

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN VARIASI MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UMKM SAMBEL PAWON MBAH TUN DI KOTA KEDIRI

**Lutvi Prastika Andriani, Edi Murdiyanto, Agung Pambudi Mahaputra**

Manajemen/Ekonomi, Universitas Islam Kediri

[lutviprastika17@gmail.com](mailto:lutviprastika17@gmail.com) , [edimurdiyanto@uniska-kediri.ac.id](mailto:edimurdiyanto@uniska-kediri.ac.id) ,  
[agungpramudi@uniska-kediri.ac.id](mailto:agungpramudi@uniska-kediri.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Pawon Mbah Tun Kota Kediri. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk, kemasan, dan variasi menu terhadap kepuasan konsumen. Jumlah sampel 93 responden dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis berupa uji t, uji f, dan uji R<sup>2</sup>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel kemasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel variasi menu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta variabel kualitas produk, kemasan, dan variasi menu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Kemasan, Variasi Menu, Kepuasan Konsumen

### Abstract

*This research was conducted at Pawon Mbah Tun Kediri City. This type of research is quantitative with a causal associative approach. The purpose of this study was to determine whether there is an effect of product quality, packaging, and menu variations on customer satisfaction. The sample size was 93 respondents with purposive sampling technique. The analysis techniques used are instrument test, classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis testing in the form of t test, f test, and R<sup>2</sup> test. The results showed that the product quality variable partially had a significant effect on customer satisfaction, the packaging variable partially had a significant effect on customer satisfaction, the menu variation variable partially had a significant effect on customer satisfaction, and the variables of product quality, packaging, and menu variations simultaneously had a significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords :** Product Quality, Packaging, Menu Variety, Consumer Satisfaction

### 1. Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, persaingan sangat ketat di antara perusahaan-perusahaan untuk memastikan kepuasan pelanggan. Akibat dari persaingan yang ketat tersebut menyebabkan perusahaan berlomba-lomba untuk menjadi perusahaan yang kompetitif dan menguntungkan. Bisnis kuliner UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia saat ini merupakan sektor yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian negara. Indonesia memiliki berbagai macam kuliner yang menggugah selera dan khas budaya yang sangat

beragam. Keberagaman menjadi salah satu karakteristik utama pada bisnis kuliner UMKM di Indonesia. Bisnis UMKM sambal instan atau sambal siap makan di Indonesia memiliki daya tarik minat konsumen yang tinggi karena produk sambal instan memiliki ciri khas yang praktis dan mudah dibawa kemana-mana.

Gaya hidup yang semakin sibuk dan mobilitas yang tinggi mendorong akan permintaan produk makanan cepat saji dan mudah disiapkan. Sambal instan menjadi pilihan yang populer karena memberikan rasa yang autentik sambal Indonesia tanpa perlu repot-repot membuatnya dari awal. Sambal instan tahan lama adalah sebuah produk inovasi yang menjawab semua kebutuhan konsumen akan kemudahan menyimpan maupun mendapatkan hidangan pedas tanpa kehilangan cita rasa dan kualitas. Produk sambal instan ini sering kali hadir dengan berbagai varian rasa dan tingkat kepedasan. Produk sambal instan melakukan sebuah inovasi dalam menciptakan kombinasi rasa yang unik serta tingkat kepedasan yang berbeda-beda disesuaikan dengan selera konsumen menjadi faktor penentu keberhasilan produk. Salah satu keunggulan dari sambal instan ini adalah keterjangkauan serta kemudahan dalam penggunaannya. Konsumen dapat menyimpan produk ini dan menggunakannya kapan saja tanpa perlu rasa khawatir akan masa kadaluarsa.

Sebagian produsen sambal instan masih menggunakan metode produksi konvensional yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi modern. Penggunaan teknologi dalam proses produksi, seperti otomatisasi dapat meningkatkan efisiensi dan konsistensi produk, memungkinkan produsen untuk memenuhi permintaan pasar dengan lebih baik. Meskipun sambal instan telah menjadi bagian dari pola makan sebagian masyarakat, masih ada segmen pasar yang belum sepenuhnya terjangkau. Edukasi terkait keunggulan dan keamanan produk sambal instan akan membantu produsen memperluas pangsa pasar.

