

Pengaruh Konsistensi Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kacang Telor Tugu Lilin Penumping

Tania Oktavia Kristanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Dika Puspitaningrum

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Alamat: Makamhaji, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57161

Korespondensi Penulis: taniakrs03@gmail.com, puspita@stiesurakarta.ac.id

Abstract. *This research aims to study and analyze the impact of taste consistency and product quality on the level of customer satisfaction with the product Kacang Telor Tugu Lilin Penumping, amid the significant growth of the snack industry sector in Indonesia. The research background emphasizes the importance of these components in shaping consumer behavior, where product quality and taste consistency often serve as key determinants in the food industry. Thus, this research helps us understand how customer satisfaction correlates with product quality. The method applied is a descriptive quantitative approach, with the population covering all consumers of the product. Data collection techniques were conducted through questionnaires that successfully gathered 98 respondents. Data analysis includes instrument tests (validity and reliability), classical assumption tests (such as normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing to examine the influence of independent variables. The research results indicate that taste consistency does not have a significant influence on consumer satisfaction, whereas product quality exhibits a clear and meaningful positive relationship. The implications of these findings are that producers need to prioritize improving product quality to enhance customer satisfaction levels, strengthen brand loyalty, and expand market share.*

Keywords: *Consistency, Customer Satisfaction, Product Quality, Taste*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis dampak konsistensi cita rasa serta kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada produk Kacang Telor Tugu Lilin Penumping, di tengah pertumbuhan signifikan sektor industri camilan di Indonesia. Latar belakang penelitian menekankan pentingnya komponen ini untuk membentuk perilaku konsumen, di mana kualitas produk dan konsistensi rasa sering menjadi penentu utama dalam industri pangan. Dengan demikian, penelitian ini membantu kami memahami bagaimana kepuasan pelanggan berkorelasi pada kualitas produk. Metode yang diterapkan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan populasi yang mencakup seluruh konsumen produk tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang berhasil mengumpulkan 98 responden. Analisis data meliputi uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis untuk menguji pengaruh variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi cita rasa tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas produk memiliki hubungan positif yang jelas dan bermakna. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa produsen perlu memprioritaskan peningkatan kualitas produk untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas merek, dan memperluas pangsa pasar.

Kata kunci: Cita Rasa, Kepuasan Konsumen, Konsistensi, Kualitas Produk

LATAR BELAKANG

Menurut informasi Tirto.id (2023), konsumsi makanan ringan di Indonesia sangat tinggi, utamanya didominasi generasi milenial dan Gen Z. Pada 2023, pasar ini bernilai 3,87 miliar dolar AS dengan pertumbuhan tahunan 8,13 persen. Pada umumnya, sektor industri makanan serta minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan. Per kuartal I-2025 industri ini tumbuh 6,04 persen dan menyerap investasi

sebesar Rp22,64 triliun. Peningkatan ini dikarenakan populasi yang lebih aktif serta meningkatnya permintaan akan makanan siap santap yang lezat serta terjangkau. Kacang Telor "Tugu Lilin" merupakan salah satu camilan khas Indonesia yang telah dikenal luas, terutama di daerah Penumping. Keberhasilan produk ini tidak lepas dari konsistensi cita rasa dan kualitas yang ditawarkannya. Dalam era persaingan yang semakin ketat, di mana banyak merek besar berusaha merebut perhatian konsumen, pelaku usaha lokal seperti "Tugu Lilin" harus mampu mempertahankan keunggulan produknya. Salah satu tantangan besar yang dihadapi oleh pelaku usaha lokal adalah menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk secara terus-menerus, terutama saat mereka memperbesar skala produksi.

