

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BUTIK ONLINE SHOPPING DI KECAMATAN TERNATE BARAT

Narilah A Tuara

Program Studi Pendidikan Ekonomi
STKIP Kie Raha Ternate
tuaranarilah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Online Shopping di Kecamatan Ternate Barat. Data yang digunakan adalah berupa Kusioner/angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Jenis penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pakaian pada Butik Online Shopping di Sulamadaha Kecamatan Ternate Barat. Dalam penelitian ini menggunakan seluruh populasi sampel yang berjumlah 60 orang . Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Butik Online Shopping Kecamatan Ternate Barat,. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi untuk kemajuan dan peningkatan Butik Online Shopping. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan oleh pemilik Butik Online Shopping untuk terus mempertahankan, memperbaiki dan lebih meningkatkan kualitas produk. Selain itu Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk adalah hal yang paling penting dalam terbentuknya kepuasan konsumen. Kontribusi penelitian ini bagi masyarakat pengguna adalah mengetahui sejauh mana perkembangan kualitas produk yang dilakukan oleh pemilik butik. Semakin baik kualitas yang dimiliki oleh produk, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Kata Kunci : kualitas produk, kepuasan konsumen, dan online shopping

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality on consumer satisfaction at online shopping boutiques in West Ternate District. The data used is in the form of a questionnaire/questionnaire. The data analysis technique used is validity test, reliability test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. This type of research uses a quantitative research methodology. The population in this study are consumers who have purchased clothes at the Online Shopping Boutique in Sulamadaha, West Ternate District. In this study using the entire sample population, amounting to 60 people. The results showed that product quality had a positive and significant effect on customer satisfaction at the Online Shopping Boutique, West Ternate District. The results of this research can contribute to the progress and improvement of online shopping boutiques. The results of this study can also be used by online shopping boutique owners to continue to maintain, improve and further enhance product quality. In addition, the results of this study also indicate that product quality is the most important thing in the formation of customer satisfaction. The contribution of this research to the user community is to find out how far the development of product quality has been carried out by boutique owners. The better the quality of the product, the consumer satisfaction will also increase.

Keywords: product quality, customer satisfaction, and online shopping

PENDAHULUAN

Dewasa ini bisnis butik (pakaian) merupakan salah satu jenis usaha yang saat ini berada dalam iklim persaingan ketat. Para penjual harus bisa menemukan berbagai strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan yang kompetitif, dengan harapan bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, karena itu konsentrasi pemasaran tidak lagi sekedar bagaimana pakaian tersebut sampai kepada konsumen tetapi lebih fokus kepada, apakah produk itu telah memenuhi permintaan kepuasan konsumen. Untuk itu diperlukan strategi inovasi penjualan dan terus berusaha untuk terus menarik calon konsumen menjadi konsumen yang potensial yaitu dari segi pelayanan. Di Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi besar pada bidang bisnis online. Hal ini terjadi karena jumlah penduduk dan pengguna internet terus mengalami peningkatan. Sehingga potensi bisnis online di Indonesia sangat menjanjikan bagi pengembangan maupun bisnis baru pada bidang E-Commerce. E-Commerce yang populer di Indonesia berbentuk B2B (Business to Business) karena melibatkan beberapa perusahaan pada bidang produksi. Selanjutnya B2C (Business to Consumer) yaitu perdagangan yang bertujuan digunakan oleh konsumen. Sedangkan C2C (Customer to Consumer) merupakan bisnis online yang melibatkan customer to customer dengan berbagai platform Febrianto (2019). Platform marketplace melibatkan penjual dan pembeli secara langsung dapat melakukan transaksi.

Online shop adalah toko yang memasarkan produk atau jasa melalui internet. Online shop sudah menjadi tren di kalangan masyarakat saat ini. Indonesia merupakan negara 10 terbesar pertumbuhan e-commerce dengan pertumbuhan 78 persen pada tahun 2020, kondisi ini menunjukkan bahwa perdagangan elektronik memiliki nilai ekonomis bagus, sehingga harus di manfaatkan oleh pelaku usaha, khusus pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) (www.kemkominfo.go.id, 2020). Dalam pemasaran yang dilakukan online shop terdapat beberapa media sosial yang sering digunakan contohnya seperti instagram, facebook, twitter, website dan media online lainnya. Salah satu bisnis online

yang diminati saat ini yaitu bisnis yang bergerak di bidang fashion. Dari segi model dan bentuk dan perkembangan dunia fashion dikalangan anak remaja dan orang dewasa bahkan hingga saat ini telah berubah dari waktu ke waktu. fashion sudah menjadi aspek dalam kehidupan sehari-hari setiap orang.

