumen menerima H_0 tolak H_1 , karena $0,321 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi logistik pengaruh dimensi kualitas produk

salger terhadap kepuasan konsumen telah cukup mampu menjelaskan data yang diperoleh.

2. Uji Nagelkerke R square

Uji Nagelkerke R square merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Hasil uji Nagelkerke R square dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 13. Uji Nagelkerke R square

Model Summary			
Step	-2 log likelihood	Chox & Snell R square	Nagelkerke R square
1	56,863 ^a	0,423	0,610

- a. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than .001.

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan hasil uji *Model Summary* yang telah dilakukan diketahui nilai *Nagelkerke R square* sebesar 0,610 artinya bahwa 6 variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen minuman salger sebesar 61%, sedangkan sisanya 39% dipengaruhi variabel lain di luar model.

Selanjutnya juga dilakukan uji *Classification Plot* untuk mengetahui kemampuan model dalam menebak kondisi yang sebenarnya. Hasil uji *Classification Plot* sebagai berikut :

Tabel 14. Uji *Classification Plot*

Classification Tabel					
observed		Predicted			
		Kepuasan konsumen		Jumlah	Percentage correct
		Tdk_puas	Puas		
Kepuasan	tdk_puas	18	7	25	72,0
	Puas	4	61	65	93,0
Jumlah		22	68	90	
Overall Percentage					87,8

- a. The cut value is .500

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui terdapat 65 responden yang puas dan setelah diprediksi dengan analisis regresi logistik terdapat 4 responden menjadi tidak puas atau dengan kata lain 93% dari responden merasa puas. Kemudian dari 25 responden pengamatan yang tidak puas setelah diprediksi terdapat 7 responden yang berubah menjadi puas atau dengan kata lain 72% yang merasa tidak puas. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka secara umum model

yang diperoleh dapat diandalkan dalam memprediksi para responden sebesar 87,8%.

3. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan sebuah usaha. Konsumen yang merasa puas dengan produk yang diterima akan semakin loyal menggunakan produk yang sama. Dengan semakin banyak konsumen yang loyal terhadap produk yang diproduksi maka pendapatan sebuah usaha akan ikut meningkat dan berpeluang untuk semakin berkembang. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya yaitu kualitas produk tersebut. Kualitas produk memiliki beberapa dimensi sebagai indikatornya, meliputi kondisi produk, keistimewaan tambahan, daya tahan, pelayanan, nilai estetika dan kesan kualitas setelah menggunakan produk.

Guna mengetahui pengaruh kualitas produk minuman salger terhadap kepuasan konsumen maka dilakukan analisis regresi logistik. Kualitas produk dengan indikator kondisi produk (x1), keistimewaan tambahan (x2), daya tahan (x3), pelayanan (x4), nilai estetika (x5) dan kesan kualitas (x6) sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat dengan kategori (0) tidak puas dan (1) puas. Untuk membuktikan pengaruh kualitas produk secara simultan dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 15. Uji *Chi-Square*

Omnibus Test of Model Coefficients				
		Chi-square	Df	Sig.
Step 1	Step	49,489	6	0,000
	Block	49,489	6	0,000
	Model	49,489	6	0,000

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Pada tabel diatas dapat dilihat hasil dari uji *chi-square* terhadap pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen KUB Mekarsari food. Berdasarkan hasil diatas diketahui nilai signifikansi dari kualitas produk sebesar 0,000 dan nilai *chi-square* sebesar 49,489 dengan df 6 pada tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$) sebesar 12,592. Variabel bebas dikatakan signifikan mempengaruhi variabel terikat apabila nilai *chi-square* hitung > *chi-square* tabel ,berlaku juga sebaliknya. Maka dari tabel diatas menunjukkan nilai *chi-square* hitung > *chi-square* tabel yaitu $49,489 > 12,592$ atau nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, terima H_1 tolak H_0 dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa variabel – variabel bebas yang meliputi kondisi produk (x1), keistimewaan tambahan (x2), daya tahan (x3), pelayanan (x4), nilai estetika (x5) dan kesan kualitas (x6) produk minuman salger berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari enam variabel tersebut menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam menentukan tingkat kepuasan dan keinginan konsumen untuk mengkonsumsi minuman sari buah salak. Kenikmatan dan kekentalan dari sari buah salak suwaru mampu memenuhi kebutuhan konsumen terhadap minuman sari buah serta ditambah dengan penggunaan gula alami yang di gunakan dalam minuman salger. Selain itu juga ketersediaan varian ukuran menambah pilihan konsumen menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi yang dialami. Minuman salger mampu memenuhi harapan konsumen dalam memperoleh produk minuman sari buah yang berkualitas, dengan demikian konsumen akan semakin loyal terhadap minuman salger.

