



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TAPE KETAN HITAM KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN

Ika Resky wahyuni¹, Mais Ilсан², A.St. Fatmawaty³

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bioremediasi Lahan Tambang, Universitas Muslim Indonesia

*Penulis Korespondensi, 08320210013@student.umi.ac.id

Diserahkan: 07/08/2025

Direvisi: 08/10/2025

Diterima: 25/11/2025

Abstrak. Tape ketan hitam merupakan produk pangan fermentasi tradisional dengan cita rasa khas serta kandungan nutrisi seperti serat dan antioksidan. Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan memiliki potensi besar untuk pengembangan UMKM kuliner ini. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan proses produksi, menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, kemasan, pelayanan, harga, serta menguji pengaruh keempat variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan sampel 50 konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”, dengan metode analisis deskriptif, uji validitas, reliabilitas, normalitas, serta regresi linear berganda.

Hasil menunjukkan bahwa proses produksi meliputi pemilihan beras ketan hitam berkualitas, pencucian, perendaman, pengukusan, pendinginan, penaburan ragi, fermentasi dalam wadah tertutup, dan pengemasan menggunakan kemasan fungsional. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk berada pada kategori tinggi, dengan skor rata-rata rasa 4,20 (84%), tekstur 4,06 (81,2%), dan aroma 4,24 (84,8%). Penilaian terhadap kemasan juga positif dengan skor rata-rata 4,10 (82%), kemudahan penggunaan 4,26 (85,2%), dan efektivitas perlindungan produk 4,14 (82,8%). Pelayanan memperoleh skor keramahan 4,24 (84,8%), kecepatan 4,12 (82,4%), dan ketepatan informasi 4,10 (82%), namun variabel ini berpengaruh negatif meskipun signifikan terhadap kepuasan. Harga dinilai sesuai dengan skor rata-rata 4,14 (82,8%), kesesuaian harga–kualitas 4,18 (83,6%), dan daya saing harga 3,88 (77,6%). Secara simultan, kualitas produk, kemasan, pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan R^2 67,2%. Kualitas produk, kemasan, dan harga berpengaruh positif, sedangkan pelayanan perlu ditingkatkan karena menunjukkan pengaruh negatif.

Kata Kunci: UMKM, Kepuasan Konsumen, Tape ketan Hitam, Kualitas Produk

PENDAHULUAN

Tape ketan hitam merupakan makanan tradisional Indonesia yang dihasilkan melalui proses fermentasi beras ketan hitam menggunakan mikroorganisme *Saccharomyces cerevisiae*, menghasilkan cita rasa manis dan aroma khas yang menjadi daya tarik utama produk ini (Ahmad & Rahman, 2021). Selain rasanya, tape ketan hitam juga mengandung nutrisi fungsional seperti serat dan antioksidan yang bermanfaat untuk kesehatan pencernaan dan sistem kekebalan tubuh (Sari, 2023). Di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, tape ketan hitam memiliki potensi sebagai produk unggulan UMKM kuliner yang dapat mendorong pengembangan ekonomi lokal dan melestarikan warisan budaya pangan tradisional (Munizu, 2020). Kepuasan konsumen merupakan aspek krusial dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha kuliner, karena kepuasan berperan sebagai indikator loyalitas dan pembelian berulang (Park dalam Irawan, 2021). Variabel-variabel seperti kualitas produk yang mencakup rasa, tekstur, dan aroma; kemasan produk yang menarik dan fungsional; pelayanan yang responsif dan ramah; serta harga yang kompetitif, terbukti berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada produk makanan tradisional (Wisanggeni Dkk, 2020). Namun, beberapa studi juga menyoroti keterbatasan pada kualitas pelayanan terutama saat jam sibuk yang dapat menurunkan kepuasan meskipun variabel lain memiliki nilai baik (Widayanto dkk, 2023). Harga merupakan salah satu aspek penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Penetapan harga yang terjangkau dan sepadan dengan kualitas produk memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen (Purwanto, 2020). Harga yang kompetitif juga menjaga daya saing produk di pasar yang semakin ketat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana proses produksi tape ketan hitam yang diterapkan oleh “Kedai Ikhsan”? (2) Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk tape ketan hitam dari segi rasa, tekstur, dan aroma? (3) Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kemasan produk tape ketan hitam? (4) Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan produk? (5) Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap harga tape ketan hitam? dan (6) Seberapa besar pengaruh kualitas produk, pelayanan, kemasan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen tape ketan hitam?

