

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Proses Produksi Tape Ketan Hitam

Tapai (biasa disebut tape) adalah makanan tradisional Indonesia yang dibuat dengan cara memfermentasikan karbohidrat. Tapai merupakan hasil fermentasi dalam bentuk padat, tergantung dari jenis bahan bakunya. Tapai dibuat dari ragi yang mengandung campuran mikroorganisme. Beras ketan putih maupun hitam memiliki tekstur yang baik karena kandungan amilopektinnya yang tinggi, terutama beras ketan yang lebih pulen dan lengket. Produk ini memiliki rasa dan aroma yang khas, yaitu perpaduan antara rasa manis, sedikit asam dan alkohol. Peningkatan kadar alkohol karena proses fermentasi selama penyimpanan, sedangkan penurunan karena proses esterifikasi, oksidasi dan evaporasi.

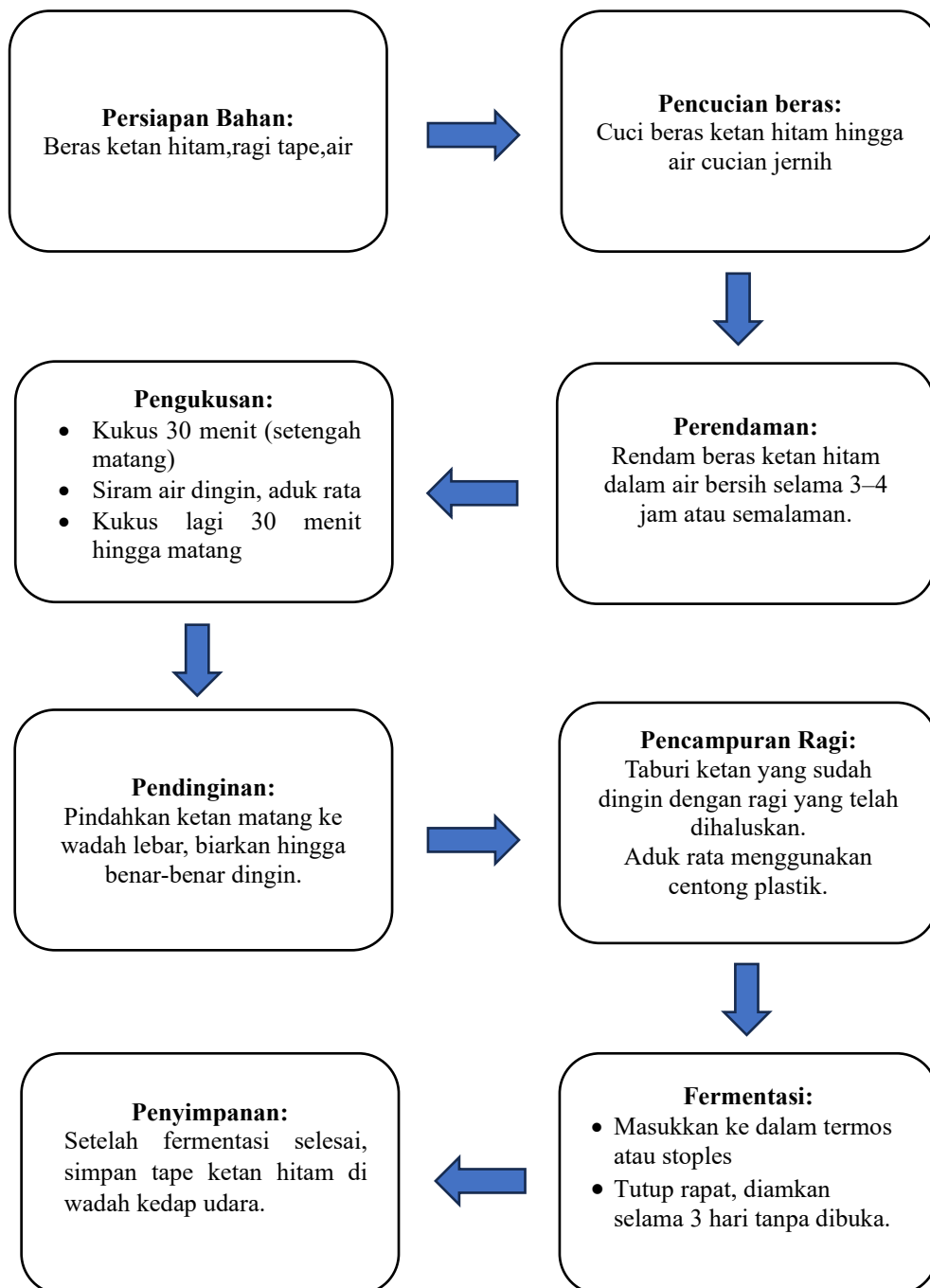
Salah satu makanan berbahan dasar beras ketan hitam Indonesia adalah beras ketan hitam hasil fermentasi yang mengandung antosianin dan fenol serta memiliki sifat antioksidan. Tapai ketan memiliki kandungan antosianin sebesar 257 ppm atau setara dengan 25,7 mg/100gram dan kandungan serat sebesar 5,9 gram /100gram.

