

**PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN COLATTA
PADA MASYARAKAT DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Rudi Hermanto

160910035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTRA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN COLATTA
PADA MASYARAKAT DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana



Oleh:

Rudi Hermanto

160910035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTRA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rudi Hermanto
NPM/NIP : 160910035
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN COLATTA PADA MASYARAKAT DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 17 Februari 2020

Rudi Hermanto
160910035

**PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN COLATTA
PADA MASYARAKAT DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Rudi Hermanto
160910035**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 17 Februari 2020

**Dr. Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Dalam era persaingan usaha yang semakin ketat saat ini, keberhasilan setiap perusahaan tidak terlepas dari faktor kepuasan konsumen. Setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing. Elemen yang penting dalam penyediaan produk yang berkualitas adalah titik nge,nting dari suatu perusahaan dalam memberikan kepuasan yang diinginkan oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen colatta pada masyarakat di kota Batam. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini adalah random *sampling*, menggunakan metode penyebaran kuesioner dengan jumlah sebanyak 385 responden yang menjadikan konsumen colatta sebagai respondennya. Data yang terkumpul dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis dengan bantuan alat hitung SPSS (*Statistic Product and Service Solusion*) versi 21. Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji t, diketahui bahwa variabel independen yaitu cita rasa secara parsial memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dan kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan variabel cita rasa dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen colatta pada masyarakat di kota Batam, dengan nilai hasil uji $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$ $21,359 > 3,0193$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 $0,00 < 0,05$.

Kata kunci : Cita Rasa, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

In this era of increasingly fierce business competition, the success of every company is inseparable from the factor of customer satisfaction. Every company is required to improve the quality of products in order to compete. An important element in providing quality products is an important point of a company in providing the desired satisfaction by consumers. This study aims to determine the effect of taste and product quality on colatta consumer satisfaction in the community in Batam. The sampling technique used in this study was random sampling, using a questionnaire distribution method with a total of 385 respondents who made colatta consumers the respondents. The data collected in this study uses descriptive method, data quality test, classic assumption test, influence test and hypothesis test with the help of SPSS (Statistic Product and Service Solution) version 21. The results of this study indicate that from the results of the t test, it is known that the independent variable is taste partially has a significant and positive influence on consumer satisfaction and product quality partially has a significant and positive effect on customer satisfaction. The F test results showed that the taste and consumer satisfaction variables simultaneously had a positive and significant effect on colatta consumer satisfaction in the people of Batam, with the value of the Fcount test results > Ftable value 21,359 > 3.0193 and the significance value was less than 0.05 $0.00 < 0.05$.

Keywords: *Taste; Product Quality; Consumer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan tugas akhir ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Ibu Rizki Tri Anugrah Bahkti, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam yang dengan tulus hati telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, petunjuk, perhatian dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis dalam rangka penulisan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama kuliah di Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua dan semua saudara-saudara penulis atas dukungannya serta doa yang selalu menyertai penulis.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan terutama mahasiswa jurusan manajemen bisnis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama masa perkuliahan serta dalam masa penyusunan skripsi ini.
8. Para responden atas partisipasi dan dukungannya.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 17 Februari 2020

Rudi Hermanto

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR RUMUS	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah	5
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	6
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Cita Rasa	9
2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rasa	11
2.1.1.3 Komponen-Komponen Cita Rasa	14
2.1.1.4 Indikator Cita Rasa	16
2.1.2 Kualitas Produk	16
2.1.2.2 Klasifikasi Produk	18
2.1.2.3 Pengembangan Produk	20
2.1.2.4 Indikator Kualitas Produk	22
2.1.3 Kepuasan Konsumen	23
2.1.3.2 Manfaat Kepuasan Konsumen	25

2.1.3.3 Tujuan Pengukuran Kepuasan Konsumen	27
2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen	28
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Operasional Variabel.....	31
3.2.1 Variabel Independen	31
3.2.2 Variabel Dependen.....	32
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel	33
3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Teknik pengumpulan data.....	35
3.4.2 Alat Pengumpulan Data	35
3.5 Metode Analisis Data.....	36
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	36
3.5.2 Uji Kualitas Data	37
3.5.2.1 Uji Validitas Data.....	37
3.5.2.2 Uji Reliabilitas Data.....	38
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	39
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	39
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas.....	40
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.5.4 Uji Pengaruh	41
3.5.4.2 Uji Determinasi (R^2).....	41
3.5.5 Rancangan Uji Hipotesis.....	42
3.5.5.1 Uji T (Uji Parsial).....	44
3.5.5.2 Uji F (Uji Slimutan)	44
3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	45

3.6.1 Lokasi Penelitian.....	45
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	45
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Profil Responden.....	47
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.1.2. Usia	48
4.1.1.3.Pendidikan.....	49
4.1.2. Analisis Deskriptif	51
4.1.2.1. Cita Rasa (X_1)	51
4.1.2.2. Kualitas Produk(X_2).....	52
4.1.2.3. Kepuasan Konsumen (Y)	53
4.1.3. Hasil Uji Validitas Data	54
4.1.3.1. Uji Validitas variabel Cita Rasa (X_1)	54
4.1.3.2. Uji Validitas Kualitas Produk (X_2)	55
4.1.3.3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	56
4.1.4. Hasil Uji Reliabilitas Data	56
4.1.4.1 Hasil Uji Realibilitas Variabel Cita Rasa (X_1).....	57
4.1.4.2. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	57
4.1.4.3. Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	58
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.1.5.1.Hasil Uji Normalitas	59
4.1.5.2. Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	60
4.1.5.3. Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
4.1.5.4.Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
4.1.6. Hasil Uji Pengaruh	63
4.1.6.1. Regresi Linier Berganda	63
4.1.6.2. Koefisiene Determinasi(R^2)	65
4.1.7. Uji Hipotesis	66
4.1.7.1. Hasil Uji t	66
4.1.7.2. Hasil Uji F	67

4.2. Pembahasan.....	69
BAB V	72
SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1. Simpulan	72
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tingkatan Variasi Cita Rasa Produk.....	4
Tabel 1.2 Tangapan Resoponden Terhadap Kualitas Produk	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional	32
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien korelasi Nilai r	39
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reabilitas.....	40
Tabel 3.5 Rangkaian Jadwal Penelitian	46
Tabel 4.1 Klarifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Klasifikasi responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Klarifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra rasa (X_1)	52
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X_2)	53
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Cita Rasa (X_1)	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas Variabel Citra Rasa (X_1)	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov- Smirnov	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	68
Tabel 4.19 Hasil Uji F	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemmikiran.....	30
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2 Diagram Usia.....	30
Gambar 4.3 Diagram Pendidikan.....	51
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Data	30
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot).....	61

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Populasi Tidak Diketahui.....	34
Rumus 3.2 Reliabilitas Tes Objektif.....	38
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda	41