Sejalan dengan pendahuluan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan proses produksi tape ketan hitam di “Kedai Ikhsan”; (2) Menganalisis

tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dari aspek rasa, tekstur, dan aroma; (3) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kemasan produk; (4) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan; (5) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap harga; serta (6) Menentukan pengaruh simultan variabel kualitas produk, pelayanan, kemasan, dan harga terhadap kepuasan konsumen tape ketan hitam.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, khususnya pada produk tape ketan hitam yang diproduksi dan dipasarkan oleh "Kedai Ikhsan" yang berlokasi di Kelurahan Minasatene, Kecamatan Minasatene, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Mei – Juli 2025.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen tape ketan hitam di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan yang telah membeli dan mengonsumsi produk tape ketan hitam dari "Kedai Ikhsan". Jumlah pasti populasi tidak disebutkan secara eksplisit dalam dokumen, namun populasi mencakup konsumen potensial dan aktual daerah tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 orang konsumen yang telah membeli dan mengonsumsi tape ketan hitam "Kedai Ikhsan". Sampel diambil dengan teknik tertentu (misalnya purposive sampling atau convenience sampling) yang tidak dijelaskan secara rinci, namun memenuhi kriteria konsumen yang pernah melakukan pembelian produk.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer yang diperoleh langsung dari konsumen tape ketan hitam "Kedai Ikhsan" melalui survei kuesioner yang menyangkut persepsi dan tingkat kepuasan mereka terhadap produk, kemasan, pelayanan, dan harga, serta data sekunder: Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber terkait seperti literatur, laporan pemerintah, data statistik UMKM di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, serta dokumen pendukung lain yang berkaitan dengan produk tape ketan hitam dan pengembangan UMKM kuliner.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini, penulis menggunakan tehnik pengumpulan data observasi dilakukan dengan pendekatan partisipatif, dimana penelitian terlibat langsung dalam kegiatan sehari-hari di kedai. Data dikumpulkan selama periode tertentu untuk mendapatkan gambaran komprehensif tentang proses dan pengalaman konsumen, wawancara dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada setiap responden dalam bentuk google form. dokumentasi yaitu salah satu teknik yang melihat dokumen-dokumen dan laporan-laporan yang mempunyai hubungan dengan yang ingin diteliti.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ini adalah:

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda menggunakan bantuan SPSS. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menjawab rumusan pertama dan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menjawab rumusan masalah 2, 3, 4, 5, dan 6. Data yang diperoleh dari kuesioner diolah menjadi skor, kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif seperti rata-rata, persentase, dan interpretasi skor untuk menggambarkan persepsi konsumen terhadap masing-masing variabel (kualitas produk, pelayanan, kemasan, harga, dan kepuasan).

Responden akan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner menggunakan skala likert sebagai berikut (Silalahi, 2020).

Tabel 3. Skor Penilaian

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Interpretasi pembobotan pada setiap variabel sebagai berikut :

Bobot maksimum = $A \times B \times C$

Bobot minimum = $A \times D \times C$

Dimana:

A : Jumlah indikator dari setiap variabel

B : Skor maksimum, yaitu 5

C : Jumlah responden

D : Skor minimum, yaitu 1

Pengukuran kontribusi jawaban responden adalah sebagai berikut

Skor maksimum = $5 \times 50 = 250 = \frac{250}{250} \times 100\% = 100\%$

Skor minimum = $1 \times 50 = 50 = \frac{50}{250} \times 100\% = 20\%$

Penghitungan interval skor = $\frac{100-20}{5} = 16$

Tabel 6. *Kriteria Interpretasi Skor*

Rentang Nilai (%)	Kategori
20 - 35	Sangat Tidak Setuju
36 - 51	Tidak Setuju
52 - 67	Netral
68 - 83	Setuju
84 - 100	Sangat Setuju

