ISSN : 2598–3814 (Online), ISSN : 1410–4520 (Cetak)

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINYAK GORENG KEMASAN "MINYAKITA" DI DESA SUKA MAKMUR, KECAMATAN GUNUNG MERIAH, KABUPATEN ACEH SINGKIL, ACEH

M. Gilang Wiradhan, Mahrani Arfah, Wirda Novarika AK
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Sumatera Utara
Mahrani.arfah@ft.uisu.ac.id; wirda@ft.uisu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui skor tingkat kepuasan konsumen minyak goreng 'Minyakita' terhadap harga, kualitas, ketersediaan, dan kemasan di Desa Suka Makmur, mengetahui pengaruh faktor harga, kualitas, ketersediaan, dan kemasan secara simultan maupun parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen minyak goreng Minyakita di Desa Suka Makmur, mengetahui faktor di antara harga, kualitas, ketersediaan, dan kemasan yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis data menggunakan JASP. Hasil yang di dapat adalah skor variable harga (X1) diperoleh nilai t_{hitung}sebesar -0,984 sementara t_{tabel}1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0,328 > 0.05 atau t_{hitung} -0,984 < t_{tabel} 1,984. Skor variable kualitas (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,004 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0,997 > 0.05 atau t_{hitung} -0,004 < t_{tabel} 1,984. Skor variabel kemasan (X3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,184 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0.854 > 0.05 atau t_{hitung} -0,184 < t_{tabel} 1,984.Skor Variabel ketersediaan (X4) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,345 sementara t_{tabel}1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0,731 > 0.05 atau t_{hitung} 0,345 < t_{tabel} 1,984. Karena hal ini, diperoleh kesimpulan tidak ada pengaruh yang signifikan atau paling dominan antara faktor harga, kualitas, kemasan, dan ketersediaan terhadap kepuasan konsumen di Desa Suka Makmur, Kecamatan Gunung Meriah, Kabupaten Aceh Singkil.

Kata-Kata Kunci : *JASP*, Kepuasan Konsumen, Kuantitatif, Minyakita, Minyak Goreng

I. Pendahuluan

Minyak goreng merupakan salah satu dari sembilan bahan kebutuhan pokok (sembako) yang memegang peranan vital dalam struktur konsumen masyarakat Indonesia. Fungsinya yang esensial dalam pengolahan makanan sehari-hari, mulai dari menumis hingga menggoreng, menjadikannya komoditas strategis yang ketersediaan dan stabilitas harganya berdampak langsung terhadap ketahanan pangan dan kesejahteraan rumah tangga. Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia menghadapi tantangan signifikan terkait fluktuasi harga minyak goreng yang disebabkan oleh berbagai faktor, baik di tingkat global maupun domestik, seperti dinamika harga minyak sawit mentah (*Crude Palm Oil* - CPO) dan isu distribusi.

Menanggapi gejolak harga dan kelangkaan pasokan minyak goreng di pasar, Pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Perdagangan meluncurkan program MinyaKita pada pertengahan tahun 2022. MinyaKita adalah merek minyak goreng curah yang dikemas secara sederhana dengan tujuan untuk menstabilkan harga dan memastikan ketersediaan pasokan bagi masyarakat luas. Program ini diimplementasikan dengan skema *Domestic Market Obligation* (DMO) dan *Domestic Price Obligation* (DPO) bagi para produsen.

Kehadiran MinyaKita di tengah masyarakat, termasuk di wilayah perdesaan seperti Desa Suka Makmur, Kecamatan Gunung meriah, kabupaten Aceh Singkil, Provinsi Aceh, menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti. Kepuasan konsumen merupakan kunci dari keberlanjutan suatu produk di pasar. Menurut (Kotler & Keller, 2016), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dirasakan terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja produk di bawah ekspektasi, konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja sesuai atau melebihi ekspektasi, konsumen akan merasa puas atau bahkan sangat puas.

