

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung. Alasannya, karena tinggi rendahnya kepuasan konsumen ditentukan pada baik dan buruknya dari cita rasa yang dihasilkan. Sehingga semakin baik cita rasa yang dihasilkan maka semakin tinggi tingkat ketertarikan dan kepuasan pada konsumen. Sebaliknya, jika cita rasa yang dihasilkan buruk maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan dan konsumen akan beralih produk ke perusahaan lainnya.

Hasil diatas memaparkan bahwa cita rasa yang dihasilkan oleh Kusuma Cookies berupa aroma pada produk dapat menggugah selera, semua rasa pada produk yang dihasilkan sangat nikmat untuk dirasakan, rasa pada produk yang dihasilkan memiliki ciri khas tersendiri sehingga dikenali oleh konsumen, rasa pada produk yang dihasilkan membuat ketagihan oleh konsumen. Dengan mempertahankan cita rasa yang dihasilkan maka akan membuat kepercayaan dimata konsumen. Hal ini dikarenakan Kusuma Cookies yang selalu menjaga cita rasa yang dihasilkan dengan baik. Didukung dengan data yang diperoleh dari Kusuma Cookies pada Tahun 2020 bulan Juli sampai dengan Desember

yang mengalami peningkatan penjualan, sehingga dapat disimpulkan bahwa produk cita rasa yang dihasilkan oleh Kusuma Cookies memiliki rasa yang nikmat dan memiliki cita rasa tersendiri dibandingkan dengan produk dari perusahaan lainnya.

Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penam pakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Cita rasa yaitu bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia seperti perasa, penciuman, perabaan, penglihatan dan pendengaran. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa yang terletak dilidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa.¹⁰¹ Menurut Stephen Mennell dalam buku Fadly Rahman cita rasa yang diperoleh bagaimanapun tidak jauh dari gagasan bahwa orang menyukai apa yang sudah biasa mereka alami. Pengakuan atas kesukaan atau ketidaksukaan kuliner yang dikondisikan oleh pengaruh sosial atau dari kebiasaan mengonsumsi suatu makanan tersebut.¹⁰²

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilkauan oleh Mutiara dkk dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ulu Bete Kecamatan Masamba Kabupaten Ulu Utara” dengan hasil penelitian secara parsial variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ulu Bete Kecamatan Masamba

¹⁰¹ Wahida, *Rasa dan Cita Rasa dalam...*, hal. 27

¹⁰² Fadly Rahman, *Rijsttafel Budaya Kuliner di Indonesia Masa Kolonial 1870-1942*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), hal. 8

Kabupaten Ulu Utara. Hal ini dikarenakan cita rasa makanan dan minuman yang ditawarkan berupa aroma dan rasanya baik dan dapat melekat dihati konsumen.¹⁰³

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Astuti dkk, dengan judul penelitian “Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso” dengan hasil penelitian bahwa variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso. Hal ini dikarenakan cita rasa makanan yang dihasilkan sangat nikmat.¹⁰⁴

Penelitian ini didukung oleh penelitian Maimunah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan cita rasa yang dihasilkan nikmat untuk dirasakan.¹⁰⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Surahman dengan judul “Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen HR Coffe SP Empat Bebesan” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel cita rasa berpengaruh positif dan

¹⁰³ Sri Mutiara, *Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ulu Bete Kecamatan Masamba Kabupaten Ulu Utara*, Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol. 4, No. 1 Tahun 2021.

¹⁰⁴ Felinda Frika Astuti dkk, *Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katams*, Jurnal Manajemen Dewantara Vol. 3, No. 1 Tahun 2019.