Perhitungan persentase dilakukan dengan rumus:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{skor}}{\text{skor maksimal}} \times 100\%$$

Atau menggunakan rumus alternatif:

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Nilai Rata-rata}}{\text{skor maksimal per indikator}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen Tape Ketan Hitam Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian gambaran mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel

Tabel 8. *Karakteristik Konsumen Tape Ketan Hitam "Kedai Ikhsan" Berdasarkan Jenis Kelamin*

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	8	16
2.	Perempuan	42	84
Total		50	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan Tabel, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang paling banyak adalah perempuan yaitu sebanyak 42 orang atau 84%. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 8 orang atau 16%. Hal ini dikatakan perempuan lebih tertarik kepada produk Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan”.

Karakteristik Konsumen Tape Ketan Hitam Responden Berdasarkan Usia

Tabel 9. Karakteristik Konsumen Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan” Berdasarkan Usia

No.	Umur Responden (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	18-25	16	32
2	26-35	7	14
3	36-45	10	20
4	46-58	17	34
Total		50	100
Minimum		18 Tahun	
Maksimum		58 Tahun	
Rata-rata		46 Tahun	

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 9**, usia responden di bagi menjadi empat bagian yaitu 18-25 tahun, 26-35 tahun, 36-45 tahun dan 46-58 tahun. Dari total 50 responden, di peroleh hasil bahwa mayoritas konsumen tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” berumur 46-58 tahun dengan persentase 34%. Rata-rata umur konsumen yaitu 46 Tahun. Menurut Rizqiah (dalam Hanifah & Khoriyah, 2024), usia responden yang paling banyak mengkonsumsi makanan tradisional yaitu masa dewasa menengah (dewasa madya). Kelompok usia dewasa menengah cenderung memiliki tingkat kematangan berpikir yang lebih baik, sehingga dalam memilih makanan mereka lebih mempertimbangkan manfaatnya bagi kesehatan. Selain itu, pada usia tersebut, kondisi perekonomian umumnya telah stabil.

Karakteristik Konsumen Tape Ketan Hitam Berdasarkan Frekuensi Pembelian.

Tabel 10. Karakteristik Konsumen Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan” Berdasarkan Frekuensi Pembelian.

No.	Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1.	Pertama Kali	14	28
2.	Kadang-kadang	18	36
3.	Sering	15	30
4.	Sangat Sering	3	6
Total		50	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 10**, mayoritas konsumen tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” merupakan pembeli yang baru pertama kali dan hanya membeli sesekali (kadang-kadang), yaitu sebesar 64% dari total responden. Sementara itu, konsumen yang sering dan sangat sering membeli produk ini berjumlah 36%. Data ini menunjukkan bahwa Kedai Ikhsan masih lebih banyak menarik pembeli baru atau pembeli tidak tetap, sehingga perlu upaya lebih lanjut untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang loyal dan rutin membeli tape ketan hitam.

Kualitas Produk

Tabel 11. Pengukuran Variabel Kualitas Produk (X1) Sebagai Faktor Perilaku Kepuasan Konsumen

Indikator	Total Skor	Skor Maksimum	Skor likert Rata – rata (1–5)	Persentase (%)	Kategori
X1.1	210	250	4,20	84	Sangat Setuju

X1.2	203	250	4,06	81,2	Setuju
X1.3	212	250	4,24	84,8	Sangat Setuju

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Keterangan :

X1.1 = Produk tape ketan hitam memiliki rasa yang enak

X1.2 = Tekstur tape ketan hitam sesuai harapan saya.

X1.3 = Aroma tape ketan hitam menarik dan khas.

