

**Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen
(Studi Kasus Pada Konsumen Kerajinan Barongan di Gubug Barong Dwijaloka
Tawangsari Blitar)**

*The Influence of Product Quality on Consumer Satisfaction
(Study on Barongan Craft Consumers in Gubug Barong Dwijaloka Tawangsari Blitar)*

Sutowo¹, Novi Catur Muspita², Fandu Dyangga Pradeta³, Mohamad Imam Fauzi⁴

¹⁻⁴Universitas Islam Balitar
Email: ariaisvara@gmail.com¹

Artikel Info

Diterima: 14 September 2023
Disetujui: 27 September 2023
Diterbitkan: 30 September
2023
Hal. 79-84

Kata Kunci:

Kualitas Produk; Kepuasan
Konsumen

ABSTRAK

Gubug Barong Dwijaloka merupakan salah satu galeri sebagai tempat pembuatan kerajinan barongan serta tempat untuk memamerkan hasil karya pembuatan kerajinan barongan dan alat kesenian jaranan lainnya khususnya khas Blitar. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada konsumen kerajinan barongan di Gubug Barong Dwijaloka Tawangsari Blitar. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan penelitian kuantitatif. *Sampling* Jenuh menjadi teknik *sampling* yang digunakan. Data dikumpulkan dengan cara menebarkan kuesioner kepada konsumen kerajinan barongan di Gubug Barong Dwijaloka sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan taraf signifikan senilai $0,026 \leq$ dari $0,05$. Dari hasil penelitian ini diharapkan Gubug Barong Dwijaloka terus menjaga kualitas produk melalui pemilihan bahan yang berkualitas, penetapan standard pembuatan dan melakukan kroscek hasil secara periodik untuk menjamin kualitas dan mutu barongan yang dihasilkan.

ABSTRACT

Gubug Barong Dwijaloka is one of the galleries as a place for making barongan crafts as well as a place to exhibit the work of making barongan crafts and other jaranan art tools, especially Blitar specialties. This research is aimed at finding out the effect of product quality on consumer satisfaction among barongan craft consumers at Gubug Barong Dwijaloka Tawangsari Blitar. This research uses a survey method with a quantitative research approach. Saturated Sampling is the sampling technique used. Data was collected by distributing questionnaires to barongan craft consumers at Gubug Barong Dwijaloka as respondents. The research results show that product quality has a significant effect on consumer satisfaction with a significance level of $0.026 \leq$ of 0.05 . From the results of this research, it is hoped that Gubug Barong Dwijaloka will continue to maintain product quality by selecting quality materials, establishing manufacturing standards and carrying out periodic cross-checks of the results to ensure the quality and quality of the barongan produced.

Keywords:

*Product Quality; Consumer
Satisfaction*

PENDAHULUAN

Budaya merupakan ciri khas yang mencerminkan identitas suatu negara. Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan budaya, perbedaan budaya yang ada di Indonesia diakibatkan oleh keanekaragaman ras, suku adat-istiadat masing-masing daerah yang berada di negara Indonesia. Salah satu daerah di negara Indonesia yang memiliki beragam seni tradisi dan budaya adalah wilayah pulau Jawa khususnya provinsi Jawa Timur.

Jaranan atau kuda lumping adalah salah satu kesenian khas yang ada di Jawa Timur. Dalam pentas kesenian *jaranan* atau kuda lumping terdapat beberapa unsur pendukung diantaranya adalah gerakan, alunan musik atau iringan, pola latar, tata busana dan rias, perlengkapan atau properti dan tempat pertunjukan. Barongan merupakan salah satu perlengkapan atau properti yang digunakan dalam pertunjukan kesenian *jaranan* atau kuda lumping. Barongan merupakan karya seni yang tergolong kedalam seni tiga dimensi yang dibuat dengan cara dipahat/diukir dengan menggunakan tatah tradisional dan peralatan yang lainnya.

Kualitas produk merupakan penilaian dari pelanggan secara keseluruhan atas manfaat yang dapat dirasakan dari suatu barang atau jasa. Dimensi yang digunakan konsumen dalam melakukan evaluasi merupakan bagian dari hal utama dalam evaluasi terhadap kinerja suatu produk (Sangaji dan Sopiah, 2013). Kualitas produk dapat menggambarkan sampai sejauh mana produk yang dihasilkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan apabila produk tersebut mampu memuaskan konsumen maka hal ini akan mempengaruhi tingkat pembelian.

Kepuasan atau tidak kepuasan adalah sikap yang ditunjukkan konsumen terhadap suatu jasa atau produk yang merupakan bagian dari hasil penilaian dan evaluasi setelah konsumen menggunakan jasa atau produk tersebut. Konsumen merasa senang apabila pelayanan yang diperoleh dari jasa atau produk menyenangkan hati mereka (Rina dkk., 2012). Jika kepuasan dapat tercapai maka akan timbul loyalitas terhadap jasa atau produk yang diciptakan oleh perusahaan, tentu hal ini akan membawa pengaruh positif terhadap perusahaan.