¹⁰⁵ Siti Maimunah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen*, Jurnal Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Vol. 1, No. 2 Tahun 2019.

signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikarenakan cita rasa yang dihasilkan oleh HR Coffe SP Empat Bebasan sangatlah nikmat untuk dirasakan.¹⁰⁶

Hasil penelitian yang didukung oleh Prasetyo dkk dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Slogan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus Pada Warung Rawon Kalkulator Surabaya) dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikarenakan Cita Rasa pada rawon yang dihasilkan sangatlah menggugah selera.¹⁰⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Ridwan dan Rahman dengan judul “Pengaruh Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bebek Kaleyo Jatiwaringin” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan cita rasa yang dihasilkan cukup baik.¹⁰⁸

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gustriana dan Soejarminto dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Prasmanan Sederhana 1 Tegal Gede Cikarang Selatan” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel cita rasa

¹⁰⁶ Bambang Surahman, *Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen HR Coffe SP Empat Bebasan*, Jurnal Economics Review Vol. 1, No. 2 Tahun 2017

¹⁰⁷ Nanda Ade Prasetyo dkk, *Pengaruh Cita Rasa, Slogan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Rawon Kalkulator Surabaya)*, Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis Vol. 6, No. 2 Tahun 2020

¹⁰⁸ Muhammad Ridwan dan Adika Rahman, *Pengaruh Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bebek Kaleyo Jatiwaringin*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 1, No 1 Tahun 2018

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan cita rasa yang dihasilkan sangatlah nikmat.¹⁰⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Arbianto dkk dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus Bakso Gibrass Jln. Kutisari Selatan No. 45 Jakarta) dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikarenakan cita rasa bakso yang menggugah selera untuk dinikmati.¹¹⁰

B. Pengaruh Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung. Alasannya, karena tinggi rendahnya kepuasan konsumen ditentukan pada baik dan buruknya dari kemasan yang digunakan. Sehingga semakin baik kemasan yang digunakan maka semakin tinggi tingkat ketertarikan dan kepuasan pada konsumen. Sebaliknya, jika kemasan yang digunakan buruk maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan dan konsumen tidak tertarik dengan produk yang dihasilkannya.

¹⁰⁹ Ndayu Gustrina dan Yos Soejarminto, *Pengaruh Cita Rasa, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Prasmanan Sederhana 1 Tegal Gede Cikarang Selatan*, Jurnal Manajemen Vol. 3, No. 1 Tahun 2018

¹¹⁰ Tri Arbianto dkk, *Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Bakso Gibrass Jln. Kutisari Selatan No. 45 Jakarta)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 2, No. 1 Tahun 2019

Hasil diatas memaparkan bahwa kemasan baik yang digunakan oleh Kusuma Cookies berupa bentuk kemasan yang digunakan terlihat menarik, bahan kemasan dapat melindungi produk yang dihasilkan, bahan kemasan yang digunakan aman untuk dipegang, gambar atau logo pada kemasan terlihat menarik, warna pada kemasan yang digunakan selaras. Dengan membuat kemasan unik dan menarik yang digunakan maka akan menarik perhatian dari konsumen. Hal ini dikarenakan Kusuma Cookies yang selalu mengutamakan kemasan baik yang digunakan untuk mengemas produknya. Didukung dengan data yang diperoleh dari Kusuma Cookies pada Tahun 2020 bulan Juli sampai dengan Desember yang mengalami peningkatan penjualan sehingga, dapat disimpulkan bahwa kemasan unik dan menarik yang digunakan Kusuma Cookies untuk mengemas produknya, mampu menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang dihasilkannya.

Kemasan adalah sesuatu (material) dapat berupa botol, kertas maupun plastik yang digunakan untuk membungkus makanan. Kesadaran akan pentingnya kemasan yang menarik dan baik semakin meningkat. Karena pentingnya fungsi kemasan dalam pemasaran merupakan atribut yang dilihat konsumen paling awal. Tidak jarang konsumen bersedia membayar lebih untuk mempermudah penampilan dari kemasan yang lebih baik.¹¹¹ Kemasan berfungsi untuk melindungi, mengamankan suatu produk tertentu yang berada

