

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan

Riana P. Masinambow
Johny R. E Tampi
Lucky F. Tamengkel

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi
E-mail: rianamasinambow1998@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study was to determine whether product quality has an effect on consumer satisfaction in CV. PRAYER MEBEL Tewasen Village, South Minahasa Regency. This type of research is quantitative data using non-probability sampling techniques for sampling. The research data was obtained by distributing questionnaires about Product Quality and Customer Satisfaction to 50 respondents using a Likert scale. The data collected is then analyzed with the validity test, reliability test, normality test as a condition for carrying out the simple linear regression test with the t test and the coefficient of determination test (r square), It can be concluded that the effect of Product Quality on Consumer Satisfaction is 0.483 or 48.3%. With this, it can be seen that product quality is a very important factor in selling goods or services offered to consumers. So that the results obtained from this study are that there is a significant effect on product quality on customer satisfaction in CV. PRAYER MEBEL, Tewasen Village, South Minahasa Regency.*

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction

Abstrak. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen pada mebel CV. PRAYER MEBEL Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan. Jenis Penelitian yang dilakukan adalah data kuantitatif dengan menggunakan teknik non probability sampel untuk pengambilan sampel. Data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen kepada 50 responden dengan menggunakan skala likert. Data yang terkumpul lalu di analisa dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas sebagai syarat untuk melakukan Uji Regresi Linear Sederhana dengan Uji t dan Uji Koefisien Determinasi (r square), maka diperoleh kesimpulan bahwa pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0.483 atau 48.3%. Dengan ini dapat diketahui bahwa kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menjual barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di CV. PRAYER MEBEL Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Pengembangan usaha yang dikelola oleh masyarakat dewasa ini semakin meningkat. Hal ini nyata terlihat sebagaimana yang ada baik pada masyarakat kota maupun masyarakat desa. Salah satu usaha yang terlihat memiliki peningkatan dalam pengembangan yaitu usaha mebel. Usaha mebel yang diguluti oleh masyarakat, berkembang karena kebutuhan akan mebel sangat berkaitan dengan kebutuhan dalam rumah tangga maupun perkantoran. Mebel yang dikelola oleh masyarakat baik secara umum maupun perorangan diharapkan dapat memuaskan pembeli atau customer. Oleh karenanya diperlukan adanya kualitas produk yang

dimiliki dari setiap barang yang dipasarkan. Kualitas yang dimiliki oleh suatu produk yang dipasarkan akan sangat terlihat pada daya tahan atau kehandalan, kemampuan pada pemanfaatan serta nilai atau manfaat yang dirasakan ketika menggunakan produk tersebut. Dikarenakan hal tersebut akan bermuara pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antar perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya

loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, maka CV. Prayer Mebel berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang di produksi. CV. Prayer Mebel merupakan salah satu usaha produksi, distribusi dan sekaligus penjualan mebel yang berlokasi di Kabupaten Minahasa Selatan. Mebel yang diproduksi oleh CV. Prayer Mebel tergolong mebel yang bergaya minimalis yang mengutamakan bahan yang sesuai dengan kualitas dan manfaatnya. CV. Prayer Mebel masih memiliki kekurangan atau kelemahan dalam kegiatan produksi, karena CV. Prayer Mebel masih menggunakan alat yang manual untuk memproduksi suatu produk sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama dan bahkan ada konsumen yang merasa kurang puas karena disaat pengiriman produk ada barang yang kualitasnya kurang sempurna dalam produksinya, sehingga barang dikembalikan lagi untuk di servis ulang. Memperhatikan hal tersebut diatas maka dapat dipahami bahwa pengelolaan usaha yang mampu memperhatikan kualitas produk akan dapat memberikan kepuasan konsumen pada customer yang membeli mebel di CV. Prayer Mebel. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul : “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Prayer Mebel Di Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan” untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di CV. Prayer Mebel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV. Prayer Mebel yang beralamat di Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan.

Kualitas Produk

Pengertian kualitas produk memiliki inti pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang bertujuan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014), kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin

dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Armstrong (2012:283) berpendapat bahwa kemampuan sebuah produk memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kepuasan konsumen yang dirasakan oleh konsumen adalah salah satu indikator untuk menentukan apakah bisnis yang kita kelola sukses atau tidak. Semakin banyak konsumen yang merasa puas dengan produk kita maka semakin baik juga perkembangan bisnisnya. Menurut Husein Umar (2013:65) mendefinisikan “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya”. Sedangkan Kotler dan Keller (2012:138) mendefinisikan “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas”.