Seiring meningkatnya pertumbuhan industri makanan ringan, ekspektasi konsumen terhadap makanan ringan semakin tinggi. Konsumen tidak hanya menuntut kepraktisan dan kecepatan, tetapi juga menuntut kualitas produk yang lebih tinggi dan konsistensi rasa yang terjaga. Kualitas produk dan konsistensi rasa sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, karena produk berkualitas tinggi memenuhi harapan dan memberikan pengalaman rasa yang sama setiap kali dibeli. Kualitas produk mencakup beberapa unsur, seperti bahan yang digunakan, proses produksi yang bersih, serta kandungan gizi pada produk tersebut. Konsumen semakin cerdas dan selektif, mereka tidak hanya mencari makanan yang lezat tetapi juga yang aman dan baik untuk dikonsumsi. Oleh karena itu, produk dengan kualitas yang baik lebih cenderung menarik perhatian dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Selain itu, konsistensi rasa juga merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan. Saat konsumen menemukan produk yang mereka sukai, mereka ingin merasakan cita rasa yang sama setiap kali membelinya. Jika sebuah produk sering mengalami perubahan rasa atau kualitas, konsumen bisa merasa kecewa dan beralih ke merk lain. Dengan menjaga konsistensi rasa, pemilik usaha tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen, tetapi juga menciptakan pengalaman positif yang memotivasi mereka untuk kembali membeli produk tersebut. Secara keseluruhan, kedua faktor ini saling melengkapi dan berkontribusi pada kesuksesan suatu merek di pasar. Pemilik usaha yang bisa mempertahankan kualitas produk dan konsistensi rasa akan memiliki keunggulan kompetitif yang besar, serta bisa membangun hubungan jangka panjang yang solid dengan konsumen. Banyaknya bisnis yang bersaing untuk menarik konsumen dengan berbagai strategi yang efektif agar dapat mempengaruhi konsumen dan tidak tertinggal dalam kompetisi pasar. Berbagai metode tersedia untuk menarik perhatian pelanggan dengan tujuan mendorong perilaku pembelian. Meningkatkan kualitas produk serta menjamin konsistensi rasa adalah salah satu rencana utama yang dapat digunakan oleh bisnis untuk memudahkan konsumen mengambil keputusan pembelian yang lebih mudah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Maria dan Anshori (2013), kualitas produk merupakan salah satu komponen utama yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Kualitas produk tidak hanya memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, tetapi juga memengaruhi loyalitas merek. Pembeli yang merasa puas dengan produk tersebut cenderung menjadi pelanggan setia dan sering merekomendasikan produk tersebut

kepada orang lain. Fenomena ini dapat meningkatkan reputasi merek dan membantu produsen memperluas pangsa pasar mereka.

Selain itu dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, konsistensi rasa menjadi salah satu senjata utama untuk membangun loyalitas pelanggan. Ketika suatu produk mampu memberikan cita rasa yang sama setiap kali dikonsumsi, konsumen akan mengembangkan kepercayaan dan ketergantungan terhadap brand tersebut. Konsistensi rasa yang terjaga dengan baik akan menciptakan pengalaman yang familiar dan memuaskan, maka pelanggan tidak perlu khawatir untuk kembali membeli produk tersebut lagi. Konsistensi dalam cita rasa suatu masakan adalah hal yang penting dalam bisnis kuliner karena ciri khas yang konsisten akan menjadi ciri khas perusahaan.

Kepuasan pelanggan memegang peran krusial dalam menjamin keberlanjutan bisnis. Kepuasan konsumen juga membangun citra positif yang dapat menarik lebih banyak pelanggan baru melalui berbagai rekomendasi. Dalam situasi persaingan bisnis yang semakin sengit, kepuasan pelanggan bisa menjadi pembeda antara satu perusahaan dengan lainnya. Pelanggan yang puas dengan layanan yang mereka terima tidak hanya akan kembali lagi, tetapi juga lebih menerima jika ada kenaikan harga dan cenderung mengabaikan kompetitor. Tingkat kepuasan pelanggan juga merupakan indikator penting dalam menilai kesuksesan suatu produk di pasar. Dengan membandingkan apa yang diterima dan harapan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai tingkat dasar perasaan pelanggan terhadap suatu layanan atau kualitas produk. (Irwansyah & Mappadeceng, 2018). Namun, ketika kinerja produk memenuhi harapan, pelanggan akan puas dan menjadi loyal.