Alasan dipilihnya Desa Suka Makmur, Kecamatan Gunung Meriah, Kabupaten Aceh Singkil, Povinsi Aceh sebagai lokasi penelitian karena merepresentasikan karakteristik komunitas perdesaan yang sensitif terhadap perubahan harga kebutuhan pokok. Analisis terhadap tingkat kepuasan konsumen di Desa Suka Makmur, Kecamatan Gunung Meriah, Kabupaten Aceh Singkil, Povinsi Aceh akan berfokus pada beberapa atribut krusial seperti harga, kualitas (warna, aroma, dan kejernihan), ketersediaan produk di tingkat pengecer, serta kemasan yang praktis dan informatif. Kehadiran Minyakita merupakan instrumen kebijakan pemerintah untuk menyubstitusi peredaran minyak goreng curah yang mulai dibatasi dan akan dihapus secara bertahap, menyusul fakta bahwa minyak curah dinilai kurang higienis, rentan terhadap praktik pengoplosan, serta tidak memenuhi standar perlindungan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang

konstruktif bagi pemerintah sebagai pembuat kebijakan dan produsen sebagai pelaksana program.

II. Tinjauan Pustaka

2.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan landasan fundamental yang membingkai penelitian ini. Konsep ini relevan karena kepuasan konsumen adalah tujuan akhir dari serangkaian aktivitas pemasaran yang efektif. Menurut salah satu ahli pemasaran terkemuka, definisi manajemen pemasaran adalah "seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul."(Kotler & Keller, 2016)

Dalam konteks yang lebih lokal, (Alma, 2018) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi semua program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Dari kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa inti dari manajemen pemasaran adalah memahami dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pasar sasaran. Peluncuran produk Minyakita oleh pemerintah dapat dipandang sebagai sebuah strategi pemasaran berskala nasional untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat akan minyak goreng yang terjangkau.

2.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah variabel sentral dalam penelitian ini. Tingkat kepuasan menjadi tolok ukur keberhasilan suatu produk dalam memenuhi ekspektasi penggunanya.

2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Secara konseptual, kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih setidaknya memberikan hasil (atau imbalan) yang sama atau melampaui harapan konsumen. (Tjiptono, 2019) menyatakan bahwa, "Kepuasan konsumen merupakan respons emosional atas evaluasi terhadap pengalaman konsumen suatu produk atau jasa". Definisi ini menekankan aspek emosional dan pengalaman yang dirasakan konsumen setelah menggunakan produk.

Definisi yang paling sering dirujuk dirumuskan (Kotler & Keller, 2016), yang mendefinisikan kepuasan sebagai "perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka". Model perbandingan antara ekspektasi (*E*) dan kinerja (*P*) ini dapat diklasifikasikan menjadi tiga level:

1. Jika $P < E$ (Kinerja < Ekspektasi), maka konsumen akan merasa tidak puas.
2. Jika $P = E$ (Kinerja = Ekspektasi), maka konsumen akan merasa puas.
3. Jika $P > E$ (Kinerja > Ekspektasi), maka konsumen akan merasa sangat puas atau senang.

Dalam penelitian ini, tingkat kepuasan konsumen Minyakita akan diukur berdasarkan persepsi mereka terhadap kinerja produk setelah mengonsumsinya, dibandingkan dengan harapan yang mereka miliki sebelumnya.

2.3 Tinjauan Umum Objek Penelitian

1. Minyak Goreng Kelapa Sawit

Minyak goreng merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok (sembako) yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia serta konsumen rumah tangga sehari-hari. Secara teknis, minyak goreng kelapa sawit adalah minyak yang diperoleh dari proses rafinasi (pemurnian) dan fraksinasi minyak sawit mentah (Crude Palm Oil atau CPO).

Menurut (Ketaren, 2012), minyak goreng berfungsi sebagai media penghantar panas, penambah rasa gurih, dan penambah nilai kalori pada bahan pangan. Kualitas minyak goreng kelapa sawit di Indonesia diatur berdasarkan (Badan Standardisasi Nasional, 2019), yang menetapkan parameter seperti kadar air, bilangan asam, kejernihan, dan kandungan vitamin A untuk menjamin keamanan konsumen.