Tabel 11, menunjukkan hasil pengukuran terhadap indikator-indikator variabel kualitas produk (X1) sebagai salah satu faktor perilaku kepuasan konsumen. Indikator X1.1 memperoleh total skor 210 dari skor maksimum 250, dengan nilai rata-rata 4,20 dan persentase sebesar 84%, termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Indikator X1.2 memperoleh total skor 203, nilai rata-rata 4,06 dan persentase 81,2%, juga berada pada kategori Setuju. Sementara itu, indikator X1.3 memiliki total skor 212, nilai rata-rata 4,24, dan persentase 84,8%, yang termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang sangat baik terhadap aspek rasa, tekstur, dan aroma tape ketan hitam sebagai bagian dari kualitas produk yang memengaruhi kepuasan mereka.

Berdasarkan hasil uji deskriptif yang disajikan pada Tabel 11, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” dinilai baik oleh konsumen. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata skor pada setiap indikator kualitas produk (rasa, aroma, dan tekstur) yang berada pada kategori baik hingga sangat baik. Temuan ini mendukung hipotesis **pertama**, yaitu bahwa kualitas produk memiliki peran penting dalam memengaruhi kepuasan konsumen.

Pelayanan

Tabel 12. Pengukuran Variabel Pelayanan (X2) Sebagai Faktor Perilaku Kepuasan Konsumen

Indikator	Total Skor	Skor Maksimum	Skor likert Rata – rata (1–5)	Persentase (%)	Kategori
X2.1	212	250	4,24	84,8	Sangat Setuju
X2.2	206	250	4,12	82,4	Setuju
X2.3	205	250	4,10	82	Setuju

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Keterangan :

X2.1 = Pelayanan yang diberikan oleh penjual ramah dan sopan.

X2.2 = Penjual melayani dengan cepat dan responsif.

X2.3 = Penjual mampu memberikan informasi produk dengan jelas.

Tabel 12, menunjukkan hasil pengukuran terhadap indikator-indikator variabel pelayanan (X2) sebagai salah satu faktor perilaku kepuasan konsumen. Indikator X2.1 memperoleh total skor 212 dari skor maksimum 250, dengan nilai rata-rata 4,24 dan persentase sebesar 84,8%, termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Indikator X2.2 memperoleh total skor 206, nilai rata-rata 4,12 dan persentase 82,4%, juga berada pada kategori Setuju. Sementara itu, indikator X2.3 memiliki total skor 205, nilai rata-rata 4,10, dan persentase 82%, yang termasuk dalam kategori Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang sangat baik terhadap keramahan, kecepatan, serta kejelasan pelayanan yang diberikan penjual, yang menjadi bagian dari faktor pelayanan dalam membentuk kepuasan konsumen terhadap tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

Berdasarkan hasil uji deskriptif yang disajikan pada Tabel 12, hipotesis kedua **diterima**, karena pelayanan “Kedai Ikhsan” dinilai baik oleh konsumen, terbukti dari nilai rata-rata skor yang menunjukkan kategori baik pada setiap indikator pelayanan yang memenuhi harapan konsumen.

Kemasan

Tabel 13. Pengukuran Variabel Kemasan (X3) Sebagai Faktor Perilaku Kepuasan Konsumen

Indikator	Total Skor	Skor Maksimum	Skor likert Rata – rata (1–5)	Persentase (%)	Kategori
X3.1	205	250	4,10	82	Setuju
X3.2	213	250	4,26	85,2	Sangat Setuju
X3.3	207	250	4,14	82,8	Setuju

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Keterangan :

X3.1 = Desain kemasan tape ketan hitam menarik perhatian saya.

X3.2 = Kemasan tape ketan hitam mudah dibuka dan digunakan

X3.3 = Kemasan tape ketan hitam mampu melindungi produk dengan baik sampai ke tangan saya.