Kacang Telor Tugu Lilin merupakan makanan ringan yang banyak diminati yang mengandalkan keunikan rasa lokal dan metode distribusi tradisional, perlu memahami bagaimana kedua variabel ini kualitas produk dan konsistensi cita rasa mempengaruhi kepuasan konsumen. Pentingnya konsistensi cita rasa menjadikan penelitian ini untuk membantu produsen memahami pengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, kualitas produk merupakan aspek utama dalam menciptakan kepuasan konsumen. Analisis kedua variabel ini dapat memberikan rekomendasi yang komprehensif untuk meningkatkan standar kualitas produk, sehingga dapat membantu produsen dalam memenuhi ekspektasi konsumen. Penelitian ini juga berfokus pada kepuasan konsumen yang berkaitan dengan loyalitas dan repetisi pembelian, sehingga dapat membantu pelaku usaha merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Mengambil merk Kacang Telor “Tugu Lilin” dan Penumping sebagai lokasi penelitian dapat memberikan nilai lokal yang bermanfaat bagi usaha kecil dan menengah di sekitarnya. Selain itu, penelitian ini berpotensi memperkaya literatur mengenai hubungan antara kualitas produk, konsistensi rasa, dan kepuasan konsumen, khususnya di bidang makanan ringan. Dengan memahami berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, produsen dapat mengoptimalkan produk mereka untuk menarik lebih banyak pelanggan.

KAJIAN TEORITIS

Konsistensi Cita Rasa

Konsistensi rasa merujuk pada kemampuan sebuah produk untuk menjaga rasa dan tekstur yang sama selama tahap produksi. Hal ini dicapai dengan melakukan pengawasan kualitas yang ketat terhadap bahan-bahan dan proses pembuatannya. Cita rasa memiliki peran krusial memenuhi kebutuhan konsumen serta menjadikan cita rasa sebagai elemen penting. Oleh karena itu, pengusaha yang bersaing berusaha untuk menciptakan cita rasa yang unik pada masing-masing menu supaya dapat menarik perhatian publik. Cita rasa yang berkualitas memungkinkan seseorang untuk menentukan apakah suatu makanan pantas untuk dikonsumsi atau tidak. Menurut Drummond KE & Brefere LM (2010). Cita rasa memiliki 4 indikator yaitu : (1) bau, (2) rasa, (3) tekstur, dan (4) suhu