Berikut adalah langkah-langkah pembuatan tape ketan hitam:

1. **Persiapan Bahan:** Proses diawali dengan pencucian beras ketan hitam hingga air bilasan menjadi jernih. Setelah itu, beras ketan direndam dalam air bersih selama 3–4 jam atau semalaman. Perendaman ini berfungsi melunakkan biji ketan sehingga lebih mudah dimasak dan difermentasi
2. **Pengukusan Ketan:** Setelah direndam, ketan tiriskan dan kukus selama kurang lebih 30 menit hingga setengah matang. Setelah itu ketan diangkat dan disiram dengan air dingin, lalu diaduk hingga merata. Proses pengukusan dilanjutkan

kembali selama 30 menit atau hingga ketan benar-benar matang. Pengukusan dua tahap ini bertujuan memastikan kematangan ketan yang sempurna tanpa membuatnya terlalu lembek.

3. Pendinginan: Setelah matang, ketan dipindahkan ke wadah lebar dan dibiarkan hingga benar-benar dingin. Pendinginan menjadi tahap penting, karena apabila ketan masih hangat saat penambahan ragi, proses fermentasi tidak akan berlangsung optimal.
4. Pemberian Ragi: Ketan yang telah dingin kemudian ditaburi ragi yang telah dihaluskan. Dalam proses ini, kontak langsung antara tangan dengan ragi dihindari, karena dapat memengaruhi keberhasilan fermentasi. Pencampuran dilakukan menggunakan centong plastik hingga ragi terdistribusi merata pada seluruh ketan.
5. Fermentasi: Ketan yang telah diberi ragi selanjutnya dimasukkan ke dalam termos atau stoples dan ditutup rapat. Tahap fermentasi berlangsung selama tiga hari tanpa pembukaan wadah, untuk menjaga keberhasilan proses. Setelah tiga hari, tape ketan biasanya telah siap dikonsumsi, dengan cita rasa manis alami yang menjadi ciri khasnya.
6. Penyimpanan: Setelah fermentasi selesai, simpan tape ketan hitam di wadah kedap udara untuk menjaga kebersihan dan kualitas produk. Penyimpanan di kulkas akan memperlambat proses fermentasi lanjutan, sehingga rasa manis dan tekstur ketan tetap terjaga lebih lama.



Gambar 5. Bagan Proses Produksi Tape ketan Hitam.

5.2. Karakteristik Responden

Analisis identitas responden dalam penelitian ini dilihat dari beberapa sisi, nama, usia, jenis kelamin (laki-laki atau perempuan), serta frekuensi pembelian tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada keterangan berikut ini.

5.2.1. Jenis Kelamin

Konsumen Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan” yang datang untuk melakukan pembelian memiliki jenis kelamin yang bervariasi. Berdasarkan hasil penelitian gambaran mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada Tabel

Tabel 8. Karakteristik Konsumen Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan” Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Sumber: Lampiran 2

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

5.2.2. Usia

Seiring dengan perubahan usia, keputusan pembelian suatu barang/jasa oleh seseorang akan berubah. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan kesukaan atau selera konsumen terhadap suatu produk. Berdasarkan hasil penelitian

gambaran mengenai usia responden dapat dilihat pada **Tabel 9**.

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

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

Sumber: Lampiran 2

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

5.2.3. Frekuensi pembelian

Frekuensi pembelian adalah ukuran seberapa sering rata-rata pelanggan melakukan pembelian barang atau jasa dari suatu penjual dalam periode waktu tertentu.

