

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENDAPATAN PRODUSEN PRODUK POPCORN

**Khairul Saleh<sup>1</sup>, Gustami Harahap<sup>2</sup>, Wahyunida Pulungan<sup>3</sup>**

Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area, Indonesia

Jl. Kolam, No.1, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan, Sumatera Utara

### ABSTRAK

*Popcorn* adalah salah satu makanan ringan yang terbuat dari biji jagung. Makanan ringan ini banyak digemari oleh masyarakat dengan alasan harga yang murah dan tinggi serat, makanan ini juga baik bagi kesehatan dan juga bisa dimakan kapan saja. Dalam mendapatkan konsumen yang banyak, produsen popcorn terus berupaya dalam menjaga kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui rata-rata pendapatan produsen popcorn di Kecamatan Percut Sei Tuan dan apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk popcorn. Pendapatan rata-rata pedagang popcorn di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang yaitu berjumlah Rp. 3.605.179/bulan. Berdasarkan hasil uji-t terlihat bahwa secara parsial variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, promosi, dan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pedagang popcorn di Kecamatan Percut Sei Tuan. Variabel faktor emosional memiliki tingkat pengaruh yang lebih tinggi dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pedagang popcorn di Kecamatan Percut Sei Tuan.

**Kata Kunci :** Popcorn, Kepuasan Konsumen, dan Pendapatan

### ABSTRACT

*Popcorn is a snack made from corn kernels. This snack is much-loved by the public for the reason that the price is cheap and high in fiber, this food is also good for health and can also be eaten anytime. In getting a lot of*

*customers, popcorn manufacturers continue to strive to maintain customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the average income of popcorn producers in Percut Sei Tuan District and what influences customer satisfaction with popcorn products. The average income of popcorn traders in Percut Sei Tuan District, Deli Serdang Regency is Rp. 3,605,179/month. Based on the results of the t-test, it can be seen that partially product quality, service quality, price, promotion, and emotional variables have a positive and significant effect on customer satisfaction of popcorn traders in Percut Sei Tuan District. The emotional factor variable has a higher level of influence in influencing the customer satisfaction of popcorn merchants in Percut Sei Tuan Kecamatan District.*

**Keywords:** popcorn, customer satisfaction, and income

### PENDAHULUAN

*Popcorn* adalah salah satu makanan ringan yang terbuat dari biji jagung jenis popcorn (*Zea mays*). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) popcorn diartikan sebagai butiran biji jagung yang dimasak atau mengembang. Makanan ringan ini banyak digemari oleh masyarakat dengan alasan harga yang murah dan tinggi serat, makanan ini juga baik bagi kesehatan dan juga bisa dimakan kapan saja. Citarasa popcorn yang sangat lezat membuat popcorn banyak digemari kalangan masyarakat, terlebih selain rasanya yang lezat serta banyak varian rasa dan teksturnya yang rapuh. Sehingga bukan hanya kalangan anak-anak saja yang gemar terhadap popcorn tetapi berbagai kalangan menyukai makanan ringan ini.

Banyaknya penggemar *popcorn*, maka banyak orang yang menjadi produsen *popcorn*, selain membuatnya mudah dan juga keuntungan yang dididapatkan. Artinya berdagang *popcorn* ini bisa menjadi salah satu sumber pendapatan bagi siapa saja yang mau memulai bisnis makanan ringan. Hanya tinggal mengembangkan inovasi dari citarasa *popcorn* dan mencari tempat yang strategis untuk memasarkannya.

Salah satu lokasi yang banyak yang strategi untuk berjualan *popcorn* adalah di Kecamatan Percut Sei Tuan. Hal tersebut dikarenakan Kecamatan Percut Sei Tuan dekat dengan Kota Medan yang memiliki jumlah masyarakat yang tinggi. Banyaknya penjual *popcorn* dengan beraneka varian rasa dan harga yang berbeda-beda, maka banyak penjual *popcorn* yang menjual *popcorn* dengan berbagai inovasi juga penawaran harga yang variatif hingga menarik minat konsumen. Harga yang ditawarkan masing-masing dari pedagang *popcorn* juga bervariasi, harga yang diberikan mulai dari Rp. 5.000,00 hingga Rp. 10.000,00. Harga yang ditawarkan oleh pedagang juga tergantung dengan kemasan yang dijual dan juga lokasi tempat untuk berdagang.

#### METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive sampling* (disengaja). dengan pertimbangan bahwa di kecamatan ini terdapat banyak pedagang *popcorn* beserta

konsumennya. Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan oktober 2021. Alasan memilih lokasi penelitian di daerah tersebut karena banyak sejumlah produsen *popcorn* dengan banyak peminatnya serta untuk mengetahui pendapatan produsen dengan menjual *popcorn* di berbeda tempat dan harga yang berbeda-beda.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil prasurvey yang dilakukan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu semua konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang. Sampel yang dalam

penelitian ini adalah pada 13 pedagang *popcorn* diambil konsumen 3 yang membeli *popcorn* pada pedagang tersebut sehingga jumlah sampel konsumen sebesar 39 sampel.

Metode dalam pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode random sampling (undian). Metode random sampling tersebut dilakukan dengan teknik pengambilan sample secara acak tanpa adanya pertimbangan derajat yang terdapat pada populasi. Teknik ini dilakukan apabila populasi bersifat homogen. Adapun kesamaan sifat pada setiap anggota populasi dapat membuat sample tersebut representative.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis kualitatif yaitu dengan menganalisis yang tujuannya untuk menggambarkan serta mendeskripsikan hasil penelitian Untuk mengetahui pendapatan dari pedagang *popcorn* budidaya di Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang digunakan rumus :

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

$\pi$  = Total Pendapatan (Rp/bulan)

TR = Total Penerimaan (Rp/bulan)

TC = Total Biaya (Rp/bulan).

Analisis dalam hal ini berupa analisis terhadap masing-masing pertanyaan yang ada dalam kuesioner yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh persepsi kepuasan konsumen. Untuk menghitung hasil dari analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka teknik analisis yang dipergunakan adalah regresi linear. Adapun bentuk umum persamaan regresi linear berganda dengan lima variable bebas adalah sebagai berikut: (Indriantoro & Supomo, 1999)

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

$\hat{Y}$  = Kepuasan

$b_0$  = Intercept atau

konstan  $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = nilai koefisien regresi

$X_1$  = kualitas produk

$X_2$  = kualitas pelayanan

$X_3$  = harga

$X_4$  = promosi

$X_5$  = faktor emosi

E = error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai rata-rata skor kualitas produk

*popcorn* menurut konsumen di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Berdasarkan Skor Kualitas Produk *Popcorn*

Skor Kualitas Produk	Jumlah Responen	Persentase
≤12	1	2,56%
13-15	26	66,67%
≥16	12	30,77%
Total	39	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa skor kualitas produk dengan jumlah responden terbanyak terdapat pada skor 13-15 dengan persentase 66,67%. Sedangkan jumlah responden terendah terdapat pada skor ≤12 dengan persentase 2,56%. Dari perhitungan skor kualitas produk berdasarkan 4 item pernyataan yang dibuat dan 5 point jawaban, dengan artian nilai tertinggi adalah 20 dan nilai terendah adalah 4. Sehingga jika dilihat dari hasil skor terbanyak yang diperoleh 13-15, dapat

dikatakan skor kualitas produk cukup tinggi. Dalam hal ini produk yang dijual pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan memiliki rasa yang gurih, ada banyak pilihan rasa, dan kemasan bagus dan menarik.

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai rata-rata skor kualitas pelayanan penjual *popcorn* menurut konsumen di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Skor Kualitas Pelayanan Penjual *Popcorn*

Skor Kualitas Pelayanan	Jumlah Responden	Persentase
13-15	25	64,10%
≥16	13	33,33%
Total	39	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2. dapat dilihat bahwa skor kualitas produk dengan jumlah responden terbanyak terdapat pada skor 13-15 dengan persentase 64,10%. Sedangkan jumlah responden terendah terdapat pada skor ≤12 dengan persentase 2,56%. Dari perhitungan skor kualitas pelayanan penjual *popcorn* berdasarkan 4 item pernyataan yang dibuat dan 5 point jawaban, dengan artian nilai tertinggi adalah 20 dan nilai terendah adalah 4. Sehingga jika dilihat dari hasil

skor terbanyak yang diperoleh 13-15, dapat dikatakan skor kualitas pelayanan penjual *popcorn* cukup tinggi. Dari hasil ini menurut konsumen, pedagang *popcorn* bersikap ramah, memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik, menjaga kebersihan produk dan tempat berjualan.