¹¹¹ Hadion Wijoyo dkk, *Manajemen Internasional...*, hal.77

didalamnya serta dapat memberikan citra tertentu pula untuk memikat hati konsumennya.¹¹²

Menurut teori yang dikemukakan Kotler Kemasan adalah kegiatan-kegiatan umum dalam perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain dan pembuatan bungkus atau kemasan bagi suatu barang.¹¹³ Menurut Tjiptono dalam buku Basu Swastha dan Irawan, Pengemas (packaging) merupakan proses yang erkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (container) atau pembungkus (wrapper) untuk suatu produk.¹¹⁴

Hasil penelitian ini relavan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wati dan Soejarminto dengan judul “Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kemasan Terhadap Keouasan Konsumen Pada Kebab Limu Food di Cibarusah” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikarenakan pengemasan yang dilakukan oleh perusahaan sangat menarik.¹¹⁵

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Mahfud dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kemasan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

¹¹² Nanda Resmi dan Tri Wismiarsi, *Pengaruh Kemasan dan Harga pada...*, hal. 3

¹¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 227

¹¹⁴ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern...*, hal. 232

¹¹⁵ Lin Mulia Wati dan Yos Soejarminto, *Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kemasan Terhadap Keouasan Konsumen Pada Kebab Limu Food di Cibarusah*, Jurnal Manajemen, Vol. 1 No.1 Tahun 2017

konsumen. Dikarenakan pengemasan yang dilakukan oleh perusahaan sangat baik.¹¹⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Rifqi dan Zaky dengan judul “Pengaruh Kemasan dan Label Izin P-IRT Terhadap Kepuasan konsumen UMKM Krupuk Ikan” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan sistem pengemasan rapi yang selalu diterapkan.¹¹⁷

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisa dan Zaini dengan judul “Pengaruh Kemasan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Pusat Oleh-oleh Anggrek Snack Kota Batu” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan pengemasan yang menarik yang dilakukan Pusat Oleh-oleh Anggrek Snack Kota Batu.¹¹⁸

Penelitian yang didukung oleh Maryama dan Rachmi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen di Coklatku Malang” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikarenakan pengemasan yang baik menjadi prioritas yang diutamakan.¹¹⁹

¹¹⁶ Helmi Usamah Mahmud, *Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kemasan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6 No. 1 Tahun 2017

¹¹⁷ Rifqi Suprpto, *Pengaruh Kemasan dan Label Izin P-IRT Terhadap Kepuasan konsumen UMKM Krupuk Ikan*, Jurnal Rekomendasi Vol. 3, No. 2 Tahun 2020

¹¹⁸ Anisa Rahma Nuzula Budiani dan Achmad Zaini, *Pengaruh Kemasan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Pusat Oleh-oleh Anggrek Snack Kota Batu*, Jurnal Aplikasi Bisnis Vol. 3, No. 2 Tahun 2017

¹¹⁹ Maya Karimatul Maryama dan Asminah Rachmi, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen di Coklatku Malang*, Jurnal Aplikasi Bisnis Vol. 4, No. 1 Tahun 2018

Hasil penelitian didukung oleh penelitian Komal dengan judul “Pengaruh Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Masyarakat Umum di Bekasi” (Studi Kasus pada UKM Putri Bakery) dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikarenakan kemasan menarik yang digunakan pada UKM Putri Bakery.¹²⁰

Penelitian yang dilakukan Octora dengan judul “Pengaruh Marketing Mix dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Rokok Sampoerna Mild di Yogyakarta” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dikarenakan pengemasan yang baik yang diterapkan pada rokok Sampoerna Mild di Yogyakarta.¹²¹

Hasil penelitian yang dilakukan Ambarwati dengan judul “Pengaruh Kemasan, Kualitas Rasa dan Merek Dagang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Makanan Minuman Kota Kediri” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan selalu mengutamakan kemasan yang digunakan.¹²²

¹²⁰ Kopita Komal, *Pengaruh Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Masyarakat Umum di Bekasi (Studi Kasus pada UKM Putri Bakery)*, Jurnal Manajemen Bisnis Vol.7, No. 3 Tahun 2018