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

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

Sumber: Lampiran 2

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

5.3. Perilaku Kepuasan Konsumen Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan”

Perilaku kepuasan konsumen menyangkut suatu proses dalam keputusan sebelum pembelian Tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” sehingga pedagang harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pembelian konsumen. Terdapat empat faktor-faktor dalam mengambil keputusan pembelian tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”. Berikut ini akan disajikan pengukuran variabel perilaku kepuasan konsumen indikator Kualitas Produk (X1), Pelayanan (X2), Kemasan (X3), Harga (X4) terhadap kepuasan konsumen tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

5.3.1. Kualitas Produk

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

Indikator	Total Skor	Skor Maksimum	Skor likert Rata – rata (1–5)	Persentase (%)	Kategori
X1.1	210	250	4,20	84	Sangat Setuju
X1.2	203	250	4,06	81,2	Setuju
X1.3	212	250	4,24	84,8	Sangat Setuju

Sumber: Lampiran 7

Keterangan :

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

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

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

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

Berdasarkan hasil uji deskriptif yang disajikan pada **Tabel 11**, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” dinilai baik oleh konsumen. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata skor pada setiap indikator kualitas produk

(rasa, aroma, dan tekstur) yang berada pada kategori baik hingga sangat baik. Temuan ini mendukung hipotesis pertama, yaitu bahwa kualitas produk memiliki peran penting dalam memengaruhi kepuasan konsumen.

5.3.2. Pelayanan

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

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

Sumber: Lampiran 8

Keterangan :

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

X2.2 = Penjual melayani dengan cepat dan responsif.

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

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

menjadi bagian dari faktor pelayanan dalam membentuk kepuasan konsumen terhadap tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

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

5.3.3. Kemasan

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

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

Sumber: Lampiran 9

Keterangan :

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

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

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

Tabel 13, menunjukkan hasil pengukuran terhadap indikator-indikator variabel kemasan (X3) sebagai salah satu faktor perilaku kepuasan konsumen. Indikator X3.1 memperoleh total skor 205 dari skor maksimum 250, dengan nilai rata-rata 4,10 dan persentase sebesar 82%, termasuk dalam kategori Setuju. Indikator X3.2 memperoleh total skor 213, nilai rata-rata 4,26 dan persentase 85,2%, juga berada pada kategori Sangat Setuju. Sementara itu, indikator X3.3 memiliki total skor 207, nilai rata-rata

4,14, dan persentase 82,8%, yang termasuk dalam kategori Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian sangat baik terhadap desain kemasan, kemudahan penggunaan, dan kemampuan kemasan dalam melindungi produk, yang menjadi bagian dari faktor kemasan dalam membentuk kepuasan konsumen terhadap tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

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

5.3.4. Harga

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

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

Sumber: Lampiran 10

Keterangan :

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

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

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

Tabel 14, menunjukkan hasil pengukuran terhadap indikator-indikator variabel harga (X4) sebagai salah satu faktor perilaku kepuasan konsumen. Indikator X4.1 memperoleh total skor 207 dari skor maksimum 250, dengan nilai rata-rata 4,14 dan persentase sebesar 82,8%, termasuk dalam kategori Setuju. Indikator X4.2

memperoleh total skor 209, nilai rata-rata 4,18 dan persentase 83,6%, juga berada pada kategori Setuju. Sementara itu, indikator X4.3 memiliki total skor 194, nilai rata-rata 3,88, dan persentase 77,6%, yang berada pada kategori Setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum responden menilai harga tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” terjangkau, sesuai dengan kualitas yang diterima, serta cukup bersaing dengan produk sejenis lainnya, sehingga harga menjadi salah satu faktor yang turut memengaruhi kepuasan konsumen.

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

Berikut ini akan disajikan rekapulasi nilai pengukuran variabel perilaku kepuasan konsumen produk Tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” berdasarkan indikator kualitas produk, pelayanan, kemasan dan harga.

Tabel 15. Rakapitulasi Pengukuran Variabel Perilaku Konsumen terhadap Ketan Hitam “Kedai Ikhsan”.

Variabel	Total Skor	Skor Maksimum	Skor likert Rata – rata (1–5)	Persentase (%)	Kategori
X1	208	250	4,16	83,2	Setuju
X2	207	250	4,14	82,8	Setuju
X3	208	250	4,16	83,2	Setuju
X4	203	250	4,06	81,2	Setuju

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada **Tabel 15**, diketahui bahwa kualitas produk (X1), pelayanan (X2), kemasan (X3), dan harga (X4) memiliki nilai rata-rata di atas 4 dan persentase di atas 80%, yang semuanya termasuk dalam kategori Setuju. Variabel dengan nilai rata-rata tertinggi adalah kualitas produk (X1) dan kemasan (X3), masing-

masing sebesar 4,16 dengan persentase 83,2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap rasa, tekstur, aroma produk, serta desain dan fungsi kemasan yang menarik dan praktis.