Pawon Mbah Tun merupakan sebuah perusahaan sambal instan yang beralamat di Kelurahan Banaran RT/13 RW/05 No.55, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2020 saat pandemi Covid-19. Ibu Nur adalah pemilik perusahaan Pawon Mbah Tun dan beliau sudah memiliki 5 karyawan untuk membantu proses pembuatan dan pemasaran produk sambal instannya. Produk sambal ini tersedia di *offline* dan *online store*. Untuk *online store* sendiri pemilik dari Sambel Pawon Mbah Tun ini hanya menggunakan Shopee sebagai tempat pemasarannya. Peneliti hanya berfokus pada *offline store* saja karena penelitian hanya mencakup wilayah Kelurahan Banaran.

Saat ini Pawon Mbah Tun sedang mengalami tingkat penurunan penjualan produk karena mengetahui bahwa terdapat ketidakpuasan konsumen akan produk yang disediakan oleh produsen. Melihat permasalahan tersebut Pawon Mbah Tun mulai memikirkan cara agar penjualan dapat meningkat melalui peningkatan kualitas produk dan memahami kebutuhan konsumen guna meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti sampaikan dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen sangat berpengaruh pada hasil penjualan produk sambal instan dari Pawon Mbah Tun.

Berdasarkan obesrvasi pendahuluan yang peneliti lakukan pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun di Kota Kediri, ditemukan masing-masing permasalahan terkait variabel bebas yang peneliti ambil yaitu tentang pengaruh kualitas produk, kemasan, dan variasi menu. Kualitas produk pada Sambel Pawon Mbah Tun yang kurang seperti ketidaksesuaian pada daya tahan produk, kemasan yang kurang menarik dari segi bentuk sehingga konsumen terkadang merasa kurang puas, dan variasi menu yang terdapat pada produk Sambel Pawon Mbah Tun kurang dari segi rasa maupun aromanya yang menjadikan konsumen kurang yakin dengan produk tersebut.

## 2. Tinjauan Pustaka

## Kualitas Produk

Menurut Wardana (2017) “produk adalah keseluruhan proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen”. Menurut Tjiptono (2015) "Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada bisnis untuk dilihat, diinginkan, dibeli, dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan bisnis tersebut." Kualitas produk adalah fisik, produk, dan kinerja produk (termasuk produk dan layanan). Hal ini didasarkan pada peningkatan daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, layanan, perbaikan berkualitas, dan produk lain yang memenuhi kepuasan dan kebutuhan pelanggan. Kotler & Amstrong (2012) Jelaskan bahwa produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke toko untuk dilihat, ditemukan, dipegang, atau digunakan yang akan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Kusuma, N.P., Suyadi, I., & Abdillah (2014) “produk yaitu semua yang dapat disediakan ke pasar guna memperoleh sebuah perhatian, permintaan, penggunaan atau konsumsi konsumen untuk mendapat sebuah kepuasan”. Kotler & Amstrong (2012) mengasumsikan bahwa “kualitas produk merupakan sebuah karakteristik dari produk maupun jasa yang menanggung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen”. Menurut Kotler, P. & Keller (2012) kualitas produk dapat diukur melalui hal-hal berikut:

- 1) Bentuk (*form*)
- 2) Fitur (*feature*)
- 3) Penyesuaian (*customization*)
- 4) Kualitas kinerja (*performance quality*)
- 5) Kualitas kesesuaian (*conformance quality*)
- 6) Ketahanan (*durability*)
- 7) Keandalan (*reliability*)
- 8) Kemudahan perbaikan (*repairability*)
- 9) Gaya (*style*)
- 10) Desain (*design*)