¹²¹ Denny Octora, *Pengaruh Marketing Mix dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Rokok Sampoerna Mild di Yogyakarta*, Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 3, No. 1 Tahun 2015

¹²² Diana Ambarwati, *Pengaruh Kemasan, Kualitas Rasa dan Merek Dagang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Makanan Minuman Kota Kediri*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 1, No. 3 Tahun 2016

C. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung. Alasannya, karena tinggi rendahnya kepuasan konsumen ditentukan pada baik dan buruknya dari harga yang diberikan. Sehingga semakin baik harga terjangkau yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pada konsumen. Sebaliknya, jika harga yang diberikan terlalu mahal dari produk perusahaan lain maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan dan konsumen akan beralih produk ke perusahaan lain.

Hasil diatas memaparkan bahwa harga yang diberikan oleh Kusuma Cookies berupa harga produk yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rasa, harga lebih ekonomis dibanding produk lain yang sejenis, harga sesuai dengan hasil yang diinginkan. Dengan memberikan harga yang terjangkau tetapi dengan produk yang berkualitas maka akan menarik perhatian dari konsumen. Hal ini dikarenakan Kusuma Cookies yang selalu menjaga harga pasaran agar produk yang dihasilkan tetap terjangkau bagi konsumennya. Didukung dengan data yang diperoleh dari Kusuma Cookies pada Tahun 2020 bulan Juli sampai dengan Desember yang mengalami peningkatan penjualan sehingga, dapat disimpulkan bahwa Kusuma Cookies memberikan harga terjangkau dengan produk yang dihasilkan tetap berkualitas

maka akan menarik perhatian dari konsumen untuk membeli produk yang dihasilkannya.

Harga adalah kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Harga dapat juga diartikan dengan sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima suatu produk.¹²³ Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk.¹²⁴ Harga umumnya menjadi hal utama yang diperhatikan oleh konsumen ketika membeli produk. Tinggi rendahnya harga akan menentukan seseorang dalam pembelian suatu produk. Melalui harga, seseorang bisa memutuskan apakah produk tersebut akan dibelinya dan dikonsumsi.¹²⁵

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Listiawati dkk dengan judul “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di PT Indomart Surabaya, Merak-Banten” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena harga yang diberikan terjangkau oleh kalangan masyarakat.¹²⁶

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Purnomo dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap

¹²³ Arief Adi Satria, *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap...*, hal. 46

¹²⁴ Nembah F. Hartimbul, *Manajemen Pemasaran Cetakan I*, (Bandung: Yrama Widya, 2011), hal. 106

¹²⁵ Ruri Putri Utami dan Hendra Saputra, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap...*, hal. 47

¹²⁶ Listiawati, *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di PT Indomart Surabaya, Merak-Banten*, *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu* Vol. 10 No. 2, Oktober 2017

Kepuasan Konsumen Best Autoworks” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan harga yang diberikan bersahabat dan terjangkau untuk para konsumennya.¹²⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Faisal dan Lisarini dengan judul “Pengaruh Kualitas dan Harga Beras Pandanwangi Terhadap Kepuasan Konsumen di Wilayah Pemasaran Cianjur” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan harga yang sesuai dengan beras yang dijual dan adanya potongan harga.¹²⁸

Hasil penelitian yang didukung oleh penelitian Marpaung dan Mekaniwati dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi di PT. Karya Mitra Usaha) dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan harga yang diberikan lebih murah dari perusahaan lainnya.¹²⁹

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Echa dkk dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Bakso Mama 1 Jombang” dengan hasil penelitian yaitu

¹²⁷ Purnomo Edwin Setyo, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks*, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 1 N0. 6, Februari 2017

¹²⁸ Risqi Faisal dan Endah Lisarini, *Pengaruh Kualitas dan Harga Beras Pandanwangi Terhadap Kepuasan Konsumen di Wilayah Pemasaran Cianjur*, Jurnal Agrosience Vol. 5, No. 2 Tahun 2015