4. Persamaan Regresi Logistik

Regresi logistik merupakan salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk memprediksi hubungan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan syarat variabel terikat harus bersifat dikotom atau terdiri dari dua kategori. Dengan regresi logistik dapat diketahui kemungkinan atau probabilitas setiap variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Uji Wald digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk yang terdiri dari variabel kondisi produk, keistimewaan tambahan, daya tahan, pelayanan, nilai estetika dan kesan kualitas terhadap kepuasan konsumen minuman salger pada KUB Mekarsari food secara partial. Variabel dependennya adalah kepuasan konsumen yang terdiri dari dua kategori yaitu puas dan tidak puas. Pada penelitian ini digunakan program *SPSS release 16.0 for windows* untuk membantu dalam mengolah data hasil kuisisioner. Hasil analisis regresi logit berdasarkan data yang diperoleh antara lain:

Tabel 16. Koefisien Regresi Logistik

Variabel in the equation						
	B	S.E	Wald	Df	Sig.	Exp (B)
Step X1	2.709	0.711	14.532	1	0.000	15.013
X2	0.536	0.240	4.989	1	0.026	1.709
X3	0.003	0.405	0.000	1	0.993	1.003
X4	-0.223	0.424	0.277	1	0.599	0.800
X5	0.059	0.318	0.035	1	0.852	1.062
X6	0.510	0.353	2.093	1	0.148	1.665
Constant	-25.429	8.074	9.920	1	0.002	0.000

a. Variabel(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5, X6

Sumber : Data Primer Diolah.2015

Jika hasil wald < chisquare tabel pada df 1 sebesar 3,841 dan signifikansi > 5% maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen, dan sebaliknya jika hasil wald > chisquare tabel dan signifikansi < 5% maka variabel independen tersebut berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji wald dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen minuman salger adalah kondisi minuman salger dan keistimewaan tambahan. Dari tabel 9 diperoleh model logit sebagai berikut :

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6$$

$$Y = -25,429 + 2,709 X_1 + 0,536 X_2 + 0,003 X_3 + 0,223 X_4 + 0,059 X_5 + 0,510 X_6$$

Persamaan regresi diatas merupakan model dari pengaruh kualitas produk minuman salger terhadap kepuasan konsumen dengan variabel bebas terdiri dari kondisi produk, keistimewaan tambahan, daya tahan, pelayanan, nilai estetika dan kesan kualitas. Penjelasan masing-masing variabel bebas yang telah diuji secara terperinci adalah sebagai berikut:

a. Kondisi produk (X1)

Dari uji wald yang dilakukan diketahui besarnya nilai kondisi produk (X1) 14,532 > *Chi-square* tabel dan signifikansinya 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa jika kondisi minuman berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minuman salger dengan tingkat kepercayaan 95%. Koefisien regresi sebesar 2,709 dan exp(B) sebesar 15,013, maka dapat diartikan apabila kekentalan dan kenikmatan minuman buah salak salger meningkat satu level lebih tinggi, akan meningkatkan odd ratio konsumen untuk puas terhadap minuman

salger sebesar 2,709 dengan asumsi variabel lain dalam kondisi konstan. Dengan kata lain, peluang konsumen untuk puas terhadap minuman salger 15,013 kali lebih tinggi daripada peluang konsumen untuk tidak puas.