Di Kabupaten Blitar, jumlah pengrajin barongan dapat dihitung menggunakan jari. Namun, dalam hal penjualan karya seni barongan persaingannya cukup ketat. Selain dituntut untuk lebih kreatif dalam menciptakan karya seni barongan, seorang pengrajin barongan juga harus mampu bertahan dalam persaingan kualitas yang dihasilkan dari para pengrajin lainnya. Salah satu pengrajin barongan di Kabupaten Blitar yang sudah terkenal adalah Gubug Barong Dwijaloka yang ada di Kelurahan Tawang Sari Garum.

Produk yang dihasilkan dari Galeri Gubug Barong Dwijaloka ini memiliki kualitas yang bagus dengan harga yang bervariasi tergantung dari kerumitan pada saat pembuatan. Produk barongan buatan Gubug Barong Dwijaloka ini pernah dibeli Bupati Blitar untuk dibawa di Los Angeles Amerika Serikat pada acara pameran seni Amazing Blitar pada tahun 2018. Hingga saat ini konsumen Gubug Barong Dwijaloka sudah sampai luar negeri dan hampir seluruh wilayah di Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis akan melakukan penelitian untuk dapat melihat pengaruh kualitas produk yang dihasilkan terhadap tingkat kepuasan konsumen dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kerajinan Barongan Di Gubug Barong Dwijaloka Tawang Sari Blitar)".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian survey. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian survey merupakan penelitian yang menggunakan kuisioner atau angket sebagai alatnya pada sampel yang diambil dari populasi baik kecil atau populasi besar, sehingga dapat ditemukan aktivitas yang relatif, hubungan antar variabel, distribusi, psikologis dan sosiologis.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk kerajinan barongan di Gubug Barong Dwijaloka selama 2 bulan terakhir. Berdasarkan data pembeli selama penelitian sejumlah 21 konsumen, karena populasi berjumlah kecil atau kurang dari 100, sehingga penentuan sampel menggunakan metode sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2016: 84) metode sampel jenuh adalah teknik mengambil sampel dari seluruh populasi yang ada.

Penelitian ini mengukur pengaruh variabel kualitas produk Kerajinan Barongan yang dihasilkan oleh Gubug Barong Dwijaloka Tawang Sari Blitar terhadap kepuasan konsumen. Variabel

penelitian merupakan suatu objek yang ditunjuk dan diamati dalam aktivitas penelitian dengan mengungkapakan variasi melalui pendekatan kualitatif atau kuantitatif (Arikunto, 2006). Variabel yang diamati dalam penelitian ini yaitu Variabel Kualitas Produk (X) dan Variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Guna melihat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, peneliti melakukan pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS jenis PASW Statistik versi 18. SPSS adalah program khusus yang dibuat untuk mengolah statistik menggunakan metode tertentu (Santoso, 2020). Peneliti menggunakan serangkaian uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji parsial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen

Validitas

Uji validitas dilaksanakan untuk memastikan terdapat kesamaan data pada objek yang diamati antara himpunan data dengan data yang sebenarnya berlangsung. Keabsahan valid atau tidaknya suatu pernyataan dinyatakan oleh (Sugiyono, 2016):

- Apabila $r +$, serta $r < 0,05$ artinya poin pernyataan tersebut valid
- Apabila $r -$, serta $r > 0,05$ artinya poin pernyataan tersebut tidak valid

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0.000	Valid
	X1.2	0.000	Valid
	X1.3	0.005	Valid
	X1.4	0.003	Valid
	X1.5	0.000	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0.004	Valid
	Y.2	0.000	Valid
	Y.3	0.000	Valid
	Y.4	0.000	Valid
	Y.5	0.004	Valid

(Sumber: Pengolahan data dengan SPSS, 2023)

Bersumber pada tabel 1 terlihat semua poin pernyataan hasil uji validitas pada nilai *sig. (2-tailed)* < 0.05 kesimpulannya semua pernyataan adalah valid untuk mengukur variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen dan sesuai dengan keakuratan.

Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016) bahwa hasil akhir penelitian disebut reliabel, bila dalam waktu yang berbeda terdapat kesamaan data. Pada penelitian Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi suatu alat. Instrumen reliabel adalah instrumen dengan jawaban dari pernyataan tersebut selalu sama dari waktu ke waktu atau konsisten. Sekumpulan pernyataan dikatakan reliabel untuk mengukur suatu variabel jika koefisien reliabilitas yang diperoleh $\geq 0,6$. Maka pengambilan keputusannya sebagai berikut :

- Apabila angka *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ angket disebut reliabel.
- Apabila angka *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ angket disebut tidak reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0.713	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.753	Reliabel

(Sumber: Pengolahan data dengan SPSS, 2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2 diatas, diketahui bahwa variabel X dan Y memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6, sehingga alat ukur dinyatakan reliabel. Keadaan ini memperlihatkan poin pernyataan akan menghasilkan data yang sama apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama.

B. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dilaksanakan untuk melihat apakah model regresi pada suatu variabel independen, dependen atau keduanya memiliki persebaran normal atau tidak normal. Pada uji normalitas data menggunakan Kolmogorov Smirnov dengan ketentuan nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 sehingga hasilnya layak disebut normal. Sebaliknya ketentuan nilai signifikansi dibawah 5% atau 0,05 hasilnya dianggap tidak normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		21
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68924748
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.122
	Negative	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		.601
Asymp. Sig. (2-tailed)		.862

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Pengolahan data dengan SPSS, 2023)

Bersumber pada hasil uji normalitas pada tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0.601 dengan nilai *Asym. Sig (2-tailed)* 0.862. Dengan hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *Asym. Sig (2-tailed)* 0.862 > 0.05 sehingga data penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) heteroskedastisitas dilaksanakan untuk melihat suatu bentuk regresi apakah terjadi suatu ketidaknyamanan varian dari residual dalam beberapa pengamatan. Dinyatakan heteroskedastisitas dengan membandingkan nilai sig. apabila nilai sig. > 0.05 regresi tersebut dapat dinyatakan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas begitu juga kebalikannya.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.200	2.097		2.002	.060
	KUALITAS PRODUK	-.133	.100	-.292	-1.330	.199

a. Dependent Variable: AbsRes

(Sumber: Pengolahan data dengan SPSS, 2023)

Bersumber pada hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel bebas kualitas produk sebesar 0.199 > 0.05. sehingga disimpulkan model regresi terbebas

dari gangguan heteroskedastisitas dan tidak ada variabel bebas yang mengalami heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis (Uji T)

Uji T dilakukan untuk melihat bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikatnya. Berikut ketentuan uji T (Nugroho, 2005):

1. Tingkat signifikasu ($\alpha=0.05$)
2. Apabila $Sig \geq 0.05$, sehingga H_0 diakui dan H_a ditolak
3. Apabila $Sig \leq 0.05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diakui

Tabel 5. Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.899	4.328		2.519	.021
	KUALITAS PRODUK	.498	.206	.485	2.420	.026

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 (Sumber: Pengolahan data dengan SPSS, 2023)

Bersumber pada tabel 5 uji T, terlihat tingkat signifikansi $0,026 \leq$ dari $0,05$. Sehingga H_a diakui dan H_0 ditolak. Pada akhirnya penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas produk (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

PEMBAHASAN

Gubug Barong Dwijaloka merupakan salah satu usaha industri rumah tangga yang bergerak dibidang kerajinan tangan dengan kategori barang unik. Galeri Gubug Barong Dwijaloka menyediakan alat pendukung kesenian jaranan khususnya jaranan khas blitar seperti barongan, kepong dan alat kesenian jaranan lainnya. Banyak pelaku seni jaranan atau konsumen yang meminta barongan yang benar-benar klasik, selain itu juga banyak konsumen yang meminta model lain seperti model Devil's, barongan kucingan blitaran, barongan jowo dan lain-lain.

Hasil produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus, sesuai dengan pakem atau sesuai dengan karakteristik barongan yang sudah ada. Selain itu kualitas bahan yang terjamin membuat produk dapat bertahan lama dengan resiko kerusakan minim. Berdasarkan hasil olah data statistik dalam penelitian ini dengan variabel bebas berupa kualitas produk kerajinan barongan yang dihasilkan oleh Gubug Barong Dwijaloka Tawangsari Blitar dan variabel terikat berupa kepuasan konsumen, semua instrumen penelitian yang digunakan telah lolos uji instrumen baik uji validitas maupun uji reliabilitas.

Begitu juga uji asumsi klasik yang dilakukan menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal, tidak ada variabel bebas yang mengalami heteroskedastisitas dan model regresi terbebas dari gangguan heteroskedastisitas. Sedangkan hasil uji hipotesis T guna melihat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen terlihat nilai tingkat signifikansi $0,026 \leq$ dari $0,05$. Sehingga H_a diakui dan H_0 ditolak. Pada akhirnya penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas produk (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis data dan uraian pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk barongan pada Gubug Barong Dwijaloka ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk yang dihasilkan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikan senilai $0,026 \leq$ dari $0,05$. Dikarenakan kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka saran yang

dapat diberikan yaitu Galeri Gubug Barong Dwijaloka diharapkan tetap menjaga kualitas produk dan tetap memprioritaskan kepuasan konsumen. Menjaga kualitas produk dapat dilakukan dengan melakukan pemilihan bahan baku yang berkualitas, sedangkan untuk proses pembuatan dengan membuat standard proses yang harus dipatuhi oleh semua karyawannya sehingga hasil dapat optimal sesuai standard yang telah ditetapkan. Selanjutnya perlu melakukan kontrol atau *crosscheck* produk yang sudah jadi secara berkala sehingga kualitas produk yang dihasilkan dapat terjamin kualitasnya.

REFERENSI

- Agung, Nugroho. (2005). *Strategi Jitu memilih metode Statistic Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan dan Yaran. (2017). *Penelitian Bisnis Penekatan Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tigabelas. Jilid 2 Terjemahan oleh Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sangaji, E.M & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, Singgih. (2020). *Panduan Lengkap SPSS 26*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rina Dwiastuti, Agustina Sintia, Riyanti Isaskar. (2012). *Ilmu Perilaku Kosumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).