¹²⁹ Budiman Marpaung dan Ani Mekaniwati, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi di PT. Karya Mitra Usaha)*, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 8 No. 1 Tahun 2020

secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan harga yang diberikan sangat terjangkau dikalangan masyarakat.¹³⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Patmawati dan Syarif dengan judul “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Emina di Mall Kota Kasablanka” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan harga yang diberikan sangat bersahabat.¹³¹

Hasil penelitian yang didukung oleh penelitian Ferdinand dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Ramayana Lestari Santosa” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan harga yang ditawarkan sesuai dengan permintaan pasar.¹³²

Penelitian yang dilakukan oleh Paulus dengan judul “Pengaruh Variabel Produk dan Harga Air Kemasan Merek ACO Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Sentawar Trust di Kecamatan Linggang Bigung Kabupaten Kutai Barat” dengan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan harga yang diberikan ekonomis dan sangat terjangkau.¹³³

¹³⁰ Echa Febri Chorniawan dkk, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Bakso Mama 1 Jombang*, Jurnal Geo Ekonomi ISSN-Elektronik Vol. 10, No. 2 Tahun 2019

¹³¹ Neneng Sri Patmawati dan Rinaldi Syarif, *Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Emina di Mall Kota Kasablanka*, Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol. 3 No. 3 Tahun 2020

¹³² Ferdinand Napitupulu, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Ramayana Lestari Santosa*, Jurnal Feb Unmul Vol 16, No 1 Tahun 2019

¹³³ Paulus Antang, *Pengaruh Variabel Produk dan Harga Air Kemasan Merek ACO Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Sentawar Trust di Kecamatan Linggang Bigung Kabupaten Kutai Barat*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 5 No. 2 Tahun 2017

D. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung. Alasannya, karena tinggi rendahnya kepuasan konsumen ditentukan pada baik dan buruknya dari inovasi produk yang dihasilkan. Sehingga semakin baik inovasi produk yang dihasilkan maka semakin tinggi tingkat ketertarikan dan kepuasan pada konsumen. Sebaliknya, jika inovasi produk yang dihasilkan buruk maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan dan konsumen akan beralih produk ke perusahaan lain.

Hasil diatas memaparkan bahwa inovasi produk yang dihasilkan oleh Kusuma Cookies yang berupa selalu melakukan perbaikan guna untuk meningkatkan kualitas produk, mempunyai produk yang sangat bervariasi, variasi produk di Kusuma Cookies merupakan penemuan awal oleh Kusuma Cookies, produk yang dihasilkan dibuat dengan desain yang semenarik mungkin. Dengan inovasi produk yang dihasilkan akan membuat konsumen tidak mudah bosan dengan produknya. Hal ini dikarenakan Kusuma Cookies yang selalu melakukan inovasi produk untuk berbenah kedepannya agar lebih baik lagi. Didukung dengan data yang diperoleh dari Kusuma Cookies pada Tahun 2020 bulan Juli sampai dengan Desember yang mengalami peningkatan penjualan sehingga, dapat disimpulkan bahwa Kusuma Cookies selalu melakukan inovasi produk yang dihasilkan untuk membuat konsumen agar

tidak mudah bosan dengan produknya dan dapat berbenah untuk kedepannya supaya produk yang dihasilkannya agar lebih baik lagi.