Dalam konteks perilaku konsumen, minyak goreng terbagi menjadi dua kategori utama di pasar Indonesia: minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan (sederhana, premium). Pergeseran preferensi konsumen dari minyak curah ke minyak kemasan dipengaruhi oleh faktor higienitas, kepraktisan, dan jaminan kualitas yang lebih terstandarisasi (Pahan, 2012).

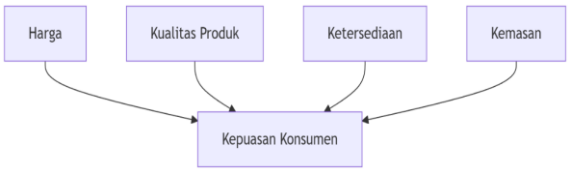
2. Program Minyak Goreng “Minyakita”

“Minyakita” adalah merek dagang minyak goreng yang diluncurkan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan (Kemendag). Program ini merupakan implementasi dari kebijakan Minyak Goreng Kemasan Rakyat (MGKR).

2.5 Kerangka Pikir

Berdasarkan landasan teori dan tinjauan penelitian terdahulu, kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut: Minyakita adalah produk hasil kebijakan pemerintah yang ditujukan untuk masyarakat. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk ini diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang melekat pada produk itu sendiri. Faktor-faktor tersebut adalah Harga (X1), Kualitas Produk (X2), Ketersediaan (X3), dan Kemasan (X4). Keempat variabel independen ini secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri diduga akan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

Model kerangka pikir dapat divisualisasikan dalam diagram berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H_1 : Diduga faktor harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Minyakita di Desa Suka Makmur.
- H_2 : Diduga faktor kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Minyakita di Desa Suka Makmur.
- H_3 : Diduga faktor ketersediaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Minyakita di Desa Suka Makmur.
- H_4 : Diduga faktor kemasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Minyakita di Desa Suka Makmur.
- H_5 : Diduga faktor harga, kualitas produk, ketersediaan, dan kemasan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Minyakita di Desa Suka Makmur.

III. Metodologi Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*) atau sering disebut juga penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen melalui data numerik yang akan dianalisis menggunakan metode statistik.

Jenis penelitian eksplanatori digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian. Dalam konteks ini, penelitian akan menganalisis dan menjelaskan pengaruh dari variabel independen (Harga, Kualitas Produk, Ketersediaan, dan Kemasan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen), serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. **Lokasi Penelitian:** Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Suka Makmur, Kecamatan Gunung Meriah, Kabupaten Aceh Singkil, Provinsi Aceh. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa desa tersebut merepresentasikan komunitas perdesaan yang menjadi salah satu target utama distribusi minyak goreng program pemerintah seperti Minyakita.

2. **Waktu Penelitian:** Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, yaitu dari bulan Oktober 2025 hingga Maret 2026.

3.3 Populasi dan Sampel

1. **Populasi** Populasi dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga per keluarga di Desa Suka Makmur, Aceh yang pernah membeli dan mengonsumsi minyak goreng Minyakita. Data diambil melalui kantor desa Suka Makmur, Aceh.

2. **Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel** Menurut (Sugiyono, 2018), untuk penelitian dengan jumlah populasi yang tidak diketahui, jumlah sampel yang representatif dapat berkisar antara 30 hingga 500. Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, biaya, dan kebutuhan analisis statistik (regresi linier berganda), maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jumlah ini dianggap memadai untuk memenuhi syarat uji statistik dan memberikan hasil yang dapat digeneralisasi secara wajar.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability samplingdengan metode purposive sampling. Responden dipilih berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

- Merupakan warga yang berdomisili di Desa Suka Makmur.
- Bertanggung jawab dalam pembelian kebutuhan pokok rumah tangga.
- Telah membeli dan menggunakan minyak goreng Minyakita minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir.