Sementara itu, variabel pelayanan (X2) memperoleh nilai rata-rata 4,14 atau 82,8%, yang juga menunjukkan tanggapan positif dari responden terhadap keramahan, kecepatan pelayanan, dan kejelasan informasi dari penjual. Adapun nilai rata-rata terendah terdapat pada variabel harga (X4), yakni sebesar 4,06 dengan persentase 81,2%. Meskipun termasuk yang paling rendah, nilai tersebut tetap berada dalam kategori Setuju, menandakan bahwa responden menilai harga tape ketan hitam cukup terjangkau, sesuai dengan kualitas, dan masih kompetitif di pasaran.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut berkontribusi secara signifikan dalam membentuk perilaku kepuasan konsumen terhadap tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”, dengan kualitas produk dan kemasan menjadi faktor yang paling kuat memengaruhi penilaian konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian Supriyadi & Hadijah (2023) yang membuktikan adanya hubungan positif antara kualitas produk serta kemasan dengan minat beli konsumen. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin besar kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini juga mendukung pendapat Widayanto dkk. (2023) yang menegaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor penentu dalam proses penjualan, di mana produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen akan lebih mudah diterima di pasar.

Dengan demikian, temuan pada **Tabel 15** konsisten dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk (X1), pelayanan (X2), kemasan (X3), dan harga (X4) memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen tape ketan hitam

“Kedai Ikhsan”. Hasil ini memberikan gambaran awal mengenai persepsi konsumen terhadap setiap variabel yang diteliti. Selanjutnya, seluruh variabel tersebut akan dianalisis secara simultan melalui uji regresi berganda untuk membuktikan hipotesis kelima.

5.4. Deskripsi Kepuasan Konsumen terhadap Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan”

Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan atau perasaan puas yang dirasakan konsumen setelah mengonsumsi suatu produk tersebut. Berikut ini akan disajikan pengukuran variabel kepuasan konsumen Tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

Tabel 16. Pengukuran Variabel Kepuasan Konsumen terhadap Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan”.

Variabel	Total Skor	Skor Maksimum	Skor Rata – rata (1-5)	Persentase (%)	Kategori Tingkat Kepuasan
Y1	210	250	4,20	84%	Sangat Setuju
Y2	207	250	4,14	82,8%	Setuju
Y3	207	250	4,14	82,8%	Setuju
Y4	223	250	4,46	89,2%	Sangat Setuju

Sumber: Lampiran 13

Keterangan:

Y1 = Saya puas dengan tape ketan hitam yang dijual di Kedai Ikhsan.

Y2 = Saya akan merekomendasikan tape ketan hitam Kedai Ikhsan kepada orang lain.

Y3 = Saya akan membeli kembali tape ketan hitam di Kedai Ikhsan

Y4 = Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan produk dan layanan Kedai Ikhsan.

Berdasarkan hasil pengukuran pada **Tabel 16**, kepuasan konsumen terhadap tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” menunjukkan nilai rata-rata di atas 4 dan persentase di atas 80%, yang berarti seluruh indikator berada pada kategori positif (Setuju atau

Sangat Setuju). Indikator dengan nilai tertinggi adalah Y4 (4,46 atau 89,2%), yang termasuk kategori Sangat Setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan responden merasa sangat puas terhadap produk dan layanan yang diberikan oleh Kedai Ikhsan.

Indikator Y1 memperoleh nilai rata-rata 4,20 atau 84,0% dan juga termasuk kategori *Sangat Setuju*, menunjukkan bahwa konsumen merasa puas setelah mengonsumsi tape ketan hitam tersebut. Sementara itu, indikator Y2 dan Y3 memiliki nilai rata-rata 4,14 atau 82,8% (kategori *Setuju*), yang mencerminkan adanya niat baik dari konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang, meskipun tingkat keyakinannya sedikit lebih rendah dibandingkan kepuasan secara keseluruhan.

Hasil ini menunjukkan bahwa selain merasa puas, konsumen juga memiliki kecenderungan untuk loyal terhadap produk melalui rekomendasi dan pembelian ulang. Temuan ini konsisten dengan hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh signifikan kualitas produk (X1), pelayanan (X2), kemasan (X3), dan harga (X4) terhadap tingkat kepuasan konsumen tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”. Indikator Y4 menjadi representasi paling kuat dari kepuasan menyeluruh, sedangkan Y2 dan Y3 mencerminkan potensi loyalitas yang dapat ditingkatkan melalui strategi pemasaran dan perbaikan kualitas layanan.