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung.¹³⁴ Inovasi produk merupakan kondisi pada suatu produk baru bahkan gagasan yang dianggap sesuatu yang baru. Inovasi produk yang dilakukan sangat diperlukan dengan tujuan untuk mempertahankan kepuasan konsumen. Inovasi produk yang dilakukan secara efektif dengan intensitas yang tinggi dapat menentukan kinerja pemasaran dalam sebuah perusahaan.¹³⁵

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diawati dkk dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia Pada Masa Pandemi Covid-19” dengan hasil penelitian yakni secara parsial variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia. Dikarenakan

¹³⁴ Nugroho Setiadi J, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan...*, hal. 398

¹³⁵ Akhmad Nasir, *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Industri...*, hal. 19

Tokopedia selalu meningkatkan inovasi produknya, dan produk tersebut harus memiliki perbedaan sehingga dapat lebih unggul dari *e-commerce* lainnya.¹³⁶

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Miati dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Handycraft* Pada Sentra Kerajinan Bambu Mangkubumi Kota Tasikmalaya” dengan hasil penelitian secara parsial inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Konsumen *Handycraft* Pada Sentra Kerajinan Bambu Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Dikarenakan desain produk dihasilkan selalu baik.¹³⁷

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fillayata dan Mukaram dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi pada Road Cafe Steak dan Pasta Bandung) dengan hasil penelitian secara parsial inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen. Dikarenakan inovasi produk yang diberikan semakin tinggi, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.¹³⁸

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Bunga dan Hermansyur dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM di Kota Medan” dengan hasil penelitian secara parsial

¹³⁶ Pretty Diawati dkk, *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia Pada Masa Pandemi Covid-19*, Jurnal Bisnis dan Pemasaran Vol. 10, No. 2, Tahun 2020

¹³⁷ Iis Miati, *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handycraft Pada Sentra Kerajinan Bambu Mangkubumi Kota Tasikmalaya*, Jurnal ADBIS Vol. 3, No. 2 Tahun 2019

¹³⁸ Vista Efanny Fillayata dan Mukaram, *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Cafe Steak dan Pasta Bandung)*, Jurnal Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar Vol. 5, No. 3 Tahun 2020

inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen. Dikarenakan inovasi produk yang dihasilkan sangat baik.¹³⁹

Penelitian yang dilakukan Laras dan Husnayetti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen” dengan hasil penelitian secara parsial inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen. Dikarenakan dengan selalu melakukan inovasi produk akan membuat konsumen tertarik.¹⁴⁰

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ismunandar dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Illo Cake Patisserie dan Bistro di Kota Bima” dengan hasil penelitian secara parsial inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen. Dikarenakan inovasi produk pada Illo Cake Patisserie dan Bistro di Kota Bima sangat baik.¹⁴¹

Penelitian yang didukung oleh Ernawati dan Kurniati dengan judul “Pengaruh Kreatifitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles” dengan hasil penelitian secara parsial inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

¹³⁹ Bunga Aditi dan Hermansyur, *Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM di Kota Medan*, Jurnal Manajemen Tools Vol. 7 No. 1 Tahun 2017

¹⁴⁰ Laras Widyastuti dan Husnayetti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Manajemen Vol.13, No. 1 Tahun 2021

¹⁴¹ Ismunandar, *Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Illo Cake Patisserie dan Bistro di Kota Bima*, Jurnal Valuasi Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 1, No. 1 Tahun 2021

konsumen konsumen. Dikarenakan inovasi produk pada Steak House Noodles sangat menarik.¹⁴²

Penelitian yang dilakukan oleh Fauziati dan Hasanah dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Desain Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi Kasus Pada Kedai Ohayo Kota Tarakan) dengan hasil penelitian secara parsial inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen konsumen pada Kedai Ohayo Kota Tarakan. Dikarenakan inovasi produk yang baik yang selalu diterapkan.¹⁴³

E. Pengaruh Cita Rasa, Kemasan, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung

Berdasarkan hasil dari hasil pengujian data sebelumnya, dapat diketahui bahwa cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agustin dkk dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Produk Kecantikan Pada PT. Multi Rona Anugra” dengan hasil penelitian yaitu secara

¹⁴² Sri Ernawati dan Uty Kurniati, *Pengaruh Kreatifitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles*, Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Vol. 4, No. 1 Tahun 2020