Kualitas Produk

Kualitas sebuah produk dapat diartikan sebagai kemampuannya untuk mencukupi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen. Kualitas produk adalah faktor utama yang menentukan persepsi dan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Menurut pandangan David Garvin (2016:27), dimensi kualitas suatu produk dapat diidentifikasi melalui delapan indikator utama, yakni Kinerja, Fitur yang dimiliki, Keandalan, Kesesuaian dengan standar, Daya tahan, Kemudahan perbaikan, Keindahan atau estetika, serta Kualitas yang dirasakan oleh pengguna.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009:140), kepuasan pelanggan merupakan kondisi penting yang mendorong perusahaan untuk mengambil tindakan yang bijaksana melalui pemantauan teratur terhadap tingkat kepuasan pelanggan, karena kepuasan merupakan komponen penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Menurut Irawan (2008), faktor atau indikator kepuasan konsumen meliputi: Perasaan puas yang timbul dari pelayanan baik oleh penyedia barang atau jasa, Pemenuhan harapan konsumen berdasarkan kesesuaian kualitas produk atau jasa, Kebiasaan konsumen untuk terus membeli dan mencoba produk agar harapan mereka terpenuhi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana konsistensi cita rasa dan kualitas produk berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan pada produk Kacang Telor Tugu Lilin Penumping. Metode yang diterapkan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif, dimana menggambarkan suatu keadaan dengan data berupa angka-angka kemudian dilakukan Analisa secara deskriptif (Udin & Puspitaningrum, 2025). Dengan populasi yang mencakup seluruh konsumen dari Kacang Telor Tugu Lilin. Teknik pengumpulan data melibatkan survei melalui kuesioner, yang berhasil mengumpulkan respons dari 98 responden yang ditentukan berdasarkan rumus *Lemeshow*. Adapun teknik analisis data mencakup uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas menilai sejauh mana instrumen kuesioner akurat mengukur variabel dengan membandingkan r hitung dan r tabel pada tingkat signifikansi 0.05. instrumen dianggap valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dan bernilai positif, menunjukkan bahwa item-item kuesioner mampu mengungkapkan konsep yang dianalisis secara tepat (Ghozali, 2013).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Konsistensi Cita Rasa (X1)	CR1	0,685	0,199	Valid
	CR2	0,689	0,199	Valid
	CR3	0,620	0,199	Valid
	CR4	0,538	0,199	Valid
	CR5	0,618	0,199	Valid
Kualitas Produk (X2)	KP1	0,677	0,199	Valid
	KP2	0,498	0,199	Valid
	KP3	0,702	0,199	Valid
	KP4	0,698	0,199	Valid
	KP5	0,726	0,199	Valid
	KP6	0,746	0,199	Valid
	KP7	0,841	0,199	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	KK1	0,760	0,199	Valid
	KK2	0,864	0,199	Valid
	KK3	0,714	0,199	Valid
	KK4	0,725	0,199	Valid
	KK5	0,814	0,199	Valid
	KK6	0,800	0,199	Valid

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas untuk seluruh data dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung masing-masing item yang lebih besar daripada nilai r tabel (0,199) pada tingkat signifikansi yang digunakan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur konsistensi instrumen dalam menghasilkan data stabil melalui metode Cronbach's Alpha. instrumen dianggap reliabel jika nilai Alpha ≥ 0.60 , Sebaliknya, jika nilainya $\leq 0,60$, maka instrumen dianggap tidak reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's	Keterangan
Konsistensi Cita Rasa (X1)	0,821	Sangat Tinggi Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,891	
Kepuasan Konsumen (Y)	0,920	

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel diatas hasil yang didapat dari nilai cronbach's Konsistensi Cita Rasa sebesar 0,821 dengan tingkat reliabel sangat tinggi. Untuk nilai cronbach's Kualitas Produk sebesar 0,891 dengan tingkat reliabel sangat tinggi. Dan untuk nilai cronbach's Kepuasan Konsumen sebesar 0,920 dengan tingkat reliabel sangat tinggi.

Uji Normalitas

Uji normalitas, sebagai bagian dari asumsi klasik dalam regresi, bertujuan untuk memeriksa apakah data residual terdistribusi normal agar hasil analisis dapat diandalkan; dalam penelitian ini, dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, di mana data dianggap normal jika nilai signifikansi (Sig.) > 0.05, dan tidak normal jika Sig. < 0.05, sehingga hasil ini menjadi dasar untuk memvalidasi model regresi linear berganda.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Variabel	N	Mean	Std. Deviation	Nilai Koefisien Varians
Konsistensi Cita Rasa (X1)	98	22,22	3,450	15,53%
Kualitas Produk (X2)	98	31,94	4,446	13,92%
Kepuasan Konsumen (Y)	98	27,73	3,911	14,10%

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa masing masing variabel memberikan nilai presentase < 30%, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi kuat antar variabel independen; ini dilakukan dengan menggunakan nilai Tolerance atau Variance Inflation Factor (VIF), di mana multikolinearitas dianggap ada jika Tolerance ≤ 0.10 atau VIF ≥ 10 , sedangkan tidak ada multikolinearitas jika Tolerance > 0.10 atau VIF < 10, sehingga hasil ini memastikan model regresi bebas dari masalah korelasi berlebih.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Konsistensi Cita Rasa (X1)	0,523	1.911