Pembelian online mulai diminati karena pembelian online tidak serumit keputusan pembelian offline. Menurut Sari dan Harti (2021) Pembelian online dapat menghemat waktu, menghemat biaya dan memudahkan pembelian, sedangkan pembelian offline harus mendatangi toko yang dituju yang artinya harus meluangkan waktu lebih banyak. Semakin banyaknya persaingan antar usaha fashion online saat ini, menuntut para pemilik usaha fashion untuk selalu memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas produk yang harus dijaga agar mampu mempertahankan kepuasan konsumennya.

KAJIAN TEORI

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi keinginan atau ekspektasi konsumen Bangkit Rohmat (2019). Kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas Agnes (2019). Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi. Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat Rosnaini Daga (2017). Menurut Kotler (2012) kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform it's function”*. Maksud dari pengertian di atas adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan kinerja sesuai dengan fungsinya. Kualitas yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.

Manfaat Kualitas Produk

Terdapat beberapa manfaat yang diperoleh dengan menciptakan kualitas produk yang baik, yaitu:

- 1) Meningkatkan reputasi perusahaan. Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas kan mendapatkan predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas, oleh karena itu, perusahaan atau organisasi tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai lebih di mata masyarakat.
- 2) Menurunkan biaya. Untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas perusahaan atau organisasi tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan atau organisasi tersebut berorientasi pada (customer satisfaction), yaitu dengan mendasarkan jenis, tipe, waktu, dan jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen.
- 3) Meningkatkan pangsa pasar. Pangsa pasar akan meningkat bila minimasi biaya tercapai, karena organisasi atau perusahaan dapat menekan harga, walaupun kualitas tetap menjadi yang utama.
- 4) Dampak internasional. Bila mampu menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, maka selain dikenal di pasar lokal, produk atau jasa tersebut juga akan dikenal dan diterima di pasar internasional.
- 5) Adanya tanggung jawab produk. Dengan semakin meningkatnya persaingan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, maka organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk semakin bertanggung jawab terhadap desain, proses, dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- 6) Untuk penampilan produk. Kualitas akan membuat produk atau jasa dikenal, dalam hal ini akan membuat perusahaan yang menghasilkan produk juga akan dikenal dan dipercaya masyarakat luas.
- 7) Mewujudkan kualitas yang dirasakan penting. Persaingan yang saat ini bukan lagi masalah harga melainkan kualitas produk, hal inilah yang mendorong konsumen untuk mau membeli produk dengan harga tinggi namun dengan kualitas yang tinggi pula

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kotler (2009) dalam Saekoko, Nyoko, dan Fanggidea (2020) mengartikan kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka pelanggan tidak puas, bila prestasi sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas. Sedangkan kepuasan konsumen Menurut Tjiptono (2015), “ menyatakan kepuasan berasal dari bahasa latin *satis* yang berate cukup baik, *memandai* dan *Facio* yang berarti melakukan atau membuat, secara sederhana kepuasan bias diartikan sebagai upaya memenuhi sesuatu memadai. Menurut danang sunyoto (2015) kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan factor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis, kepuasan konsumen adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harap yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan para pelanggan maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Diduga bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada butik online shopping di Kecamatan Ternate Barat.
- 2) Diduga bahwa kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada butik online shopping di Kecamatan Ternate Barat

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Penelitian deskripsi kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan subjek atau objek pada saat sekarang dengan tidak menyimpang dari kondisi yang sesungguhnya atau berdasarkan fakta yang ada.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional maka akan diketahui baik buruknya suatu variabel. Maka definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel Definisi Operasional Variabel Table

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Produk (X)	Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi keinginan atau ekspektasi konsumen	1.Kinerja 2.Tampilan 3.Kesesuaian 4. Daya tahan 5.Keindahan 6.Kualitas dipersepsika
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan individu setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan relatif terhadap harapan.	1.Skema pengaduan dan saran. 2.Analisis kegagalan Pelanggan. 3.Survey kepuasan pelanggan.