## Kemasan

Kemasan adalah pembungkus sebuah produk untuk mencegah terjadinya suatu kerusakan pada produk tersebut. Menurut Kotler, P. & Keller (2016) "Pengemasan adalah bisnis yang diciptakan oleh satu orang untuk mengendalikan harga pasar dan mempromosikan penjualan.". Pengaruh kemasan terhadap konsumen adalah dapat menarik atau tidak menarik bagi konsumen. Perusahaan selalu berusaha untuk membuat pelanggan merasa nyaman dengan produk mereka, dan mereka berusaha membuat kemasan mereka berbeda dari produk sejenis sehingga pelanggan dapat membedakan produk dari perusahaan atau produk yang dibuat oleh perusahaan pesaing. Kemasan juga merupakan bagian pertama yang berinteraksi dengan konsumen. Terdapat beberapa jenis kemasan, yaitu kemasan primer, kemasan sekunder, dan kemasan tersier.

Menurut Kotler (2007) terdapat beberapa indikator kemasan, yaitu:

- 1) Warna (*Color*)
- 2) Bahan (*Material*)
- 3) Ukuran (*Size*)
- 4) Logo (*Brand*)

## Variasi Menu

Variasi menu adalah keseluruhan menu atau produk dengan berbagai macam jenis yang berbeda-beda dengan tujuan untuk memikat minat beli konsumen. Menurut Kotler (2005) "Beraneka ragam adalah kumpulan produk atau produk yang berbeda yang ditawarkan

penjual kepada pembeli." Diversifikasi produk adalah kesempatan untuk meningkatkan atau memperluas jangkauan produk yang diproduksi atau dijual. Pemilik bisnis sering menggunakan surat konversi untuk menarik pelanggan.

Menurut Kotler (2005) terdapat beberapa variasi menu/variasi produk, yaitu:

- 1) Macam-macam Produk
- 2) Variasi Ukuran Produk
- 3) Variasi Kualitas produk

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler (2005) "Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan antara perasaan seseorang terhadap kinerja (manfaat) suatu produk dengan harapan-harapannya.". Menurut Kotler, P. & Keller (2012) Kepuasan mengacu pada persepsi seseorang terhadap kinerja produk (hasil) relatif terhadap harapan. Jika produk tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa tidak puas dan kecewa. Jika produk memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan akan senang jika produk berkinerja lebih baik dari yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2016) terdapat beberapa indikator kepuasan konsumen, yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat beli kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan
- 4) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama
- 5) Menciptakan citra merek

### **3. Metode**

Berdasarkan analisis serta data dari penelitian ini, jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Dari hasil olah data menggunakan software SPSS, hasil tersebut akan dijelaskan atau dideskripsikan. Lokasi penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah UMKM sambal instan Pawon Mbah Tun yang terletak di Kelurahan Banaran Gang Baru Timur No.61 Kecamatan Pesantren Kota Kediri. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sambal instan Pawon Mbah Tun, dengan sampel konsumen yang ditemui dan cocok untuk menjadi sumber data peneliti sebanyak 93 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria sekurang-kurangnya satu kali membeli produk sambal instan Pawon Mbah Tun.

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan pengambilan sampel berdasarkan rumus Yamane dan Isaac and Michael, dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Berdasarkan rumus dan keterangan yang telah diuraikan di atas, maka diperoleh sampel pada penelitian ini sebesar:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{1400}{1 + 1400 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{1400}{15}$$

$n = 93,33$  dibulatkan menjadi 93 responden.