Kualitas Produk (X2)	0,523	1.911
----------------------	-------	-------

Sumber: Data Olahan, 2025

Hasil Uji multikolinieritas menghasilkan nilai tolerance>0,01 dan nilai VIF<10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedasitas

Uji ini bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians (heteroskedastisitas) dari residual dalam model regresi. Kriteria pengujian heteroskedastisitas jika nilai sig.>0,05, dinyatakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedasitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Konsistensi Cita Rasa (X1)	0,074	Tidak terjadi heteroskedasitas
Kualitas Produk (X2)	0,067	

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan tabel diatas ini maka diketahui bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini memiliki nilai sig. (2-tailed) > 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedasitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu hubungan linear antara satu atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Untuk menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan dependen, digunakan analisis regresi, di mana variabel independen terdiri dari Konsistensi Cita Rasa (X1), Kualitas Produk (X2), sedangkan variabel dependen (Y) adalah Kepuasan Konsumen. Model untuk regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi X1

b2 = Koefisien Regresi X2

X1 = Konsistensi Cita Rasa

X2 = Kualitas Produk

E = Error (Tingkat Kesalahan)

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized B	Std Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	5,775	1,061		5,445	0,000
Konsistensi Cita	-0,094	0,052	-0,231	-1,808	0,074

Rasa (X1)					
Kualitas Produk (X2)	-0,083	0,045	-0,0238	-1,856	-0,067

Sumber: Data Olahan, 2025

Hasil analisa Regresi Linier Berganda menunjukan persamaan sebagai berikut :

1. Konstanta (5,775) jika konsistensi rasa dan kualitas produk bernilai 0, maka nilai kepuasan konsumen diperkirakan sebesar 5,775
2. Koefesien X1 (-0,094) berarti setiap peningkatan 1 satuan dalam konsistenci cita rasa akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,0094 satuan, dengan asumsi variabel konstan, karena niali sig. = 0,074 > 0,05, maka pengaruh konsistensi cita rasa terhadap kepuasan konsumen tidak signifikan.
3. Koefisien X2 (-0,083) berarti setiap peningkatan 1 satuan dalam kualitas produk akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,0083 satuan, dengan asumsi variabel konstan, karena niali sig. = 0,067 > 0,05, maka pengaruh konsistensi cita rasa terhadap kepuasan konsumen juga tidak signifikan.

Uji Parsial (T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam Penelitian ini, Uji Parsial memiliki Tingkat signifikansi yang telah ditentukan, yaitu sebesar $\alpha = 0,05$. Maka kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan < 0,05, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi > 0,05, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Uji Parsial (T)

Variabel	T	Sig	Keterangan
Konsistensi Cita Rasa (X1)	1,633	0,106	Tidak Berpengaruh
Kualitas Produk (X2)	10,010	0,000	Berpengaruh

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan uji t konsistensi cita rasa (X1) : Nilai $t = 1.633$ dengan Sig. = 0.106 (> 0.05), sehingga dapat dikatakan bahwa konsistensi cita rasa tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kacang Telor Tugu Lilin Penumping. Sedangkan hasil perhitungan uji t pada kualitas produk (X2) : Nilai $t = 10,010$ dengan Sig. = 0,000 ($< 0,05$), sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kacang Telor Tugu Lilin Penumping.

Uji Silmutan (F)

Uji pengaruh bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji statistik F dalam

penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Uji Simultan (F)

Model	Sum Of Square	dF	Mean Square	F	Sig	Keterangan
Regression	524,952	2	262,476	119,859	0,000	Berpengaruh
Residual	208,037	95	2,190			
Total	732,990	97				

Sumber: Olahan Data, 2025

Nilai F sebesar 119,859 dengan nilai sig 0,000 ($< 0,005$), yang artinya bahwa variabel konsistensi cita rasa dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel (X) terhadap variabel terikat (Y) . Nilai R^2 memiliki kisaran antara 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilainya semakin mendekati 0, maka hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen semakin kecil.