5.5. Uji Instrumen

5.5.1. Uji Validitas

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

a. Kepuasan Konsumen (Y)

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

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

Sumber: Lampiran 15

Berdasarkan **Tabel 17**, seluruh item pertanyaan variabel kepuasan konsumen (Y1, Y2, Y3, Y4) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,739 hingga 0,845, dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua item memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total variabel kepuasan konsumen, sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan pada analisis selanjutnya.

b. Kualitas produk (X1)

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

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

Sumber: Lampiran 15

Berdasarkan **Tabel 18**, seluruh item pertanyaan variabel kualitas produk (X1.1, X1.2, X1.3) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,755 hingga 0,882, dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua item memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total variabel kualitas produk, sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan pada analisis selanjutnya.

c. Pelayanan (X2)

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

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

Sumber: Lampiran 15

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

variabel pelayanan, sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan pada analisis selanjutnya.

d. Kemasan (X3)

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

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

Sumber: Lampiran 15

Berdasarkan **Tabel 20**, seluruh item pertanyaan variabel kemasan (X3.1, X3.2, X3.3) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,814 hingga 0,853, dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua item memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total variabel kemasan, sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan pada analisis selanjutnya.

e. Harga (X4)

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

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

Sumber: Lampiran 15

Berdasarkan **Tabel 21**, seluruh item pertanyaan variabel harga (X4.1, X4.2, X4.3) memiliki nilai Pearson Correlation antara 0,710 hingga 0,798, dengan nilai signifikansi (sig. 2-tailed) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua item memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total variabel harga, sehingga dinyatakan valid dan layak digunakan pada analisis selanjutnya.

5.5.2. Uji Realibilitas

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

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

Uraian	Nilai
Coronbach’s Alpa	0,920
Keterangan	Reliabel

Sumber: Lampiran 16

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

5.5.3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk memulai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel tersebut normal atau tidak. Variabel dikatakan berdistribusi normal apabila signifikan $\geq 0,05$. Adapun uji normalitas data pada penelitian ini sebagai berikut:

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

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

Sumber: Lampiran 17

Berdasarkan **Tabel 23**, diketahui bahwa nilai signifikan Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,075 yang artinya $>$ dari 0,005 . Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-smirnov, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

5.6. Uji Regresi Linear Berganda

5.6.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

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

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

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

Sumber: Lampiran 18

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

5.6.2. Uji Simultan (Uji-F)

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

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

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

Sumber: Lampiran 18

Berdasarkan **Tabel 25**, menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kualitas produk, pelayanan, kemasan dan harga (X) terhadap kepuasan konsumen pada tape ketan hitam “Kedai Ikhsan” diperoleh sebesar $0,001 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen pada tape ketan hitam “Kedai Ikhsan”.

5.6.3. Uji Parsial (Uji-t)

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

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

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

Sumber: Lampiran 18

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

a. Faktor Kualitas produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan”.

Kepuasan produk memiliki nilai t hitung sebesar 2,533 dengan nilai signifikansi 0,015. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen tape ketan hitam di Kedai Ikhsan. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

b. Faktor Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan”.

Pelayanan menunjukkan nilai t hitung -2,043 dengan nilai signifikansi 0,047. Meskipun nilai t hitung negatif, signifikansi yang dihasilkan masih di bawah 0,05, sehingga pelayanan tetap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan, baik dari segi keramahan, kecepatan, maupun ketepatan, sangat penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kepuasan.

c. Faktor Kemasan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan”.

Variabel kemasan memperoleh nilai t hitung 4,541 dengan signifikansi 0,001, yang berarti sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemasan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai daya tarik visual yang dapat meningkatkan minat beli konsumen. Kemasan yang menarik, informatif, dan mudah dibawa akan memberikan nilai tambah tersendiri bagi konsumen.

d. Faktor Harga (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen Tape Ketan Hitam “Kedai Ikhsan”.

Harga memiliki t hitung 2,815 dengan signifikansi 0,007, yang juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk akan membuat konsumen merasa mendapatkan nilai yang sepadan atas uang yang mereka keluarkan. Jika harga dianggap terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas, maka kepuasan konsumen bisa menurun.

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