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai rata-rata skor penilaian harga *popcorn* menurut konsumen di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Skor Penilaian Harga *Popcorn* Menurut Konsumen.

Skor Harga	Jumlah Responden	Persentase
≤14	1	2,56%
15-17	28	71,79%
≥18	10	25,64%
Total	39	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3. dapat dilihat bahwa skor penilaian harga menurut konsumen dengan jumlah responden terbanyak terdapat pada skor 15-17 dengan persentase 71,79%. Sedangkan jumlah responden terendah terdapat pada skor  $\leq 14$  dengan persentase 2,56%. Dari perhitungan skor penilaian harga *popcorn* menurut konsumen berdasarkan 4 item pernyataan yang dibuat dan 5 point jawaban, dengan artian nilai tertinggi adalah 20 dan nilai terendah adalah 4. Sehingga jika dilihat dari hasil skor terbanyak yang diperoleh 15-17, dapat

dikatakan skor penilaian harga *popcorn* menurut konsumen cukup tinggi. Hasil ini

menunjukkan bahwa produk yang dijual pedagang *popcorn* memiliki harga yang sudah sesuai dengan kualitas produk, harga terjangkau bagi konsumen, sesuai dengan lokasi berdagang, dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan pedagang.

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai rata-rata skor promosi di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Karakteristik Berdasarkan Skor Promosi.

Skor Promosi	Jumlah Responden	Persentase
$\leq 10$	4	10,26%
11-12	23	58,97%
$\geq 13$	12	30,77%
Total	39	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4. dapat dilihat bahwa skor promosi dengan jumlah responden terbanyak terdapat pada skor 11-12 dengan persentase 58,97%. Sedangkan jumlah responden terendah terdapat pada skor  $\leq 10$  dengan persentase 10,26%. Dari perhitungan skor promosi *popcorn* berdasarkan 4 item pernyataan yang dibuat dan 5 point jawaban, dengan artian nilai tertinggi adalah 20 dan nilai terendah adalah 4. Sehingga jika dilihat dari hasil skor

terbanyak yang diperoleh 11-13, dapat dikatakan skor promosi *popcorn* sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang melakukan promosi yang belum menarik konsumen untuk membeli.

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai rata-rata skor penilaian emosional konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Karakteristik Berdasarkan Skor Penilaian Emosional Konsumen *Popcorn*.

Skor Emosi	Jumlah Responden	Persentase
$\leq 13$	6	15,38%
14-16	29	74,36%
$\geq 17$	4	30,77%
Total	39	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 5. dapat dilihat bahwa skor penilaian emosional konsumen dengan jumlah responden terbanyak terdapat pada skor 14-16 dengan persentase 74,36%. Sedangkan jumlah responden terendah terdapat pada skor  $\geq 17$  dengan persentase 30,77%. Dari perhitungan skor penilaian emosional konsumen *popcorn* berdasarkan 4 item pernyataan yang dibuat dan 5 point

jawaban, dengan artian nilai tertinggi adalah 20 dan nilai terendah adalah 4. Sehingga jika dilihat dari hasil skor terbanyak yang diperoleh 14-16, dapat dikatakan skor penilaian konsumen *popcorn* cukup tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa produk *popcorn* yang dibeli oleh konsumen dapat membuat konsumen merasa puas, senang dan kesesuaian harga dengan

produk yang dibeli konsumen. Berdasarkan data hasil penelitian mengenai rata-rata skor kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 6