Tabel 13, menunjukkan hasil pengukuran terhadap indikator-indikator variabel kemasan (X3) sebagai salah satu faktor perilaku kepuasan konsumen. Indikator X3.1 memperoleh total skor 205 dari skor maksimum 250, dengan nilai rata-rata 4,10 dan persentase sebesar 82%, termasuk dalam kategori Setuju. Indikator X3.2 memperoleh total skor 213, nilai rata-rata 4,26 dan persentase 85,2%, juga berada pada kategori Sangat Setuju. Sementara itu, indikator X3.3 memiliki total skor 207, nilai rata-rata 4,14, dan persentase 82,8%, yang termasuk dalam kategori Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian sangat baik terhadap desain kemasan, kemudahan penggunaan, dan kemampuan kemasan dalam melindungi produk, yang menjadi bagian dari faktor kemasan dalam membentuk kepuasan konsumen terhadap tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

Berdasarkan hasil uji deskriptif yang disajikan pada Tabel 13, hipotesis ketiga **diterima**, karena kemasan “Kedai Ikhsan” dinilai baik oleh konsumen, terbukti dari nilai rata-rata skor yang menunjukkan kategori baik pada setiap indikator kemasan yang memenuhi harapan konsumen.

Harga

Tabel 14. Pengukuran Variabel Harga (X4) Sebagai Faktor Perilaku Kepuasan Konsumen

Indikator	Total Skor	Skor Maksimum	Skor likert Rata – rata (1–5)	Persentase (%)	Kategori
X4.1	207	250	4,14	82,8	Setuju
X4.2	209	250	4,18	83,6	Setuju
X4.3	194	250	3,88	77,6	Setuju

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Keterangan :

X4.1 = Harga tape ketan hitam terjangkau bagi saya.

X4.2 = Harga tape ketan hitam sesuai dengan kualitas yang saya dapatkan.

X4.3 = Saya merasa harga tape ketan hitam bersaing dibandingkan produk sejenis lainnya

Tabel 14, menunjukkan hasil pengukuran terhadap indikator-indikator variabel harga (X4) sebagai salah satu faktor perilaku kepuasan konsumen. Indikator X4.1 memperoleh total skor 207 dari skor maksimum 250, dengan nilai rata-rata 4,14 dan persentase sebesar 82,8%, termasuk dalam kategori Setuju. Indikator X4.2 memperoleh total skor 209, nilai rata-rata 4,18 dan persentase 83,6%, juga berada pada kategori Setuju. Sementara itu, indikator X4.3 memiliki total skor 194, nilai rata-rata 3,88, dan persentase 77,6%, yang berada pada kategori Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum responden menilai harga tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” terjangkau, sesuai dengan kualitas yang diterima, serta cukup bersaing dengan produk sejenis lainnya, sehingga harga menjadi salah satu faktor yang turut memengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji deskriptif yang disajikan pada Tabel 14, hipotesis keempat **diterima**, karena harga “Kedai Ikhsan” dinilai baik oleh konsumen, terbukti dari nilai rata-rata skor yang menunjukkan kategori baik pada setiap indikator harga.

Uji Regresi Liner Berganda

Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikan 5% atau apabila nilai signifikansi (sig. 2-tailed) $< 0,05$. Nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan bahwa hubungan antara skor item pertanyaan dengan skor total variabel adalah signifikan secara statistik, artinya item tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian, hasil uji validitas yang memiliki sig. $< 0,05$ dapat dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis.

Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 17. Hasil Uji Validitas kepuasan konsumen terhadap tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

Indikator Pengukuran	Item Pertanyaan	Person Correlation	Nilai Signifikan	Keterangan
Kepuasan Konsumen	Y1	0,739	0,001	Valid
	Y2	0,745	0,001	Valid
	Y3	0,845	0,001	Valid
	Y4	0,773	0,001	Valid

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 17**, seluruh item pertanyaan variabel kepuasan konsumen (Y1, Y2, Y3, Y4) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,739 hingga 0,845, dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05.

Kualitas produk (X1)

Tabel 18. Hasil Uji Validitas kepuasan konsumen tape ketan hita “Kedai Ikhsan” terhadap kualitas produk (X1).

Indikator Pengukuran	Item Pertanyaan	Person Correlation	Nilai Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,801	0,001	Valid
	X1.2	0,882	0,001	Valid
	X1.3	0,755	0,001	Valid

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 18**, seluruh item pertanyaan variabel kualitas produk (X1.1, X1.2, X1.3) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,755 hingga 0,882, dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05.

Pelayanan (X2)

Tabel 19. Hasil Uji Validitas kepuasan konsumen tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” terhadap pelayanan (X2).