3.4 Jenis dan Sumber Data

1. **Data Primer** Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang terpilih sebagai sampel. Data ini berisi tanggapan responden mengenai variabel harga, kualitas produk, ketersediaan, kemasan, dan kepuasan konsumen.
2. **Data Sekunder** Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk melengkapi dan mendukung data primer. Sumber data sekunder meliputi:
   - Data monografi Desa Suka Makmur untuk memperoleh gambaran umum demografi.

- Studi literatur dari buku, jurnal ilmiah, skripsi, dan artikel daring yang relevan dengan penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang utama dalam penelitian ini adalah ***kuesioner*** **(angket)**. Kuesioner disusun dalam bentuk daftar pertanyaan terstruktur dengan pilihan jawaban yang telah disediakan untuk mengukur persepsi dan pendapat responden terhadap setiap indikator variabel penelitian.

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel penelitian adalah Skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang diberi skor sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS) : Skor 5
- Setuju (S) : Skor 4
- Netral (N) : Skor 3
- Tidak Setuju (TS) : Skor 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas menunjukan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item degan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam rumus tersebut, dengan ketentuan:

1. Jika r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung < r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Namun walaupun positif, perlu pula nilai korelasi (r) yang dihitung tersebut dilihat signifikan tidaknya. Caranya adalah dengan membandingkan nilai korelasi yakni r hitung dengan nilai r tabel.

Korelasi *Product Moment Pearson:*

$$rX_1Y = \frac{N\sum X_1 Y - (\Sigma X_1)(\Sigma Y)}{\sqrt{[N\Sigma X_1^2 - (\Sigma X_1)^2][N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan Simbol:

- $\boldsymbol{rX_1Y}$ = Koefisien korelasi antara Butir Pertanyaan ke-a dengan Skor Total (Y).
- $\boldsymbol{N}$ = Jumlah responden (sampel penelitian).
- $\boldsymbol{X_a}$ = Skor jawaban responden untuk Butir Pertanyaan ke-a (misal jika pertanyaan nomor 1, maka menjadi X_1).
- $\boldsymbol{Y}$ = Skor total seluruh butir pertanyaan untuk tiap responden ($X_1 + X_2 + \ldots + X_8$).
- $\boldsymbol{\sum X_a}$ = Jumlah total skor Butir Pertanyaan ke-a ke bawah.
- $\boldsymbol{\sum Y}$ = Jumlah total skor Y ke bawah.
- $\boldsymbol{\sum X_a^2}$ = Jumlah dari skor X_a yang dikuadratkan dulu per baris, baru ditotal ke bawah.
- $\boldsymbol{(\sum X_a)^2}$ = Angka total $\sum X_a$ yang kemudian dikuadratkan.
- $\boldsymbol{\sum Y^2}$ = Jumlah dari skor Y yang dikuadratkan dulu per baris, baru ditotal ke bawah.
- $\boldsymbol{(\sum Y)^2}$ = Angka total $\sum Y$ yang kemudian dikuadratkan.
- $\boldsymbol{\sum X_a Y}$ = Jumlah hasil perkalian skor X_a dan skor Y per baris, baru ditotal ke bawah.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah kejituan atau ketepatan instrumen pengukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahuikonsistensi dan ketepatan pengukuran, apabila pengukurandilakukan pada objeksama berulang kali dengan instrumen yang sama. Pengujian reliabilitas ditunjukkan oleh koefisien Alpha Cronbach dan dapat diolah dengan bantuan aplikasi seperti JASP. Hasil pengujian dikatakan reliabel jika nilai Alpa Cronbach >0.6 dan nilai *Alpha Cronbach* hitung lebih besar dari pada *Croanbach's Alpa if item deleted*, rumus untuk pengujian reliabilitas adalah

$$r = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum_{i=1}^{k} \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2}\right]$$

Keterangan:

r	: reabilitas instrument
k	: banyaknya butir pernyataan
$\sum_{i=1}^{k} \sigma_{Y_i}^2$	: jumlah varians butir
σ_X^2	: varian total.