**Tabel 6.** Karakteristik Berdasarkan Skor Kepuasan Konsumen *Popcorn*

Skor Kepuasan Konsumen	Jumlah Responden	Persentase
≤14	2	5,13%
15-17	28	71,79%
≥18	9	10,26%
Total	39	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa skor penilaian emosional konsumen dengan jumlah responden terbanyak terdapat pada skor 15-17 dengan persentase 71,79%. Sedangkan jumlah responden terendah terdapat pada skor ≤14 dengan persentase 5,13%. Dari perhitungan skor penilaian kepuasan konsumen *popcorn* berdasarkan 4 item pernyataan yang dibuat dan 5 point jawaban, dengan artian nilai tertinggi adalah 20 dan nilai terendah adalah 4. Sehingga jika dilihat dari hasil skor terbanyak yang diperoleh 15-17, dapat

dikatakan skor penilaian kepuasan konsumen *popcorn* tinggi. Hasil ini dapat diketahui bahwa konsumen pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan merasa puas terhadap kualitas *popcorn*, pelayanan yang diberikan pedagang, dan sudah sesuai harga yang diberikan oleh pedagang *popcorn*.

Berdasarkan data hasil penelitian mengenai rata-rata pendapatan pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7.** Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Pedagang *Popcorn*

Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase
<Rp. 3.000.000	4	31%
Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	4	31%
>Rp. 4.000.000	5	38%
Total	13	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 7. dapat dilihat hasil penelitian bahwa pendapatan dengan jumlah pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan terbanyak pada kelompok > Rp. 4.000.000 dengan persentase 38% dan jumlah pedagang *popcorn* terendah pada kelompok >Rp. 3.000.000 dan Rp. 300.000- Rp.

4.000.000 dengan persentase 31%. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa rata-rata pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan memiliki pendapatan yang tinggi. Rata-rata biaya yang dikeluarkan pedagang *Popcorn* dalam satu bulan dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Rata-Rata Biaya Pedagang *Popcorn* Dalam Satu Bulan

Biaya Tetap	Harga (Rp)	Umur Ekonomi (Bulan)	Nilai Sisa	Penyusutan/ bulan (Rp)
Mesin	6.346.154	60	500.000	97.436
Kaleng	12.385	2	1.000	5.692
Tabung Gas	200.000	12	20.000	15.000
<b>Total</b>	<b>6.558.538</b>			<b>118.128</b>
<b>Variabel Cost</b>				
Jenis Biaya				Jumlah (Rp)
Jagung				978.154
Gula				34.462
Perasa				31.231
Mentega				36.000
Gas				68.000
Karet				18462
				90

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 8. Dapat dilihat bahwa rata-rata biaya tetap (*Fixed Cost*) pedagang *Popcorn* dalam satu bulan sebesar Rp. 118.128. Sedangkan biaya variabel pedagang *Popcorn* dalam satu bulan sebesar Rp. 2.090.23 dan biaya tata niaga sebesar Rp. 406.731. Total biaya yang dikeluarkan pedagang *Popcorn*

dalam satu bulan sebesar mencapai Rp. 2.615.090. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa biaya variabel dari usaha pedagang *Popcorn* dalam satu bulan sebesar cukup tinggi dibandingkan dengan biaya tetap. Rata-rata pendapatan pedagang *Popcorn* dalam satu bulan dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Rata-Rata Pendapatan Pedagang *Popcorn* Dalam Satu Bulan (Rp)

Penerimaan	Fixed Cost	Variable cost	Biaya Tata Niaga	Keuntungan
6.230.769	118.128	2.090.231	406.731	3.615.679

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 9. Dapat dilihat menunjukkan pendapatan pedagang *Popcorn*, rata-rata pendapatan yang diperoleh yaitu sebesar Rp.3.615.679, dalam 1 bulan dan dapat dikatakan untung dikarenakan nilai penerimaan lebih besar dari total biaya yang dikeluarkan.

Dalam usaha produksi tempe Ibu Mayanti menjual tempe dengan harga satuan sebesar Rp 4.000 per bungkus. Berikut penerimaan usaha Ibu Mayanti

dalam sehari. Sedangkan dalam usaha produksi tahu Ibu Mayanti menjual tahu dengan harga sebesar Rp. 5.000 per bungkus.