Pengukuran Variabel

Dalam pengukuran variabel terdahulu menentukan skala pengukuran variabel. Skala Pengukuran adalah acuan pengukuran yang akan digunakan penelitian untuk mengukur variabel penelitian. Skala pengukuran akan menghasilkan data yang akan dianalisis guna menjawab tujuan penelitian. Alat pengukuran penelitian ini adalah dengan skala likert. Skala likert merupakan model skala yang banyak digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial.

HASIL PENELITIAN

Analisis Karakteristik Adapun data yang diperoleh pada penelitian ini, dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada konsumen butik online shopping di Kecamatan Ternate Barat. Dalam penelitian ini, adapun jumlah responden yang digunakan sebanyak 60 orang. Berdasarkan kuesioner yang telah saya bagikan dan telah diisi oleh responden, maka peneliti akan mengidentifikasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

Jenis Kelamin

Tabel
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi (Jumlah Orang)	Persentase
Laki-laki	20	30,25
Perempuan	40	57,75
Total	60	100,000

Sumber : Data Primer 2023

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan lebih mendominasi daripada jenis kelamin laki-laki.

Usia

Tabel
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (Jumlah Orang)	Persentase
17-25 Tahun	35	56,25
25-40 Tahun	20	25,5
>41 Tahun	5	6,25
Total	60	100,0

Sumber: Data Primer 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak berada pada usia 17-25 tahun sebanyak 35 orang.

Deskripsi Variabel Penelitian

Pada pengisian kuesioner, peneliti menggunakan skala Likert. Dengan skala likert ini maka variabel yang akan diukur dijabarkan atau di deskripsikan menjadi indikator

variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Adapun Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert pada penelitian ini menggunakan gradasi bersifat positif (Favorable) sebagai berikut

Kualitas Produk (X)

Tabel Distribusi Variabel Penelitian Berdasarkan Kualitas Produk

No	Variabel x	ALTERNATIF JAWABAN										Mean
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
1	X.1	36	45,0	34	42,5	16	20,0	-	-	-	-	4,09
2	X.2	25	31,25	38	45,5	10	12,5	1	1,25	-	-	4,33
3	X.3	40	50,0	31	38,75	9	11,25	-	-	-	-	4,39
4	X.4	29	36,25	37	46,25	15	18,75	-	-	-	-	4,19
5	X.5	34	42,5	36,	45,0	10	12,5	-	-	-	-	4,3
6	X.6	26	32,5	38	47,0	14	17,5	1	1,25	-	-	4,12
Rata-Rata Variabel												

Sumber: Data diolah 2023

Tabel tersebut diatas tentang model (figure) produk yang dimiliki oleh Butik Online Shopping Kecamatan Ternate Barat. Dapat dilihat dari jawaban yang diutarakan responden bahwa yang memilih jawaban sangat setuju sebesar 50,0% dan jawaban setuju sebesar 38,75%. Kemudian jawaban netral sebesar 11,25%

Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.4 Distribusi Variabel Penelitian Berdasarkan Kepuasan Konsumen

No.	Variabel Y	ALTERNATIF JAWABAN										Mean
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
1	Y.1	28	35,0	41	51,25	11	13,75	-	-	-	-	4,22
2	Y.2	36	45,0	34	42,5	10	12,5	-	-	-	-	4,33
3	Y.3	36	45,0	34	42,5	10	12,5	-	-	-	-	4,33
Rata-Rata Variabel												4,30

Sumber: Data diolah 2023

Tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa pada indikator kedua dan ketiga memiliki jumlah presentase yang sama. Dapat kita lihat dari jawaban responden bahwa

yang memilih jawaban sangat setuju sebesar 45,0%, jawaban setuju sebesar 42,5%, dan jawaban netral sebesar 12,5%. 3. Analisis Deskriptif Analisis deskriptif dapat memberikan gambaran atau informasi umum mengenai data variabel dalam penelitian.