Kriteria pengujian :

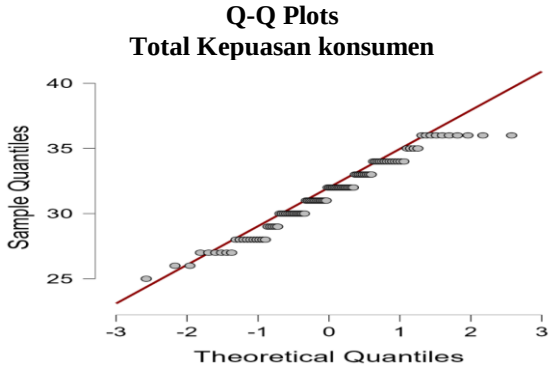
1) Jika nilai koefesien reliabilitas alpha ≥ 0,60 maka instrumen tergolong reliabel.
2) Jika nilai koefesien reliabilitas alpha ≤ 0,60 maka instrumen tergolong tidak reliable.

IV. Analisa dan Evaluasi

4.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dari independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Uji Normalisasi

Gambar di atas mengindentifikasikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada regresi ditemukanadanya kolerasi yang kuat/tinggi antar variabel independen. Pada model regresiyang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi antar variabel independen karenakolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linierberganda. Jika ada kolerasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya makahubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat VIF antar variable independen. Jika VIF menunjukkan angka <10 menandakan tidak terdapat gejala multikolinieritas. Disamping itu, suatu model dikatakan terdapat gejala multikolinieritas jika nilai VIF diantara variabelindependen >10.

Tabel 1. Uji Multikolinieritas Coefficients

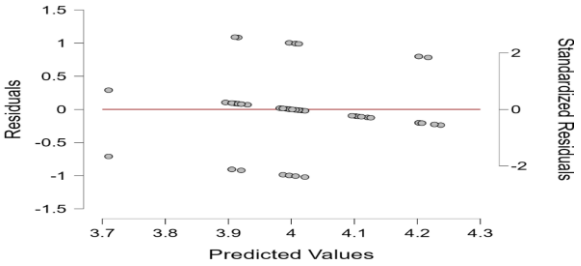
Coefficients

Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p	Collinearity Statistics	
							Tolerance	VIF
M_0	(Intercept)	3.700	0.048		76.764	< .001		
M_1	(Intercept)	2.711	0.818		3.314	.001		
	harga produk	−0.032	0.115	−0.029	−0.280	.780	0.957	1.045
	kualitas produk	0.061	0.091	0.068	0.669	.505	0.974	1.026
	kemasan produk	0.108	0.067	0.162	1.598	.113	0.976	1.025
	kepuasan konsumen	0.111	0.113	0.101	0.986	.327	0.957	1.045

Keempat variabel independen yaitu X1, X2, X3, dan X4 memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan (tidak melebihi 10), sehingga tidak terjadi multikolinieritas dalam variabel independen ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas.



Gambar 3. Uji Heteroskedastisias

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas meskipun terlihat berdempet dibagian titik-titik tertentu serta tersebar dibagian atas dan bawah, dengan demikian "tidak terjadi heteroskedastisitas" pada model regresi ini.

5.2 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 2. Regresi Linier Berganda Coefficients

Coefficients

Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p
M_0	(Intercept)	3.853	0.042		92.448	< .001
M_1	(Intercept)	4.135	0.619		6.678	< .001
	rata - rata harga	−0.084	0.085	−0.101	−0.984	.328
	rata rata kualitas	-4.244×10^{-4}	0.105	-4.212×10^{-4}	−0.004	.997
	rata rata kemasan	−0.012	0.066	−0.019	−0.184	.854
	rata rata ketersediaan	0.025	0.073	0.036	0.345	.731

Berdasarkan data Tabel 2 uji regresi linier berganda di atas, dapat dipahami bahwa model persamaan regresinya adalah :

$$Y = 4.135 - 0.084X_1 - 0.000424X_2 - 0.012X_3 + 0.025X_4$$

Keterangan.