Analisis data dengan menggunakan pengujian regresi linear berganda untuk menjawab analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

Tabel 10. Hasil Perhitungan Dari Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen *Popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

Variabel	B	T-Hitung	Signifikan
Konstanta	-10,273	-2,317	0,027
X1= KualitasProduk	0,431	3,252	0,038
X2=Kualitas Pelayanan	0,232	2,323	0,043
X3= Harga	0,56	3,292	0,027
X4= Promosi	0,205	3,943	0,035
X5= Emosional	0,277	2,278	0,012
R-Square =0,875			
F-Hitung =4,633			
F-Tabel =2,493			
T-Tabel = 2,032			

Sumber : Data Primer Yang Diolah SPSS 24

Berdasarkan Tabel 10 hasil analisis regresi linier berganda maka adapun persamaan sebagai berikut :

$$Y = -10,273 + 0,431 (X1) + 0,232 (X2) + 0,56(X3) + 0,205 (X4) + 0,277 (X5)$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen *popcorn*

X1 = Kualitas produk

X2 = Kualitas pelayanan X3 = Harga

X4 = Promosi X5 = Emosional

1. Konstanta (a) sebesar -10,273 apabila nilai  $X1 + X2 + X3 + X4 + X5 = 0$  maka nilai y adalah -10,273.
2. Koefisien variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,431 artinya jika kualitas produk mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen *popcorn* akan mengalami peningkatan 0,431 satuan.
3. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,232 artinya jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen *popcorn* akan meningkat sebesar 0,232 satuan,
4. Koefisien variabel harga (X3) sebesar 0,56 artinya jika variabel harga mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka kepuasan

konsumen *popcorn* akan mengalami peningkatan sebesar 0,56 satuan.

5. Koefisien variabel promosi (X4) sebesar 0,205 artinya jika variabel promosi mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen *popcorn* akan mengalami peningkatan sebesar 0,205 satuan.
6. Koefisien variabel emosional (X5) sebesar 0,277 artinya jika variabel emosional mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen *popcorn* akan mengalami peningkatan sebesar 0,277 satuan.

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Dari Tabel 25 diperoleh nilai FHitung sebesar 4,633 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dapat dilihat dari uji F, dimana Fhitung (4,633) > Ftabel (2,493). Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (kualitas produk), variabel X2 (kualitas pelayanan), variabel X3 (harga), variabel X4 (promosi) dan emosional (X5) secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel Y (kepuasan konsumen).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, promosi dan emosional secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Hal tersebut terlihat dari hasil analisis diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4,633 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,493 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $4,633 > 2,493$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang.

Koefisien Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat secara simultan (Sugiyono, 2010).

Berdasarkan hasil perhitungan statistik melalui SPSS 24 diperoleh nilai koefisien determinasi atau  $R^2$  adalah sebesar 0,875. Nilai  $R^2$  ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau  $R$ , yaitu  $0,935 \times 0,935 = 0,875$ . Besarnya angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,875 atau setara dengan 87,5%. Angka tersebut mengandung arti bahwa kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ), promosi ( $X_4$ ), dan emosional ( $X_5$ ) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen *popcorn* ( $Y$ ) sebesar 87,5%. Sedangkan sisanya sebesar ( $100\% - 87,5\% = 12,5\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

Hasil Penelitian yang telah dilakukan ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Hal tersebut dapat dilihat dari

hasil analisis yang diperoleh nilai  $t$ -hitung =  $3,252 > 2,032 = t$ -tabel, dan tingkat signifikansi  $0,038 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Semakin baik kualitas produk yang dijual pedagang, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang membeli *popcorn*. Jika kualitas produk yang dihasilkan oleh pedagang dapat memenuhi kepuasan selera konsumen, maka produk-produk akan selalu diminati dan dicari konsumen (Prabowo, 2002).