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 93 sampel. Data dikumpulkan dengan cara penyebaran kuesioner. Data yang didapatkan akan dianalisa dengan teknik analisa data Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi

Klasik (Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas), Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji f), dan Uji Koefisien Determinasi.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1 Hasil Olah Data

#### Uji Validitas

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Item	r-hitung	Sig.	Keterangan
X1.1	0,629	0,000	Valid
X1.2	0,617	0,000	Valid
X1.3	0,796	0,000	Valid
X1.4	0,745	0,000	Valid
X1.5	0,787	0,000	Valid
X1.6	0,778	0,000	Valid
X1.7	0,764	0,000	Valid
Item	r-hitung	Sig.	Keterangan
X2.1	0,848	0,000	Valid
X2.2	0,860	0,000	Valid
X2.3	0,762	0,000	Valid
Item	r-hitung	Sig.	Keterangan
X3.1	0,868	0,000	Valid
X3.2	0,888	0,000	Valid
Item	r-hitung	Sig.	Keterangan
Y.1	0,809	0,000	Valid
Y.2	0,860	0,000	Valid
Y.3	0,885	0,000	Valid
Y.4	0,846	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas pada variabel Kualitas Produk (X1), Kemasan (X2), Variasi Menu (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y) dikatakan valid karena nilai signifikansi yang didapatkan dibawah 0,05 dari batas uji validitas.

#### Uji Reliabilitas

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X1)	0,780	Reliabel
2.	Kemasan (X2)	0,836	Reliabel
3.	Variasi Menu (X3)	0,882	Reliabel
4.	Kepuasan Konsumen (Y)	0,829	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa setiap variabel yaitu Kualitas Produk, Kemasan, Variasi Menu, dan Kepuasan Konsumen mempunyai nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka hasil uji reliabilitas keseluruhan variabel dikatakan reliabel atau dapat dipercaya.

#### Uji Normalitas

**Tabel 4.3**

### Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

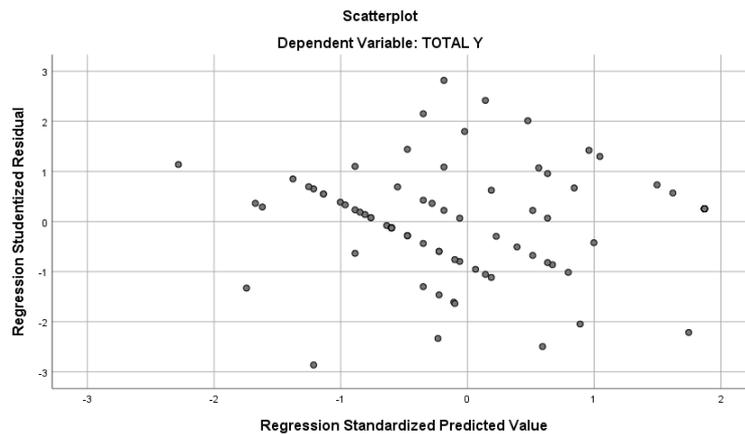
Nilai Asymp Sig. (-2 tailed)	Taraf Sig.	Keterangan
0,055	0,05	NORMAL

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui hasil uji normalitas pada variabel Kualitas Produk, Kemasan, Variasi Menu, dan Kepuasan Konsumen berdistribusi normal dengan nilai uji Exact 0,055. Uji normalitas dapat dikatakan normal apabila nilai Asymp Sig. (-2tailed) melebihi 0,05.

### Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar 4.1 dapat diketahui hasil uji heteroskedastisitas pada variabel Kualitas Produk, Kemasan, Variasi Menu, dan Kepuasan Konsumen tidak terjadi heteroskedastisitas karena terlihat bahwa plot menyebar secara acak di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Regression Standardized Predicted Value.

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

No.	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X1)	0,383	2,614	Tidak terjadi multikolinieritas
2.	Kemasan (X2)	0,434	2,307	Tidak terjadi multikolinieritas
3.	Variasi Menu (X3)	0,523	1,913	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui hasil uji multikolinieritas pada variabel Kualitas Produk, Kemasan dan Variasi Menu tidak terjadi multikolinieritas. Kriteria dari uji multikolinieritas sendiri yaitu, apabila nilai VIF kurang dari 10 maka tidak akan terjadi multikolinieritas dan kritesia pengambilan keputusan untuk nilai Tolerance adalah jika nilai Tolerance melebihi 0,10 maka dapat dikatakan persamaan bebas dari gejala multikolinieritas.

### Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Variabel	Regresi (B)
Kualitas Produk (X1)	0,180

Kemasan (X2)	0,416
Variasi Menu (X3)	0,528
Konstanta (a)	1,895

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = 1,895 + 0,180X_1 + 0,416X_2 + 0,528X_3$$

Dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) = 1,895 yang berarti apabila kualitas produk, kemasan, dan variasi menu mengalami kenaikan atau perubahan maka besarnya kepuasan konsumen sebesar 1,895 satuan.
- 2) Koefisien regresi X1 (b1) = 0,180 yang berarti, jika kualitas produk naik atau meningkat sebanyak satu satuan, maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 0,180 satuan, dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain konstan atau tetap (tidak berubah).
- 3) Koefisien regresi X2 (b2) = 0,416 yang berarti, jika kemasan naik atau meningkat sebanyak satu satuan, maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan atau kenaikan sebesar 0,416 satuan, dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya konstan atau tetap (tidak berubah).
- 4) Koefisien regresi X3 (b3) = 0,528 yang berarti, jika variasi menu naik atau meningkat sebanyak satu satuan, maka kepuasan konsumen juga akan mengalami kenaikan atau peningkatan sebesar 0,528 satuan, dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain konstan atau tetap (tidak berubah).

## Uji T

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji T**

Variabel	Sig-t	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,015 < 0,05	$H_{a1}$ diterima $H_0$ ditolak
Kemasan (X2)	0,002 < 0,05	$H_{a2}$ diterima $H_0$ ditolak
Variasi Menu (X3)	0,001 < 0,05	$H_{a3}$ diterima $H_0$ ditolak

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui hasil uji T (uji secara parsial) pada variabel Kualitas Produk, Kemasan, dan Variasi Menu terhadap variabel Kepuasan Konsumen, yaitu pada nilai probabilitas (sig-t) variabel Kualitas Produk (X1) sebesar  $0,015 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima atau bisa dikatakan ada pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun. Nilai probabilitas (sig-t) pada variabel Kemasan (X2) sebesar  $0,002 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima atau dapat dikatakan ada pengaruh secara parsial kemasan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun. Nilai probabilitas (sig-t) pada variabel Variasi Menu (X3) sebesar  $0,001 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima atau dapat dikatakan ada pengaruh secara parsial variasi menu terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun.

## Uji F

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji F**

Sig-F	Keterangan
0,000 < 0,05	$H_{a4}$ diterima $H_0$ ditolak

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui hasil uji F pada variabel Kualitas Produk, Kemasan, dan Variasi Menu terhadap Kepuasan Konsumen, yaitu nilai probabilitas (sig-f) sebesar  $0,000 < 0,05$  yang mempunyai arti ada pengaruh secara simultan variabel kualitas produk, kemasan, dan variasi menu terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambel Pawon Mbah Tun.

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Nilai Korelasi (R)	Nilai Koefisien Deterinasi ( $R^2$ )
0,782	0,612

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui hasil uji koefisien korelasi (R) dengan nilai sebesar 0,782 artinya memiliki hubungan yang kuat antara variabel independen yang terdiri dari kualitas produk, kemasan, dan variasi menu terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Nilai ( $R^2$ ) sebesar 0,612 mempunyai arti kepuasan konsumen pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun dipengaruhi oleh kualitas produk, kemasan, dan variasi menu sebesar 61,2% dan 38,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

### 4.2 Pembahasan Interpretasi Hasil

#### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun

Hasil pengujian hipotesis yang pertama menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan hasil hitung yang telah dilakukan dan memperoleh taraf signifikansi sebesar  $0,015 < 0,05$ . Taraf signifikansi tersebut memiliki arti variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambel Pawon Mbah Tun. Hasil dari penelitian ini sudah selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh [10], menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### Pengaruh Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun

Hasil pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa kemasan (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan hasil hitung yang telah dilakukan dan memperoleh taraf signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Taraf signifikansi tersebut memiliki arti variabel kemasan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun. Hasil pada penelitian ini sudah selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh [11] mengemukakan bahwa kemasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### Pengaruh Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun

Hasil pengujian hipotesis yang ketiga menunjukkan bahwa variasi menu (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan hasil hitung yang telah dilakukan dan memperoleh taraf signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Taraf signifikansi tersebut memiliki arti variabel variasi menu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun. Hasil pada penelitian ini sudah selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh [12] pada penelitian tersebut menyatakan bahwa variasi menu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun**

Hasil pengujian hipotesis yang keempat menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), kemasan (X2), dan variasi menu (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan hasil hitung yang telah dilakukan dan memperoleh taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Taraf signifikansi tersebut memiliki arti variabel kualitas produk (X1), kemasan (X2), dan variasi menu (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada UMKM Sambel Pawon Mbah Tun.

### **5. Kesimpulan dan Saran**

#### **Kesimpulan**

Secara parsial variabel kualitas produk (X1) dapat disimpulkan, bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara parsial variabel kemasan (X2) dapat disimpulkan, bahwa kemasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara parsial variabel variasi menu (X3) dapat disimpulkan, bahwa variasi menu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara simultan variabel kualitas produk (X1), kemasan (X2), dan variasi menu (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Kepuasan konsumen yang dimaksud seperti kesesuaian harapan konsumen terkait kualitas produk, kemasan, dan variasi menu yang tersedia di Pawon Mbah Tun, kesesuaian harapan tersebut akan memunculkan rasa minat beli kembali pada konsumen.

#### **Saran Bagi Perusahaan**

Bagi pihak perusahaan Pawon Mbah Tun sebaiknya lebih meningkatkan lagi kualitas pengemasan produk agar lebih meminimalisir kerusakan atau kebocoran produk. Kemudian perusahaan harus lebih memperluas untuk pemasaran melalui *offline* agar lebih dikenal oleh konsumen baru. Lebih mengembangkan atau lebih menginovasikan variasi baru agar konsumen lebih tertarik dengan banyaknya variasi menu yang disediakan.

#### **Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar lebih mengembangkan penelitian ini melalui pengembangan variabel lain diluar dari penelitian ini yang berkaitan dengan kepuasan konsumen guna mengetahui lebih banyak dan lebih jelas mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

#### **Daftar Pustaka**

- [1] W. Wardana, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2017.
- [2] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andy Offset, 2015.
- [3] G. A. Philip Kotler, *Principle of Marketing*, Edisi 14. Published by Prentice Hall, 2012.
- [4] Y. Kusuma, N.P., Suyadi, I., & Abdillah, "Analyzing The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Indonesian SMEs (Case Study on the Customer of Batik Bojonegoro Marely Jaya)," *J. Adm. Bisnis*, vol. Vol.14 No., 2014.
- [5] K. L. Kotler, P. & Keller, *Manajemen Pemasaran [Marketing Management]*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [6] K. L. Kotler, P. & Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: PT. Index, 2016.
- [7] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga, 2007.
- [8] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005.
- [9] F. Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andy Offset, 2016.
- [10] E. Asti and E. Ayuningtyas, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan

- Harga Terhadap Kepuasan Konsumen,” *EKOMABIS J. Ekon. Manaj. Bisnis*, vol. 1, no. 01, pp. 1–14, 2020, doi: 10.37366/ekomabis.v1i01.2.
- [11] Y. H. Murdjono, H. Aribowo, and A. Jondar, “Pengaruh Harga , Cita Rasa , Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Canteen Anugerah School Sidoarjo,” vol. 10, no. 2, pp. 575–588, 2023.
- [12] M. M. Sihombing, M. H. Arifin, and M. Maryono, “Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin,” *Smart Bus. J.*, vol. 1, no. 1, p. 26, 2022, doi: 10.20527/sbj.v1i1.12787.