Uji Validitas Variabel X

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Nilai r Tabel	Nilai r Hitung
X.1	0,1829	.703
X.2	0,1829	.664
X.3	0,1829	.718
X.4	0,1829	.780
X.5	0,1829	.737
X.6	0,1829	.656

Sumber: Data diolah 2023

Uji validitas dilakukan untuk membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ nilai r tabel, maka indikator dikatakan valid dan sebaliknya jika nilai r hitung $<$ nilai r tabel maka indikator dikatakan tidak valid. Berdasarkan data di atas, diperoleh nilai r hitung untuk indikator X.1 sebesar 0,703, X.2 sebesar 0,664, X.3 sebesar 0,718, X.4 sebesar 0,780, dan X.5 sebesar 0,737. dan X.6 sebesar 0,656. Hasil olah data menunjukkan bahwa semua indikator dikatakan valid karena nilai r hitung $>$ nilai r tabel sebesar 0,1829.

Uji Validitas Variabel Y

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Nilai r Tabel	Nilai r Hitung
Y.1	0,1829	446
Y.2	0,1829	773
Y.3	0,1829	560

Sumber: Data diolah 2023

Uji validitas dilakukan untuk membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $>$ nilai r tabel, maka indikator dikatakan valid dan sebaliknya jika nilai r hitung $<$ nilai r tabel maka indikator dikatakan tidak valid. Berdasarkan data di atas, diperoleh nilai r hitung untuk indikator Y.1 sebesar 0,446, Y.2 sebesar 0,773, Y.3 sebesar

0,560. Dapat disimpulkan bahwa Hasil olah data diatas menunjukkan bahwa semua indikator dikatakan valid karena nilai r hitung > nilai r tabel sebesar 0,1829.

Uji Realiabilitas

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha K	Keterangan
Kualitas Produk	0.803	Reabilitas
Kepuasan Konsumen	0.709	Reabilitas
Sumber: Data diolah 2023		

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen mempunyai nilai conbach's alpha lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa item pertanyaan dalam penelitian ini bersifat reliabel. Sehingga setiap item pertanyaan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten dan apabila pertanyaan diajukan kembali maka akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk melihat sejauh mana pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel Coefficients SPSS, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: Berdasarkan hasil pengujian, maka diperoleh hasil sebagai berikut: 1. 0,693, Nilai konstanta positif, artinya jika semua variabel independen $X = 0$, maka variabel Dependen Kepuasan Konsumen sebesar 0,693. 2. Variabel X 0,102 merupakan nilai koefisien regresi variabel X kualitas produk terdapat arah yang positif (searah) terhadap Y 44 (Kepuasan Konsumen), artinya semakin baik kualitas produk, maka semakin baik kepuasan konsumen.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan variable Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Online Shopping di Kecamatan Ternate Barat, serta pembahasan akan disesuaikan dengan tujuan dari penelitian ini. 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama, dimana penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Online Shopping di Kecamatan Ternate Barat. Kualitas produk Butik Online shopping di Kecamatan Ternate Barat dari hasil analisa mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan konsumen karena kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Setelah mengkonsumsi produk dari Butik Online shopping konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan.

Kepuasan tersebut yang mengungkapkan perasaan konsumen untuk membeli kembali di Butik Online Shopping. Sebaliknya jika konsumen merasakan kekecewaan pada kualitas produk dari butik, maka konsumen tidak akan membeli dikemudian hari. Berdasarkan hasil analisa indikator menunjukkan bahwa kualitas produk dalam penelitian terdiri dari indikator kinerja, tampilan, kesesuaian, daya tahan, keindahan dan kualitas yang dipersepsikan. Kinerja berkaitan dengan aspek fungsional dari barang itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu barang. Tampilan adalah ciri keistimewaan karakteristik sekunder atau pelengkap dari kinerja. Kesesuaian berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. Daya tahan berkaitan erat dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Keindahan adalah daya tarik produk terhadap pasca indera. Kualitas yang dipersepsikan adalah citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Agar dapat bersaing dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kinerja, tampilan, kesesuaian daya tahan, keindahan serta kualitas produk agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Dimana hal ini didukung oleh hasil analisis deskriptif yang menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban sangat setuju, setuju dan netral apabila Kualitas Produk diukur dengan menggunakan indikator