¹⁴³ Hanifah Amelia Fauziati dan Nurjannatul Hasanah, *Pengaruh Inovasi Produk dan Desain Rumah Makan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kedai Ohayo Kota Tarakan)*, Jurnal Ekonomika Vol. 10, No. 1 Tahun 2019

simultan variabel harga dan kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen.¹⁴⁴

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan siregar dkk, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Mbak Siti” dengan hasil penelitian bahwa variabel harga dan cita rasa berpengaruh secara simultan terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Mbak Siti.¹⁴⁵

Penelitian yang dilakukan Purwoko dkk dengan judul “Pengaruh Kemasan, Kualitas dan Harga Produk Susu Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Dwimitra Usaha Global” dengan hasil penelitian bahwa variabel kemasan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada olahan produk susu di PT. Dwimitra Usaha Global.¹⁴⁶

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yulianti dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen di Perusahaan Jenang Dodol Teguh Rahardjo Ponorogo” dengan hasil penelitian bahwa variabel harga dan kemasan berpengaruh secara simultan terhadap

¹⁴⁴ Ainin Agustin dkk, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Produk Kecantikan Pada PT. Multi Rona Anugra*, Jurnal Manajemen Branchmarck Vol. 2 No.1, Tahun 2019

¹⁴⁵ Amir Hamzah Siregar, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Mbak Siti*, Journal Economy And Currency study (JECS), Vol. 3 No. 1 Tahun 2021

¹⁴⁶ Shandi Purwoko dkk, *Pengaruh Kemasan, Kualitas dan Harga Produk Susu Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Dwimitra Usaha Global*, Jurnal Administrasi dan Manajemen Vol 7, No. 4, tt

kepuasan konsumen di Perusahaan Jenang Dodol Teguh Rahardjo Ponorogo.¹⁴⁷

Penelitian yang didukung oleh Filius dengan judul “Pengaruh Kualitas, Kemasan dan Harga Deterjen Attack Terhadap Kepuasan Konsumen” dengan hasil penelitian bahwa variabel kemasan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk Deterjen Attack.¹⁴⁸

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Habibi dengan judul “Pengaruh Harga, Rasa dan Kemasan Terhadap Kepuasan konsumen Produk Jenang Teguh Rahardjo” dengan hasil penelitian bahwa variabel harga dan kemasan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada produk jenang Teguh Rahardjo.¹⁴⁹

Penelitian yang didukung oleh Muzdalifah dengan judul “Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hisana Fried Chicken di Kota Makassar” dengan hasil penelitian bahwa variabel cita rasa dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Hisana Fried Chicken di Kota Makassar.¹⁵⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Muldiantoro dengan judul “Pengaruh Pelayanan, Harga, Kemasan, Inovasi dan Kekuatan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen RM. Gudeg Adem Ayam di Solo” dengan hasil penelitian bahwa

¹⁴⁷ Eni Yulianti, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen di Perusahaan Jenang Dodol Teguh Rahardjo Ponorogo*, Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 4, No. 2

¹⁴⁸ Filius Beatus Aren, *Pengaruh Kualitas, Kemasan dan Harga Deterjen Attack Terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Ekonomi Manajemen Vol 7, No. 2 Tahun 2017

¹⁴⁹ Habibi Dzun Nuraini, *Pengaruh Harga, Rasa dan Kemasan Terhadap Kepuasan konsumen Produk Jenang Teguh Rahardjo*, Jurnal Ekonomi Pemasaran Vol 5, No.2 Tahun 2015

¹⁵⁰ Muzdalifah, *Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hisana Fried Chicken di Kota Makassar*, Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 12, No.5 Tahun 2019

variabel harga dan kemasan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen RM. Gudeg Adem Ayam di Solo.¹⁵¹

¹⁵¹ Yudha Anggun Setyo Muldiantoro, *Pengaruh Pelayanan, Harga, Kemasan, Inovasi dan Kekuatan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen RM. Gudeg Adem Ayam di Solo*, Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 3, No 2 Tahun 2015