Indikator Pengukuran	Item Pertanyaan	Person Correlation	Nilai Signifikan	Keterangan
Pelayanan	X2.1	0,760	0,001	Valid
	X2.2	0,844	0,001	Valid
	X2.3	0,833	0,001	Valid

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 19**, seluruh item pertanyaan variabel pelayanan (X2.1, X2.2, X2.3) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,760 hingga 0,844, dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05.

Kemasan (X3)

Tabel 20. Hasil Uji Validitas kepuasan konsumen tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” terhadap kemasan (X3).

Indikator Pengukuran	Item Pertanyaan	Person Correlation	Nilai Signifikan	Keterangan
Kemasan	X3.1	0,829	0,001	Valid
	X3.2	0,814	0,001	Valid
	X3.3	0,853	0,001	Valid

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 20**, seluruh item pertanyaan variabel kemasan (X3.1, X3.2, X3.3) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,814 hingga 0,853, dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05.

Harga (X4)

Tabel 21. Hasil Uji Validitas kepuasan konsumen tape ketan hita “Kedai Ikhsan” terhadap harga (X4)

Indikator Pengukuran	Item Pertanyaan	Person Correlation	Nilai Signifikan	Keterangan
Harga	X4.1	0,710	0,001	Valid
	X4.2	0,798	0,001	Valid
	X4.3	0,750	0,001	Valid

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 21**, seluruh item pertanyaan variabel harga (X4.1, X4.2, X4.3) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,710 hingga 0,798, dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05.

Uji Reabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur realibel kuesioner. Kuesioner disebar ke 60 responden untuk menguji item pertanyaan. Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai alpha > 0,60 pada tingkat signifikan 5%.

Tabel 22. Hasil Uji Realibilitas Kepuasan Konsumen pada tape ketan hitam “ Kedai Ikhsan”.

Uraian	Nilai
Coronbach’s Alpa	0,920
Keterangan	Reliabel

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 22**, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS 27 diperoleh nilai coronbach’s Alpa senilai 0,920 yang artinya data tersebut dapat disimpulkan seluruh pertanyaan angket dinyatakan reliabel karena nilai coronbach’s alpa lebih besar dari 0,60 dengan taraf signifikan 5%.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk memulai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel tersebut normal atau tidak. Variabel dikatakan berdistribusi normal apabila singnifikan $\geq 0,05$.

Tabel 23. Hasil Uji Normalitas Kepuasan Konsumen pada tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

Uraian	Nilai
Asymp. Sig.(2-tailed)	0,075
Alpha	0,05

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 23**, diketahui bahwa nilai signifikan Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,075 yang artinya > dari 0,005.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu: kualitas produk (X1), pelayanan (X2), kemasan (X3), dan harga (X4), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

Tabel 24. Hasil Uji Determinasi (R^2) Kepuasan konsumen pada usaha tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

No.	Model Summary	Nilai
1.	Koefisien Korelasi (R)	0,821
2.	Koefisien Determinasi (R^2)	0,674
3.	Standar Error	1,21851

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 24**, menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi nilai R^2 adalah 0,674 (67,4%) hal ini berarti bahwa kemampuan variabel independent dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 63,6% sedangkan sisanya 32,6 % diterangkan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji Simultan (Uji-F)

Uji-F digunakan untuk menguji signifikansi model regresi yaitu menguji apakah variabel perilaku konsumen (X) berpengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pembelian (Y) dengan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil Uji-F pada penelitian ini dapat dilihat pada **Tabel 25**.

Tabel 25. Hasil Uji F (Simultan) pengaruh kepuasan Konsumen pada tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

Model	F Hitung	Sig.	Keterangan
Regression	34.502	0,001	Signifikan
Residual			

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 25**, menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kualitas produk, pelayanan, kemasan dan harga (X) terhadap kepuasan konsumen pada tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” diperoleh sebesar $0,001 < 0,05$.