Future, karna hasil penelitian inilah yang menunjukkan bahwa indikator yang paling dominan adalah Future. Dimana responden memberikan jawaban sangat setuju sebesar 50,0% dan jawaban setuju sebesar 38,75%. Kemudian jawaban netral sebesar 11,25%. Pihak butik online shopping diharapkan dan dituntut untuk memiliki model (future) produk yang baik untuk mencapai kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dimana tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai F hitungnya sebesar $102.284 > \text{Nilai F tabel sebesar } 2.725$, sehingga pada model regresinya dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua dengan menggunakan Uji simultan (Uji-F) atau dilakukan uji secara bersama-sama Hubungan Kualitas produk terhadap konsumen yang telah dianalisa pada Butik Online shopping terlihat pada penentuan kebijakan yang dilakukan pihak Butik Online shopping. Pihak Butik Online shopping dalam menghasilkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen tersebut. Bila kenyamanan yang diperoleh konsumen Butik Online Shopping melebihi harapannya, maka konsumen akan sering melakukan pembelian. Adapun konsumen yang telah merasa puas, memiliki potensi besar untuk merekomendasikan produk Butik Online shopping tempat berbelanja kepada saudara atau kerabat-kerabatnya. Berdasarkan hasil analisa indikator kualitas produk menunjukkan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Online Shopping di Kecamatan Ternate Barat. Dapat ditarik kesimpulan bahwa suatu produk harus memiliki kualitas produk yang tinggi demi kepuasan konsumen, karena semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen pada butik online shopping di Kecamatan Ternate Barat.

Pengaruh Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dimana tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai F hitungnya sebesar $102.284 > \text{Nilai F tabel sebesar } 2.725$, sehingga pada model regresinya dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua dengan menggunakan Uji simultan (Uji-F) atau dilakukan uji secara bersama-sama. Hubungan Kualitas produk terhadap konsumen yang telah dianalisa pada Butik Online shopping terlihat pada penentuan kebijakan yang dilakukan pihak Butik Online shopping. Pihak Butik Online shopping dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan dan penentuan tingkat kepuasan konsumen. Bila kenyamanan yang diperoleh konsumen Butik Online Shopping melebihi harapannya, maka konsumen akan sering melakukan kunjungan atau datang berbelanja di Butik Online Shopping. Adapun konsumen yang telah merasa puas, memiliki potensi besar untuk merekomendasikan produk Butik Online shopping tempat berbelanja kepada saudara atau kerabat-kerabatnya. Berdasarkan hasil analisa indikator kualitas produk berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Online Shopping Kecamatan Ternate Barat. Dapat ditarik kesimpulan bahwa suatu produk harus memiliki kualitas produk yang tinggi sehingga dapat memuaskan kepuasan konsumen, karena semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen pada butik online shopping Kecamatan Ternate Barat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji asumsi klasik dan uji statistik dengan menggunakan metode regresi linier berganda serta mengacu pada pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Online Shopping Kecamatan Ternate Barat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Online Shopping Kecamatan Ternate Barat. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

- 2) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk secara simultan (Uji-F) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Butik Online Shopping Kecamatan Ternate Barat. Artinya, jika suatu produk memiliki kualitas produk yang baik maka akan menghasilkan kepuasan konsumen yang baik juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Ida Rosita Sari. Harti. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Akuntabel. Universitas Negeri Surabaya.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Di cetak di PT MACANAN JAYA CEMERLANG.
- Kemkominfo. 2020. Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen (https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-ecommerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media diakses pada tanggal 10 Januari 2022)
- Saekoko,A.N., Nyoko,A.E., & Fanggidae, R.P. (2020), Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Smarphone Xioami (Studi Kasus pada Mahasiwa Penggunaan Smartphone Xiaomi di Universitas Nusa Cendana). Jounal of Manajemen: small and Medium Enterprises (SMEs).11(1),49-64.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Prinsip-prinsip Total Quality Service. Yogyakarta CV ANDI OFFSET.