Tabel 9. Determinasi R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	0,846	0,716	0,710	1,480

Sumber: Olahan Data, 2025

Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa model regresi linier berganda sangat efektif dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Y), dengan $R^2 = 71.6\%$ yang mengindikasikan kontribusi kuat dari Konsistensi Cita Rasa (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan. Sisanya 28.4% variasi Y disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model, seperti variabel eksternal, error pengukuran, atau kebetulan.

Pengaruh Konsistensi Cita Rasa (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Tidak terdapat pengaruh antara Konsistensi Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Kacang Telor Tugu Lilin Penumping. Artinya, tidak ada dampak yang signifikan secara statistik. Konsistensi cita rasa adalah ukuran seberapa stabil dan

konsisten rasa produk makanan dalam memenuhi ekspektasi konsumen dari waktu ke waktu. Konsistensi cita rasa dapat diwujudkan melalui standarisasi proses produksi dan pemilihan bahan yang tepat untuk mengimbangi harapan konsumen terhadap kestabilan sensorik. Berdasarkan pemaparan teori Expectancy Disconfirmation Theory (EDT), disimpulkan bahwa konsistensi cita rasa merupakan persepsi konsumen atas performa sensorik produk, dan juga merupakan penentu yang penting dalam mencapai kepuasan melalui proses disconfirmation, di mana performa yang stabil dapat menghasilkan positive disconfirmation jika melebihi ekspektasi. Konsistensi cita rasa yang baik akan menimbulkan rasa puas di benak konsumen sehingga konsumen akan kembali membeli produk jika mereka merasa performa rasa sesuai atau melampaui harapan setelah mengonsumsi produk di suatu merek. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh Konsistensi Cita Rasa tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk Kacang Telor Tugu Lilin Penumping ($t = 1.633$, $\text{Sig.} = 0.106 > 0.05$). Artinya, konsistensi cita rasa di produk Kacang Telor Tugu Lilin tidak menjadi acuan utama terhadap kepuasan konsumen. Konsumen akan tetap membeli dan merasa puas dengan produk Kacang Telor Tugu Lilin meskipun terdapat fluktuasi kecil pada konsistensi rasa, karena faktor lain seperti kualitas keseluruhan lebih dominan. Hasil penelitian ini juga didukung atau sejalan dengan penelitian Amir Hamzah Siregar, *et al* (2024) yang menyatakan bahwa cita rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada camilan tradisional Indonesia, sesuai dengan penelitian yang diteliti.

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

Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen pada produk Kacang Telor Tugu Lilin Penumping. Kualitas produk merujuk pada tingkat keunggulan atribut fisik dan performa produk makanan, seperti daya tahan, kemasan, dan keamanan, yang mampu memenuhi harapan konsumen secara keseluruhan. Hal ini dapat dicapai melalui pemilihan bahan berkualitas tinggi, proses produksi yang higienis, serta desain kemasan yang praktis untuk menyesuaikan dengan antisipasi konsumen akan performa produk yang andal. Menurut penjelasan Expectancy Disconfirmation Theory (EDT), dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mencerminkan pandangan konsumen terhadap kinerja keseluruhan suatu produk, sekaligus menjadi elemen krusial dalam membentuk kepuasan melalui mekanisme disconfirmation, di mana kinerja yang unggul berpotensi menciptakan disconfirmation positif apabila melampaui ekspektasi, tetapi juga berisiko negative disconfirmation jika ekspektasi terlalu tinggi. Kualitas produk yang optimal akan membangkitkan rasa senang di pikiran konsumen, sehingga mendorong pembelian ulang jika konsumen merasakan bahwa performa produk tersebut selaras atau bahkan melebihi antisipasi setelah mencoba produk dari merek tertentu. Dari hasil uji hipotesis parsial, diperoleh bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada produk Kacang Telor Tugu Lilin Penumping ($t = 10.010$, $\text{Sig.} = 0.000 < 0.05$). Ini berarti, kualitas produk pada Kacang Telor Tugu Lilin menjadi faktor penentu utama bagi kepuasan konsumen, dengan efek positif yang menunjukkan *positive disconfirmation* akibat ekspektasi yang terpenuhi atau dilampaui, sehingga konsumen merasa lebih puas ketika kualitas secara keseluruhan tinggi, karena elemen seperti