Uji Persial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menguji signifikansi model regresi yaitu menguji apakah variabel kualitas produk, pelayanan, kemasan dan harga (X) berpengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) dengan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil Uji-t pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 26. Hasil Uji-t (Persial) kepuasan konsumen pada tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

No.	Variabel Bebas	t Hitung	Sig.	Keterangan
1.	(Constant)	2.012	0,050	Signifikan
2.	Kepuasan Produk	2.533	0,015	Signifikan
3.	Pelayanan	2,043	0,047	Signifikan
4.	Kemasan	4,541	0,001	Signifikan
5.	Harga	2,815	0,007	Signifikan

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 26**, menunjukkan bahwa hasil uji-t (Parsial) diatas untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent secara persial terhadap variabel dependent.

Berdasarkan hasil uji deskriptif yang ditampilkan pada tabel pengukuran variabel kepuasan konsumen, serta hasil uji validitas, reliabilitas, normalitas, determinasi, uji F, dan uji t, hipotesis pada rumusan masalah kelima diterima. Hal ini karena tingkat kepuasan konsumen terhadap tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” tergolong tinggi, yang ditunjukkan oleh skor rata-rata penilaian konsumen berada pada kategori puas hingga sangat puas, serta secara statistik variabel kualitas produk, pelayanan, kemasan, dan harga terbukti berpengaruh **signifikan** terhadap kepuasan konsumen

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Proses produksi tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” meliputi pemilihan beras ketan hitam berkualitas, pencucian, perendaman 3–4 jam, pengukusan dua tahap, pendinginan, penaburan ragi, fermentasi tiga hari, serta pengemasan yang menarik dan fungsional. Konsumen sangat puas terhadap kualitas produk dengan skor rasa 84%, tekstur 81,2%, dan aroma 84,8%. Kemasan dinilai positif dengan skor desain 82%, kemudahan penggunaan 85,2%, dan perlindungan produk 82,8%. Pelayanan mendapatkan skor baik pada keramahan, kecepatan, dan ketepatan informasi, namun regresi menunjukkan pengaruh negatif karena ketidakkonsistenan saat jam sibuk. Harga dianggap terjangkau (82,8%), sesuai kualitas (83,6%), dan cukup bersaing (77,6%), sehingga berkontribusi positif terhadap kepuasan. Secara simultan, kualitas produk, kemasan, pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan dengan R^2 67,2%, sementara secara parsial kualitas produk, kemasan, dan harga berpengaruh positif kuat, dan pelayanan memerlukan peningkatan karena menunjukkan pengaruh negatif. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, pengelola “Kedai Ikhsan” perlu menjaga kualitas rasa, tekstur, dan aroma produk, meningkatkan konsistensi pelayanan terutama saat jam sibuk, serta melakukan inovasi pada desain dan fungsi kemasan agar lebih menarik dan aman. Promosi berkala dan perluasan jaringan pemasaran perlu dilakukan untuk menjangkau lebih banyak konsumen dan memperkuat loyalitas. Evaluasi dan survei kepuasan secara rutin juga penting agar perbaikan produk dan layanan selalu sesuai dengan kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S., & Rahman, A. (2021). Traditional Fermented Foods of Indonesia: Processes and Prospects. *Journal of Food Science*, 45(2), 78-92.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kopi pada aplikasi online dimasa pandemi covid-19. *KELOLA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 9-16.
- Munizu, M. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Di Sulawesi Selatan. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 12(1), 33-41.
- Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 65-74.
- Sari, N. (2023). Analisis Kualitas Tape Ketan Hitam dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ilmu Pangan dan Kesehatan*, 7(2), 112-120.
- Silalahi, M. V. (2020). Pengembangan Media E-Learning pada Kimia Dasar Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa. *Jurnal Pedagogi dan Pembelajaran*, 3(3), 516-524.
- Widayanto, M. T., Haris, A., & Syarifah, L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Pada PT Pos Indonesia Cabang Probolinggo). *Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 29-40..
- Wisanggeni, P. D., Hartiati, A., & Sadyasmara, C. A. B. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di “Waroeng Kampoeng” Jimbaran menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Potential Gain Customer Value (PGCV). *Jurnal Rekeyasa Dan Manajemen Agroindustri*, 8(4), 535.