Y = Kepuasan Konsumen
X_1 = Harga Produk
X_2 = Kualitas Produk
X_3 = Kemasan Produk
X_4 = Ketersediaan Produk

Interpretas model :

a) Konstanta (a) = 4,135 menunjukkan jika Harga, Kualitas Produk, dan Kemasan Produk konstan, jika nilai variabel bebas/independen = 0, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan sebesar 4,135.
b) Variablel X_1 sebesar − 0.084 menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan kata lain, jika variabel variabel Harga ditingkatkan sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan menurun sebesar − 0.084.
c) Variablel X_2 sebesar − 0.000424 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh

negatif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan kata lain, jika variabel Kualitas Produk ditingkatkan sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan menurun sebesar − 0.000424.

d) Variablel X_3 sebesar − 0.012 menunjukkan bahwa variabel Kemasan Produk bernilai negatif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan kata lain, jika variabel Kemasan Produk ditingkatkan sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan menurun sebesar − 0.012.

e) Variabel X_4 sebesar 0.025 menunjukkan bahwa variabel Ketersediaan Produk bernilai positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan kata lain, jika variabel Ketersediaan Produk di tingkatkan sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0.025.

5.3 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan bantuan komputer program *Jeffreys's Amazing Statistics Program* (JASP 0.95.3). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *signficant level* tarafnya nyata 0,05 (α = 5%).

Tabel 3. Uji t Coeffients

Coefficients ▼

Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p
M_0	(Intercept)	3.853	0.042		92.448	< .001
M_1	(Intercept)	4.135	0.619		6.678	< .001
	rata - rata harga	−0.084	0.085	−0.101	−0.984	.328
	rata rata kualitas	-4.244×10^{-4}	0.105	-4.212×10^{-4}	−0.004	.997
	rata rata kemasan	−0.012	0.066	−0.019	−0.184	.854
	rata rata ketersediaan	0.025	0.073	0.036	0.345	.731

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

t_{tabel} = 1,984

Kriteria pengujiannya:

a. Ho ditolak apabila t_{tabel} 1,984 ≥ t_{hitung} dan $t_{hitung} \leq 1{,}984$

b. Ha diterima apabila t_{tabel} 1,984 < t_{hitung} dan t_{hitung}>1,984

1) Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari tabel uji-t di atas dapat dipahami bahwa pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,984 sementara t_{tabel}1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0,328 > 0.05 atau t_{hitung} -0,984 < t_{tabel} 1,984. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa Ho diterima (Ha ditolak), hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.

2) Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari tabel uji-t di atas dapat dipahami bahwa pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,004 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0,997 > 0.05 atau t_{hitung} -0,004 < t_{tabel} 1,984. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa Ho diterima (Ha ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.

3) Pengaruh Kemasan Produk (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari tabel uji-t di atas dapat dipahami bahwa pengaruh Kemasan Produk (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,184 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0.854 > 0.05 atau t_{hitung} -0,184 < t_{tabel} 1,984. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa Ho diterima (Ha ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa t tidak ada pengaruh yang signifikan variabel Kemasan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.

4) Pengaruh Ketersediaan (X4) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari tabel uji-t di atas dapat dipahami bahwa pengaruh Ketersediaan (X4) terhadap Kepuasan Konsumen diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,345 sementara t_{tabel}1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0,731 > 0.05 atau t_{hitung} 0,345 < t_{tabel} 1,984. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa Ho diterima (Ha ditolak), hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan variabel Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.

2. Uji F

Uji statistik F (simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (dependen) dan sekaligus juga untuk menguji hipotetis kedua. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significant level* taraf nyata 0,05 (α = 5%).

Tabel 4. Uji-F

ANOVA ▼

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
M_1	Regression	0.199	4	0.050	0.278	.892
	Residual	16.999	95	0.179		
	Total	17.197	99			

Note. M_1 includes rata - rata harga, rata rata kualitas, rata rata kemasan, rata rata ketersediaan

Note. The intercept model is omitted, as no meaningful information can be shown.