Menurut Lupiyoadi (2001) menjelaskan bahwa pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain yaitu persepsi konsumen, produk dan proses. Untuk yang berwujud barang ketiga orientasi tersebut hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas. Tetapi untuk jasa produk dan proses tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri. Dalam hal ini kualitas *popcorn* seperti memiliki rasa yang gurih, terdapat beberapa jenis rasa, daya tahan yang lama dan kemasan yang praktis mudah dipegang akan meningkatkan daya jual pedagang *popcorn*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhaji dan Sunandar (2010) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Penelitian yang telah dilakukan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis yang diperoleh nilai  $t$ -hitung =  $2,323 > 2,032 = t$ -tabel, dan tingkat signifikansi  $0,043 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing

(Kotler, 2010). Jika pedagang tidak dapat memenuhi maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Biasanya konsumen menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Pemahaman pedagang berawal dari produk, selanjutnya disesuaikan dengan *price*, *promotion* dan *place*. Pemikiran yang berorientasi pada pasar dan konsumen merupakan kebutuhan yang tidak dapat dielak lagi dipersaingan bisnis yang *hypercompetition*. Era ini diyakini pula sebagai era dengan ketidakpastian yang dibarengi dengan munculnya fase pertumbuhan yang tidak menentu.

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam membuat konsumen puas seperti bersikap rama kepadakonsumen, memiliki kemampuan komunikasi yang baik, menjaga kebersihan produk yang dijual, dan menjaga kebersihan dilokasi tempat berjualan. Menurut Nasution (2004), menyatakan bahwa kualitas adalah kondisi dinamis lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis yang diperoleh nilai  $t\text{-hitung} = 3,292 > 2,032 = t\text{-tabel}$ , dan tingkat signifikansi  $0,027 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang membutuhkan pertimbangan cermat. Ini dikarenakan adanya sejumlah dimensi strategik harga dalam hal:

1) Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk, 2) Harga merupakan aspek yang tampak jelas bagi para pembeli, 3) Harga adalah determinan utama permintaan, 4) Harga berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba. 5) Harga bersifat fleksibel, 6) Harga mempengaruhi citra dan strategi dan 7) harga merupakan masalah nomor satu

yang dihadapi pedagang. Hal ini perlu disadari karena dengan adanya persaingan pasar, konsumen akan semakin banyak mempunyai pilihan dan keleluasaan untuk membeli produk guna memenuhi kebutuhannya. Konsumen makin bersikap kritis dalam menentukan pilihan terhadap keunggulan kualitas, manfaat dan kelayakan harga yang dibelinya. Dalam menetapkan harga jual yang terlalu tinggi akan mengakibatkan penjualan menurun. Dalam hal ini konsumen *popcorn* akan memutuskan kesesuaian harga berdasarkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual, terjangkau bagi konsumen, sesuai dengan lokasi tempat berjualan, dan kualitas pelayanan yang diberikan pedagang.

Menurut Marwan Asri (2001) penilaian harga dapat memberikan pengaruh yang besar bagi konsumen untuk memilih produk tertentu maupun toko atau penjual tertentu. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang dari produk tersebut maka semakin tinggi nilai tukar produk tersebut dimatinya dan semakin besar pula alat penukar yang bersedia dikorbankan. Berdasarkan harga yang ditetapkan, konsumen akan mengambil keputusan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhaji dan Sinandar (2010) serta Yeti Desmiati (2010) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis yang diperoleh nilai  $t\text{-hitung} = 3,943 > 2,032 = t\text{-tabel}$ , dan tingkat signifikansi  $0,035 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Promosi merupakan suatu alat yang insentif yang beraneka ragam yang dilakukan untuk memenuhi target dalam waktu jangka pendek dan dirancang untuk merangsang pembeli produk tertentu lebih cepat atau lebih kuat oleh konsumen, dimanapun. Menurut Simamora (2000) promosi adalah pengkomunikasian informasi antara penjualan dan pembelian potensial atau pihak-pihak lainnya dalam saluran