Dimensi Kualitas Produk

Ada beberapa pendapat mengenai dimensi kualitas produk, antara lain menurut Vincent Gaspersz (2011) dimensi-dimensi kualitas produk terdiri dari: (1) Kinerja berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. (2) Daya tahan berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk. (3) Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk. (4) Keistimewaan adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. (5) Reliabilitas merupakan probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan. (6) Estetika berhubungan dengan bagaimana penampilan produk. (7) Kesan terhadap kualitas sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. (8) Pelayanan meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen yang dirasakan oleh konsumen adalah salah satu indikator untuk menentukan apakah bisnis yang kita kelola sukses atau tidak. Semakin banyak konsumen yang merasa puas dengan produk kita maka semakin baik juga perkembangan bisnisnya. Oleh karenanya, tidak mengherankan jika kepuasan konsumen selalu mendapat perhatian khusus saat menyusun strategi bisnis. Sedangkan menurut Husein Umar (2013:65) mendefinisikan “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang dia terima dan harapannya.” Telah banyak pengertian yang dikemukakan oleh para ahli tentang kepuasan konsumen yang antara lain Kepuasan konsumen adalah evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan/pemakaiannya. Sedangkan Kotler dan Keller (2012:138) mendefinisikan “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas”.

Indikator Kepuasan Konsumen

Adapun indikator-indikator kepuasan konsumen (Kusumasitta, 2014) meliputi : (1)Kepuasan general atau keseluruhan (2) Konfirmasi harapan yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi. (3) Perbandingan situasi ideal yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen. (4) Pembelian Ulang yaitu Konsumen puas dan akan kembali membeli produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2011) antara lain: (a) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. (b) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. (c) Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang

lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu. (d) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. (e) Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Kepuasan seseorang dalam sebuah pembelian tergantung pada kualitas produk dan jasa. Kualitas terpahami sebagai kecocokan untuk digunakan dalam pemenuhan tuntutan dimana totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan konsumennya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas, tetapi kita harus membedakan antara kesesuaian kualitas dan kinerja (tingkat) kualitas.

Kualitas Produk adalah standar yang harus dipenuhi atau merupakan syarat agar suatu nilai dari produk memungkinkan untuk bisa memuaskan konsumen sesuai harapan. Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Berdasarkan konsep teori dan kerangka berpikir yang dikemukakan diatas maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV. Prayer Mebel di Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan.

Dengan memperhatikan tujuan penelitian ini, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey eksplanatori. Informasi atau data primer untuk penelitian ini dihimpun melalui metode survey dengan menggunakan anket yang diisi oleh responden. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas adalah kualitas produk sebagai variabel (X) dan sebagai variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen yang disebut variabel (Y).

Definisi Konsep dan Operasional Variabel

1) Kualitas Produk adalah standar yang harus

dipenuhi atau merupakan syarat agar suatu nilai dari produk memungkinkan untuk bisa memuaskan konsumen sesuai harapan yang terlihat pada karakteristik operasi dasar dari sebuah produk, daya tahan produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti, kesesuaian dengan spesifikasi, karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk, probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu, penampilan produk, kesan kualitas, kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

- 2) Kepuasan Konsumen adalah tanggapan yang menjelaskan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dari pembelian suatu produk dan harapan sebelumnya sebagaimana terdeskripsi pada kepuasan general atau keseluruhan, konfirmasi harapan, yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi dan perbandingan situasi ideal yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey eksplanatori. Informasi atau data primer untuk penelitian ini dihimpun melalui metode survey dengan menggunakan anket yang diisi oleh responden. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh CV. PRAYER MEBEL dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampel berdasarkan pedoman yang dikemukakan Roscoe dalam Sugiyono (2012), kemudian data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen kepada 50 responden dengan menggunakan skala likert. Data yang terkumpul lalu di analisa dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas sebagai syarat untuk melakukan Uji Regresi Linear Sederhana dengan Uji t dan Uji Koefisien Determinasi (r^2) menggunakan bantuan aplikasi statistik IBM SPSS.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil uji dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada setiap item diperoleh kesimpulan bahawa item-

item pada pernyataan tersebut dinyatakan valid dan reliabel dengan nilai cronbach's alpha > 0.6 sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Berdasarkan hasil dalam uji normalitas kolmogrov smirnov diperoleh nilai signifikansi $0.078 > 0.05$ dan disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Dan dalam pengujian uji regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi (r^2) diperoleh hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.483 Seperti terlihat pada tabel *Summary* di bawah ini :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695a	0,483	0,472	1,894

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 0.483 atau 48.3% Sedangkan sisanya 51.7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang berasal dari luar variabel yang tidak diteliti, seperti minat beli dari konsumen karena Minat Beli juga sama pentingnya dengan keinginan untuk memiliki suatu produk. Meski mempunyai produk yang baik bila konsumen tidak memiliki minat beli atau keinginan untuk memiliki produk itu maka konsumen enggan membelinya. Kemudian tempat usaha karena pemilihan lokasi sangatlah penting terhadap usaha yang dijalankan. Apabila usaha memiliki letak yang strategis dan mudah dilihat serta akses jalan yang mudah dapat menarik konsumen untuk datang membeli akan tetapi kalau malah sebaliknya pemilihan tempat yang tidak tepat bisa saja konsumen tidak tertarik untuk datang. Kemudian hasil untuk uji t diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV. Prayer Mebel.