Ftabel = 2,47

Kriteria pengujiannya:

1) Tolak Ho apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$

2) Terima Ho apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} > -F_{tabel}$

Berdasarkan data tabel pada uji F diatas dapat dipahami bahwa didapati nilai F_{hitung} 0,278 < F_{tabel} 2,47 dengan nilai p-value 0,892 > 0.05, sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan secara simultan Harga Produk, Kualitas Produk, Kemasan Produk, dan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi Determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan niai R square sebagaimana dapat diihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary - rata rata kepuasan ▼

Model	R	R^2	Adjusted R^2	RMSE
M_0	0.000	0.000	0.000	0.417
M_1	0.107	0.012	−0.030	0.423

Note. M_1 includes rata - rata harga, rata rata kualitas, rata rata kemasan, rata rata ketersediaan

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Rsquare*) yang diperoleh sebesar 0,012, hasil ini memiliki arti bahwa hanya 1,2% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Harga Produk, Kualitas Produk, Kemasan Produk, dan Ketersediaan Produk, sedangkan sisanya sebesar 98,8% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

V. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, Kemasan Produk, dan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Kosumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil. Sesuai dengan rumusan masalah maka diperoleh kesimpulan:

1. Skor tingkat kepuasan konsumen minyak goreng 'Minyakita' terhadap harga, kualitas, ketersediaan, dan kemasan di Desa Suka Makmur. Skor Variabel harga (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,984 sementara t_{tabel}1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0,328 > 0.05 atau t_{hitung} -0,984 < t_{tabel} 1,984. Skor Variable kualitas (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,004 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0,997 > 0.05 atau t_{hitung} -0,004 < t_{tabel} 1,984. Skor Variabel kemasan (X3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,184 sementara t_{tabel} 1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0.854 > 0.05 atau t_{hitung} -0,184 < t_{tabel} 1,984. Skor Variabel ketersediaan (X4) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,345 sementara t_{tabel}1,984 dan mempunyai p-value sebesar 0,731 > 0.05 atau t_{hitung} 0,345 < t_{tabel} 1,984.

   Pengaruh faktor harga, kualitas, ketersediaan, dan kemasan secara simultan maupun parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen minyak goreng Minyakita di Desa Suka Makmur. Tidak Ada pengaruh yang signifikan Harga Produk terhadap Kepuasan Kosumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil. Tidak Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Kosumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil. Tidak Ada pengaruh yang signifikan Kemasan Produk terhadap Kepuasan Kosumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil. Tidak Ada pengaruh yang signifikan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Kosumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil. Tidak Ada pengaruh yang signifikan antara Harga Produk, Kualitas Produk, Kemasan Produk dan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Kosumen Minyak Goreng Minyakita di Desa Suka Makmur Kecamatan Gunung Meriah Kabupaten Aceh Singkil.
2. Faktor di antara harga, kualitas, kemasan, dan ketersediaan yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian kepuasan konsumen Minyakita terhadap faktor harga, kualitas, kemasan, dan ketersediaan di desa Suka Makmur diperoleh Kesimpulan: Tidak Ada Pengaruh Yang Signifikan Atau Paling Dominan antara faktor harga, kualitas, kemasan, dan ketersediaan terhadap kepuasan konsumen di Desa Suka Makmur, Kecamatan Gunung Meriah, Kabupaten Aceh Singkil.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Harga merupakan salah satu penyebab yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, maka produsen Minyakita dan Pemerintah dapat mempertimbangkan penetapan harga minyak goreng Minyakita dipasaran atau pada tingkat ritel dengan melakukannya efesiensi pada biaya distribusi, dan menambah kualtas produksi minyak goreng Minyakita sehingga menciptakan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Bagi konsumen minyak goreng Minyakita di Desa Suka Makmur, Kecamatan Gunung Meriah, Kabupaten Aceh Singkil. sebaiknya membeli minyak goreng selalu mengandalkan

kualitas produk yang sudah terjamin dan sudah teruji kualitasnya.