Variabel kondisi produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Minuman yang kurang nikmat, kekentalan buah kurang sehingga konsumen tidak begitu merasakan rasa sari salak suwaru, maka konsumen tidak akan puas terhadap produk tersebut. Konsumen mengharapkan minuman salger mampu memenuhi kebutuhan akan minuman sari buah salak dengan tingkat kenikmatan yang sesuai dan merasakan rasa buah salak dalam minuman salger sebagai diversifikasi dari olahan buah salak suwaru. Peningkatan kualitas kondisi minuman sesuai dengan indikator yang dipakai yaitu aspek kekentalan dan kenikmatan. Kekentalan produk dapat ditingkatkan oleh KUB Mekarsari food dengan cara pemilihan bahan baku salak suwaru yang lebih bagus, seperti tingkat kematangan yang pas, tidak ada buah yang terlalu masir. Dengan menjaga kondisi produk diharapkan dapat meningkatkan kenikmatan dari minuman salger.

b. Keistimewaan tambahan (X2)

Pada variabel keistimewaan tambahan diketahui nilai wald sebesar 4,989 dan signifikansi sebesar $0,026 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keistimewaan tambahan yang ada pada minuman salger berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat keyakinan 95%. Koefisien regresi dari keistimewaan tambahan minuman salger sebesar 0,536 dan $\exp(B)$ sebesar 1,709, maka dapat diartikan bahwa apabila keistimewaan tambahan ditingkatkan, akan meningkatkan odd ratio konsumen merasa puas terhadap minuman salger sebesar 0,536 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Dengan kata lain, peluang konsumen untuk merasa puas terhadap kualitas minuman salger 1,709 kali lebih tinggi daripada peluang konsumen merasa tidak puas terhadap minuman salger. Keistimewaan tambahan yang dimaksud adalah adanya varian ukuran dan penggunaan gula alami. Adanya varian ukuran kemasan memudahkan konsumen dalam memilih menyesuaikan dengan kebutuhan. Varian ukuran 120 ml lebih banyak diminati konsumen karena memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti digunakan sajian untuk tamu

maupun untuk konsumsi sendiri sehingga bisa langsung habis. Untuk ukuran 180 ml lebih banyak untuk dijual kembali pada toko – toko mitra. Penggunaan gula alami menambah kepuasan konsumen karena gula alami tidak menimbulkan efek samping seperti pemanis buatan lainnya. Efek samping yang bisa saja mengurangi kepuasan konsumen apabila tidak menggunakan gula alami yaitu batuk setelah mengkonsumsi, rasa tidak enak atau gatal pada tenggorokan . Dengan menggunakan gula alami pada minuman salger sehingga aman dikonsumsi oleh anak – anak maupun dewasa.

c. Daya tahan (X3)

Pada variabel daya tahan diketahui nilai wald sebesar $0,000 < 3,841$ dan signifikansi $0,993 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa daya tahan minuman salger tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat keyakinan 95%. Koefisien regresi sebesar 0,003 dan $\exp(B)$ sebesar 1,003, maka dapat diartikan apabila daya tahan mengalami peningkatan, akan meningkatkan odd ratio konsumen merasa puas terhadap daya tahan salger sebesar 0,003 dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan. Dengan kata lain, peluang konsumen merasa puas terhadap minuman salger 1,003 kali lebih tinggi daripada konsumen merasa tidak puas.

Daya tahan minuman salger tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Indikator yang dipakai untuk mengetahui daya tahan minuman salger pada penelitian ini mengenai perubahan rasa dan perubahan warna. Terjadi perubahan rasa pada saat produk mengalami penyimpanan atau belum dikonsumsi setelah satu bulan terhitung mulai proses produksi. Perubahan yang terjadi justru menambah kuat rasa salak suwaru pada minuman salger. Perubahan warna terjadi setelah melewati masa simpan satu bulan, warna menjadi lebih pekat namun tidak begitu berpengaruh pada minat konsumen dengan produk salger. Perubahan yang terjadi justru menambah keunggulan minuman salger. Selain itu juga, produk yang memiliki daya simpan lama menurut konsumen justru tidak baik bagi kesehatan, indikasi adanya pengawet yang digunakan.

d. Pelayanan (X4)

Pelayanan terhadap konsumen diduga sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji wald diketahui nilai wald dari variabel pelayanan sebesar 0,277 dan signifikansi sebesar $0,599 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan terhadap konsumen tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minuman salger dengan tingkat keyakinan 95%. Koefisien regresi dari variabel pelayanan sebesar -0,233 dan $\exp(B)$ sebesar 0,800, maka dapat diartikan bahwa jika terjadi peningkatan pelayanan, akan menurunkan odd ratio konsumen untuk merasa puas sebesar 0,233 dengan asumsi variabel lain dalam keadaan konstan. Dengan kata lain, peluang konsumen merasa puas 0,800 kali lebih rendah daripada peluang konsumen merasa tidak puas. Pelayanan yang berlebih justru membuat konsumen merasa tidak nyaman ketika melakukan pembelian. Karakteristik setiap konsumen berbeda sehingga pelayanan harus menyesuaikan dengan kondisi dan secukupnya. Selain itu juga, informasi yang tertera di kemasan sudah sangat jelas sehingga apabila setiap dilakukan transaksi petugas menjelaskan kembali justru membuat kenyamanan konsumen terganggu.

e. Nilai estetika (X5)

Variabel estetika diduga mempengaruhi kepuasan konsumen minuman salger pada KUB Mekarsari food. Hasil uji menunjukkan nilai wald variabel estetika sebesar 0,035 dan signifikansi $0,852 > 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel nilai estetika tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat keyakinan 95%. Dapat diketahui koefisien regresi dari variabel nilai estetika sebesar 0,059 dan $\exp(B)$ sebesar 1,062, maka dapat diartikan jika terjadi peningkatan terhadap nilai estetika minuman salger, akan meningkatkan odd ratio konsumen untuk merasa puas sebesar 0,059. Dapat dikatakan peluang konsumen merasa puas terhadap kepuasan konsumen 1,062 kali lebih tinggi daripada konsumen merasa tidak puas.

Variabel nilai estetika tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen cenderung lebih memperhatikan rasa yang didapatkan daripada melihat kemasan maupun kerapian produk. Tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa kemasan dan kerapian kemasan mampu menarik daya beli

konsumen sebelum mengetahui rasa dari produk tersebut. Variabel estetika tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada penelitian ini bisa saja terjadi pengaruh dari karakteristik dari responden yang diteliti, konsumen merupakan pelanggan yang sudah tahu kualitas rasa dari minuman salger sehingga aspek estetika tidak lagi menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kepuasan maupun dalam transaksi pembelian.

f. Kesan kualitas (X6)

Variabel terakhir yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minuman salger adalah variabel kesan kualitas. Variabel kesan kualitas dilihat dari kesesuaian kualitas dengan harga yang harus dibayarkan dan kesesuaian slogan yang tercantum pada kemasan yaitu dengan buah alami dan gula murni dengan yang dirasakan konsumen. Berdasarkan uji yang dilakukan diperoleh hasil nilai wald sebesar 2,093 dan signifikansi sebesar 0,148 > 0,05. Dapat diartikan bahwa variabel kesan kualitas tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat keyakinan 95%. Dapat diketahui koefisien regresi dari variabel kesan kualitas sebesar 0,510 dan $\exp(B)$ sebesar 1,665, maka dapat diartikan jika terjadi peningkatan kesan kualitas, akan terjadi peningkatan od ratio konsumen merasa puas terhadap produk salger sebesar 0,510. Dengan kata lain, peluang konsumen merasa puas terhadap produk salger 1,665 kali lebih tinggi daripada peluang konsumen merasa tidak puas.

Berdasarkan uji yang dilakukan diketahui bahwa kesan kualitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Sesuai dengan persepsi konsumen dimana konsumen merasa puas terhadap produk salger dari segi rasa dan varian ukuran, mengenai kesan harga dan slogan cukup tertutupi oleh kelebihan-kelebihan yang ada pada salger. Namun tidak menutup kemungkinan kesan harga yang dirasa masih terlalu mahal jika dibanding dengan produk lain menjadi bahan pertimbangan bagi KUB Mekarsari food agar konsumen semakin merasa puas terhadap minuman salger.