keamanan dan daya tahan lebih berperan dominan. Temuan penelitian ini juga selaras dan didukung oleh penelitian Diah Ernawati (2019), yang menyatakan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk makanan dengan ekspektasi tinggi, sebagaimana yang diamati dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Konsistensi Cita Rasa tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Kacang Telor Tugu Lilin Penumping. Hal ini menunjukkan bahwa kestabilan rasa, meskipun penting dalam teori Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) untuk menciptakan disconfirmation positif, tidak menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan konsumen, karena konsumen cenderung lebih dipengaruhi oleh elemen lain seperti kualitas keseluruhan. Sebaliknya, Kualitas Produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, di mana peningkatan persepsi kualitas, termasuk daya tahan, keamanan, dan kemasan. Secara efektif menghasilkan disconfirmation positif yang meningkatkan rasa puas dan mendorong pembelian ulang. Secara keseluruhan, kedua variabel ini yang dianalisis yaitu, Konsistensi Cita Rasa dan Kualitas Produk secara bersamaan ternyata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, model penelitian ini mengindikasikan bahwa Kualitas Produk adalah pendorong utama kepuasan, sementara Konsistensi Cita Rasa berperan sekunder, dengan faktor eksternal lain kemungkinan besar turut berkontribusi terhadap variasi kepuasan konsumen. Beberapa rekomendasi yang dapat disarankan sesuai hasil penelitian ini, Peningkatan Kualitas Produk : Produsen Kacang Telor Tugu Lilin Penumping sebaiknya mengoptimalkan aspek kualitas, seperti penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, proses produksi higienis, dan inovasi kemasan, untuk memaksimalkan kepuasan konsumen dan mendorong loyalitas melalui disconfirmation positif. Pertahankan Standarisasi Cita Rasa : Walaupun Konsistensi Cita Rasa tidak signifikan, terapkan standarisasi sederhana dalam produksi untuk menjaga reputasi produk dan mencegah keluhan, sehingga dapat menjadi nilai tambah di pasar camilan tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Aria, N., & Putra, D. A. (N.D.). Impor Makanan Ringan Indonesia Capai Rp967 Miliar Di 2025. *Tirto.Id*. Retrieved October 15, 2025, From <https://tirto.id/Impor-Makanan-Ringan-Indonesia-Capai-Rp967-Miliar-Di-2025-Hdai>
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/Drb.V3i2.6299>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/Jamane.V1i1.7>
- Desmawati Hasibuan, Elvina, A. H. S., Susana, Zuriani Ritonga,. (2021). Pengaruh

- Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Mbak Siti. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 3(1), 22–33. <https://doi.org/10.51178/Jecs.V3i1.131>
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/Revenue.V3i1.10448>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/Jwm.V7i1.173>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal On Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/Ijse.V5i1.5861>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-Mind (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.29103/J-Mind.V6i1.4870>
- Udin, Y. R., & Puspitaningrum, D. (2025). Bankruptcy Prediction Of E-Commerce Companies On IDX Using Altman Z-Score, Springate, And Zmijewski. *Brilliant International Journal Of Management And Tourism*, 5(3), 01–12. <https://journalcenter.org/index.php/BIJMT/article/view/5440>