3. Hendaknya kemasan Minyakita lebih praktis lagi dalam hal desain seperti pada ujung pentutup botol, agar konsumen lebih mudah dalam menungkan minyaknya ke tempat penggorengan.
4. Hendaknya produsen terus menjaga dan memperhatikan kepuasan konsumen guna menjaga agar konsumen tetap puas dan selalu menggunakan jasa. Kemudian, mempertimbangkan dengan hati-hati dalam penentuan harga karena variabel tersebut menyumbang pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

[1]. Alma, B., 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Edisi Revisi)* (Edisi Revisi). Alfabeta.

[2]. Badan Standardisasi Nasional, 2019, *SNI 7709:2019 Minyak Goreng Sawit*. Badan Standardisasi Nasional.

[3]. Aswanda, B., 2023. *Pengaruh Harga,Kualitas Dan Kemasan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Bimoli Di Kelurahan Glugur Darat Ii Kecamatan Medan Timur*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

[4]. Fitriani, Anisa. 2022. *Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Produk Gula Pasir Merek Gulaku (Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Bogor Timur) [Skripsi]*. Institut Pertanian Bogor.

[5]. Ginting, S. B., 2021, *Analisis Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Minyak Goreng Kemasan Merek Sunco di Kota Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Agribisnis, *4(1)*, 88–97.

[6]. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2022. *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 41 Tahun 2022 tentang Tata Kelola Minyak Goreng Curah Rakyat*. Berita Negara Republik Indonesia.

[7]. Ketaren, S., 2012. *Pengantar Teknologi Minyak dan Lemak Pangan*. UI-Press.

[8]. Kotler, P., & Armstrong, G., 2018. *Principles of Marketing (17th ed.)* (17th ed.). Pearson Education.

[9]. Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management (15th ed.)* (15th ed.). Pearson Education Limited.

[10]. Lupiyoadi, R., 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi (Edisi 3)* (Edisi 3). Salemba Empat.

[11]. Nasution, M. I., & Hidayat, A., 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Minyak Goreng Tropical)*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 15((2)), 70–78.

[12]. Nurcahya, I. K., & Pratiwi, N. P., 2022. *Pengaruh Ketersediaan Barang dan Kecepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi, *1*((3)), 596–602.

[13]. Pahan, I., 2012. *Kelapa Sawit: Manajemen Agribisnis dari Hulu hingga Hilir*. Penebar Swadaya.

[14]. Pratama, R., & Hidayat, T, 2019, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Distribusi terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Merek Bimoli di Kota Bandung*. Jurnal Riset Manajemen, 6((2)), 88–101.

[15]. Sari, D. P., & Hartoyo, H., 2023. *Analisis Efektivitas Kebijakan Minyakita terhadap Stabilitas Harga Minyak Goreng Domestik*. Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik, *14*((1)), 45–60.

[16]. Sari, I. Permata, 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Produk Nugget Fiesta [Skripsi]*. Universitas Airlangga.

[17]. Setiawan, A., & Wibowo, E., 2020. *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, *12*((1)), 42–55.

[18]. Simamora, B., 2000. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama.

[19]. Situngkir, A. A., & Rahayu, S., 2021. *Pengaruh Ketersediaan Produk dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, *4*((2)), 150–158.

[20]. Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

[21]. Tjiptono, F., 2016. *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 4). Andi Offset.

[22]. Tjiptono, F., 2019. *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan* (Edisi 4). Andi Offset.

[23]. Wijaya, H., & Pratama, R. A. 2020. *Pengaruh Desain Kemasan dan Labelisasi terhadap Persepsi Kualitas Produk.* Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa, *13*((1)), 45–58.

[24]. Wulandari, S., 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Desain Kemasan terhadap Kepuasan Konsumen Minuman Teh Botol Sosro [Skripsi, Universitas Pasundan]*. Universitas Pasundan.

[25]. Yuliana, A., 2021. *Pengaruh Ketersediaan Barang dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada CV. Favorite) [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Riau]*. Universitas Muhammadiyah Riau.