distribusi guna mempengaruhi sikap dan perilaku. Dalam hal ini pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan tidak melakukan promosi untuk menarik penjualannya. Pedagang *popcorn* hanya melakukan penjualan dengan cara memanggil langsung konsumen yang berjalan dekat dengan *stand* penjual.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk konsumen untuk membelinya.. Promosi meliputi unsur- unsur pemberian informasi dan mempengaruhi perilaku konsumen, dengan tujuan untuk mempertinggi citra perusahaan atau meningkatkan penjualan produk perusahaan. Dalam hal ini komunikasi memegang peranan penting, dengan adanya komunikasi yang efektif dapat mengubah tingkah laku yang sudah diubah sebelumnya. Promosi merupakan cara bagaimana memperkenalkan produk kepada konsumen dan calon konsumen melalui periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan pemasaran langsung. Dengan dilakukan promosi, produk akan dikenal oleh konsumen dan diharapkan konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Tanpa promosi jangan diharapkan konsumen dapat mengenal produk yang ditawarkan. Promosi merupakan suatu cara untuk menarik perhatian dan mempertahankan konsumen. Salah satu tujuan promosi untuk menginformasikan mengenai produk yang ditawarkan dengan tujuan memberikan kepuasan konsumen. Untuk mempertahankan konsumen dan diharapkan konsumen melakukan pembelian ulang. Selain promosi produsen juga harus memberikan pelayanan yang baik agar terciptanya kepuasan konsumen. Maka dalam hal ini penjual *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan perlu melakukan promosi untuk menarik konsumen dan juga meningkatkan kepuasan konsumen setelah membeli *popcorn*.

Emosional berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis yang diperoleh nilai t-hitung = 2,278 > 2,032 = t-tabel, dan tingkat signifikansi 0,012 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel emosional secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Emosi berkaitan dengan perubahan fisiologis dan berbagai pikiran. Jadi, emosi merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen *popcorn*, karena emosi dapat merupakan motivator perilaku dalam arti meningkatkan, tapi juga dapat mengganggu perilaku intensional manusia.

Menurut Irawan (2008) faktor emosional merupakan rasa senang, rasa puas diri, rasa perhatian, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh emotional value yang mendasari kepuasan konsumen. Emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Emosi pada dasarnya adalah dorongan untuk bertindak. Biasanya emosi merupakan reaksi terhadap rangsangan dari luar dan dalam diri individu (Daniel Goleman 2002). Dengan melihat keadaan itu maka penting bagi setiap individu memiliki kecerdasan emosional agar menjadikan hidup lebih bermakna dan tidak menjadikan hidup yang di jalani menjadi sia-sia. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhaji dan Sunandar (2010) serta Yeti Desmiati (2010) yang menyatakan bahwa faktor emosional berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, promosi dan emosional secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Hal tersebut terlihat dari hasil analisis diperoleh nilai Fhitung sebesar 4,633 dan Ftabel 2,032 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena Fhitung lebih besar dari Ftabel (4,633 > 2,032), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan. Besarnya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga promosi dan emosional terhadap kepuasan konsumen pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan yang diukur menggunakan R<sup>2</sup> adalah sebesar 0.566. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen dalam

model ini mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 87,5%. Sisanya 12,5% (100%-87,5%) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Dilihat dari nilai kepuasan konsumen pedagang *popcorn* yang tinggi ini berdampak secara tidak langsung terhadap pendapatan pedagang *popcorn*. Pendapatan pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan ini memiliki rata-rata pendapatan per bulan mencapai Rp. 3.605.179. Hal ini dapat dikatakan bahwa pedagang *popcorn* memiliki pendapatan yang cukup tinggi.

### KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pendapatan rata-rata pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang yaitu berjumlah Rp. 3.605.179/bulan.
2. Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa secara parsial variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, promosi, dan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pedagang *popcorn* di Kecamatan Percut Sei Tuan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ucapkan terima kasih kepada produsen *Popcorn* yang telah bersedia memberikan informasi seputar pengolahan produk hingga pemasaran produk, bersedia mengisi angket yang telah dipandu, menyediakan waktu untuk melayani setiap pertanyaan yang penulis berikan. Kemudian terimakasih pula adanya kerjasama yang sinergisitas antara Bapak Khairul Saleh, Bapak Gustami Harahap dan Ibu Wahyunida Pulungan dari mulai menyusun angket, mengambil data, mentabulasi, menganalisis serta menginterpretasi data olahan yang ditemukan di dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Albertine, A., 2009. Karakteristik Fisik Berondong Jagung Unggul Nasional (*Zea mays* L.) Diolah dengan Teknik Puffing Pemanasan Konveksi Suhu Tinggi dan Teknologi Oven Gelombang Mikro. Skripsi. Departemen Teknik Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Arikunto, S., 2010. Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipt.
- Arsyad, L., Hudiyanto, dan D. Waluyo. 1985. Agribisnis Suatu pilihan Bagi Upaya Peningkatan Produksi Non Migas di Indonesia. Jurnal Agro Ekonomika, 23: 23-42.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2016. Data Produksi Tanaman Jagung Pipil di Kabupaten Sumatera Utara
- Badan Pusat Statistik, 2016. Produksi Tanaman Pangan 2015. <https://www.bps.go.id>. [26 Oktober 2021]
- Barus MA. 2005. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Beberapa Sayuran Organik (Studi Kasus di PT Amani Mastra, Bekasi) [Skripsi]. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Farm. [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor Ghalia Indo, Jakarta.
- Boediono. 1982. Peengantar Ilmu Ekonomi No.2, Ekonomi Makro. Yogyakarta: BPPE.
- Budiman Haryanto, S.P, 2015, Budidaya Jagung Organik Varietas Baru Yang Kian Diburu, Penerbit Pustaka Baru Press, Yogyakarta
- Ditjen Tanaman Pangan. 2006. Program Peningkatan Produksi Jagung Nasional. Makasar-Pangkep.
- Firdausa, Rosetyadi Artistyan & Fitri Arianti. (2013). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintaro Demak. Diponegoro Journal Of Economics. Volume. 2, Halaman 1-6.

- Khairul Saleh, dkk : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi .....
- Harling, Kenneth. 2002. *An over view of Case Study. Canada: Wilfrid Laurier University.*
- Irawan, Handi, 2008. Membedah strategi Kepuasan konsumen. Cetakan pertama: PT. Gramedia: Jakarta
- Jaya, A. H. M. 2011 . Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Pantai Losari Kota Makassar. Skripsi. Makassar: Jurusan Ilmu Ekonomi Feb Unhas.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2010. *Principles of Marketing. New York: Prentice Hall, Inc.*
- Kotler, Philip. 1997. *“Marketing management analysis, planning implementation and control”. 9 th Edition. Prentice-Hall, New Jersey.*
- Kotler, Philip. 2003. Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi. Rambat . 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat Jakarta
- Mubyarto, 1986. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Yogyakarta
- Nasution, M.N 2004. Manajemen Jasa Terpadu : Total Service Management. Ghalia Indonesia; Bogor
- Parasuraman, A, Leonard L. Berry, and Valarie A. Zeithaml. 1990. *“Guidelinesfor Conducting Service Quality Research, “Marketing Research, Vol 2, No 4*
- Putri, Khamila, Rizky M. Adi Perdana, Yulita, dan Widya Ramadhani. 2019. Pengaruh *Microwave* Pada Jagung. Laporan Pengabdian Masyarakat. Universitas Trilogi.
- Rangkuti, Freddy, 2003, Riset Pemasaran, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta bekerjasama dengan Sekolah Tinggi Ekonomi IBII.
- Rukmana, R., 1997. Jagung budi daya dan pascapanen. Yogyakarta: Kanisius
- Simamora, H., 2000. Manajemen Pemasaran Internasional (jilid 1), Jakarta : Salemba empat.
- Suarni, & Subagio, H. (2013). Potensi Pengembangan Jagung dan Sorgum Sebagai Sumber Pangan Fungsional. *Jurnal Litbang Pertanian*, Vol. 32. No. 2, 47-55.
- Sugiyono, 2007. Statistik untuk Penelitian, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono, 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, 2003. Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta : Ghalia Indonesia dan MMA IPB.
- Sumarwan, Ujang dkk, 2011. Riset Pemasaran dan Konsumen : Paduan Riset dan Kajian : Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Resiko, PT Penerbit IPB Press, Bogor.
- Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

*Khairul Saleh, dkk : Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi .....*

Umar, H. 2000. Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

Warisno 1998. Budidaya Jagung Hibrida. Yogyakarta: Kanisius.

Yeti, Desmiati. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen Esia di Wilayah Jakarta Selatan. Jurnal Manajemen Publik dan Bisnis. Volume 1 No.1 edisi Februari 2010