Dengan ini dapat diketahui bahwa kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menjual barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga dalam Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di CV. PRAYER MEBEL Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengelolaan data penelitian dari kedua variabel yaitu kualitas produk (X) dan kepuasan konsumen (Y) dengan sampel lima puluh

orang responden, maka diperoleh kesimpulan bahwa Kualitas Produk sangat berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Dan ini membuktikan bahwa kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menjual barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga dalam penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di CV. Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan. Dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu untuk karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa kepribadian responden menunjukkan perempuan lebih banyak melakukan pembelian produk mebel di CV. Prayer Mebel dibandingkan laki-laki. Dari segi umur responden dengan usia 36-50 tahun yang paling banyak membeli barang atau produk dari CV. Prayer Mebel. Berdasarkan karakteristik pekerjaan responden yang paling banyak membeli produk CV. Prayer Mebel adalah responden dengan berlatarbelakang pekerjaan sebagai pegawai negeri. Berdasarkan hasil pengelolaan data tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di CV. Prayer Mebel desa Tewasen Kecamatan Amurang Barat Kabupaten Minahasa Selatan untuk lebih jelasnya akan dibahas sebagai berikut :

Kualitas Produk. Berdasarkan hasil penelitian dari uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil uji validitas dan hasil reliabilitas variabel kualitas produk dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada setiap item diperoleh kesimpulan bahwa item-item pada pernyataan tersebut dinyatakan valid dan reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Setelah melakukan pengujian data uji validitas dan uji reliabilitas peneliti juga melakukan pengujian data uji normalitas yang juga sebagai salah satu syarat sebelum melakukan uji regresi linear sederhana uji t dan juga uji koefisien determinasi (r square). Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah data atau nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Sehingga hasil dalam uji normalitas kolmogrov smirnov diperoleh hasil yaitu nilai residualnya berdistribusi normal. Dan dalam pengujian uji regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi (r square) diperoleh hasil koefisien determinasi (R square) yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen) adalah kuat. Kemudian hasil untuk uji t diperoleh kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV. Prayer Mebel.

Kepuasan Konsumen. Data yang diperoleh pada penelitian ini diketahui bahwa dari semua responden konsumen CV. Prayer Mebel menyatakan setuju pada kuesioner yang telah dibagikan peneliti. Selain itu hasil uji validitas dikatakan valid dikarenakan item-item pernyataan yang diberikan berada di atas nilai r tabel yang berada pada taraf signifikan lima persen dan uji reliabilitas dikatakan reliabel karena hasil dari cronbach alpa.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas produk yang baik akan menarik hati konsumen untuk dapat kembali lagi membeli produk tersebut. Untuk menunjang kepuasan konsumen maka salah satu upaya yang harus dilakukan CV. Prayer Mebel Tewasen Kecamatan Amurang Barat Kabupaten Minahasa Selatan adalah perlu memberikan kualitas produk yang benar-benar dapat dipercaya, sebab dengan adanya peningkatan dalam hal ini kualitas produk yang baik maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian produk.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, dimana kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian produk mebel di CV. Prayer Mebel. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam membeli produk CV. Prayer Mebel. Penelitian ini juga sama dengan penelitian terdahulu, dimana terdapat pengaruh kualitas produk dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian produk.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di CV. Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan maka didapat kesimpulan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun pengaruhnya juga berada pada variabel lain seperti harga, tempat, promosi, minat beli dan variabel yang sangat penting dan perlu diperhatikan. Usaha CV. Prayer Mebel ini harus melakukan langkah yang tepat untuk mengembangkan suatu usaha dikarenakan kualitas produk mereka yang baik akan berpotensi menarik konsumen baru karena produk tersebut berada pada tingkat kualitas produk yang baik dari segi bentuk dan ukuran sehingga menarik mata konsumen untuk dapat membeli atau memiliki

produk tersebut maka hal itu sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena memiliki produk yang sesuai dengan harapan atau keinginan dari konsumen sehingga tercipta pembelian kembali atau berulang terhadap produk mebel di CV. Prayer Mebel desa Tewasen Kecamatan Amurang Barat Kabupaten Minahasa Selatan. Kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karna dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan responden yang telah melakukan pembelian minimal tiga kali pada CV. Prayer Mebel yang beralamat di desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan. Sehingga dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di CV Prayer Mebel Desa Tewasen Kabupaten Minahasa Selatan. Karena penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menjual barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Referensi

- Armstrong, G. 2012. *Marketing an Introduction*. Indonesia: Perason
- Gaspersz, V. 2012. *All In One: Production and Inventori Management*, Edisi 8. Bogor: Vinchristo Publication
- Kotler, P. dan Kevin, K. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan Kevin, K. 2016. *Marketing Management*. 15th edition. New Jersey: Prentice Hall
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, H. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers