

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGONSUMSI PRODUK MINUMAN BIONAS

Dini Lara^{*1}, Alfikri², Nova Sillia³

^{1,2}Pengelolaan Agribisnis, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Limapuluh Kota, Indonesia

³Agribisnis, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Limapuluh Kota, Indonesia

*Penulis Korespondensi; Alfikri

Email: dinilara88@gmail.com¹, alfikri.politani@gmail.com², novasillia@yahoo.com³

Informasi Artikel:

Diterima 05, 07, 2024

Disetujui 05, 14, 2024

Diterbitkan 05, 30, 2024

Keywords:

Bionas

Consumer behavior

Consumer Satisfaction

Abstract. Bionas drinks are a new product on the market so it is important to identify consumer satisfaction. This research was conducted to analyze the demographic characteristics of consumers of Bionas products and the influence of consumer satisfaction factors in consuming Bionas probiotic drinks. This research was conducted from February to March 2024 using quantitative data from 105 respondents taken by purposive sampling. Respondents were selected from consumers who had consumed Bionas drinks. Data was obtained through a questionnaire and analyzed using the classic assumption test, multiple linear regression. The results of consumer demographic research state that women (63%), aged 17–27 years (59%), and most are students (49%). Most consumers have an income of less than IDR 1,000,000 per month (72%). Statistical analysis shows that the relationship between the independent and dependent variables is very strong ($R = 92.3\%$). R^2 of 84.4% of the variation in consumer satisfaction can be explained by these variables, while the remaining 15.6% is influenced by other factors not discussed in this research. The F test shows that overall the independent variables have a significant effect on consumer satisfaction. The t test results stated that product innovation, product quality and promotion had a positive and significant effect on consumer satisfaction, while product design and price had no significant effect.

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha di era globalisasi mengalami kemajuan yang sangat pesat termasuk pada usaha industri minuman, salah satunya usaha minuman probiotik (Eka & Anindita, 2024). Minuman probiotik yaitu minuman yang mengandung bakteri asam laktat yang dapat menghambat pertumbuhan bakteri patogen. Salah satu minuman probiotik yang dikembangkan adalah minuman Bionas.

Minuman Bionas dihasilkan melalui fermentasi sari buah nanas dengan menggunakan Bakteri Asam Laktat (BAL), yaitu *lactobacillus paracasei ssp paracasei* MI3. Menurut Putri & Pato (2020) minuman probiotik dari sari buah-buahan bermanfaat untuk kesehatan saluran pencernaan serta meningkatkan imunitas tubuh. Sentra produksi minuman probiotik dari buah nanas salah satunya terdapat di Kabupaten Lima Puluh Kota, Kecamatan Lareh Sago Halaban pada Kelompok Tani Lolo Makmur.

Kelompok Tani Lolo Makmur menggunakan bahan baku buah nanas lokal yang dibudidayakan langsung oleh petani Lolo Makmur. Kelompok Tani Lolo Makmur menghasilkan produk Bionas untuk meningkatkan nilai tambah produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka. Produk Bionas suatu produk lokal yang mempunyai potensi untuk dikembangkan di pasar. Berdasarkan data dari Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), permintaan produk probiotik telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, pasar minuman probiotik global diperkirakan akan mencapai USD 77,12 miliar pada tahun 2022 dan terus mengalami pertumbuhan dengan laju 14 % per tahun.

Peningkatan permintaan terhadap minuman probiotik didorong oleh salah satu faktor yaitu perubahan perilaku masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan (Hardi dkk., 2021). Saat ini di pasaran banyak terdapat minuman probiotik seperti minuman probiotik dari bahan baku susu yaitu *Yakult*, *yogurt* dan lain-lain. Kondisi ini menjadi suatu tantangan bagi Kelompok Tani Lolo Makmur untuk meningkatkan daya saing produk di pasaran, untuk itu pelaku usaha harus lebih peka terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kebutuhan dan keinginan konsumen berubah-ubah seiring dengan perkembangan zaman sehingga diperlukan identifikasi dan upaya lebih dalam memahami perilaku konsumen. Memahami perilaku konsumen menjadi suatu prioritas yang perlu diperhatikan supaya produk yang ditawarkan dapat diterima serta dapat bersaing di pasar dalam jangka panjang (Nugraha dkk., 2021).

Konsumen memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam memilih produk. Beberapa konsumen melakukan pencarian informasi terhadap produk, membandingkan harga, dan sebagainya sebelum melakukan pembelian atau menggunakan produk tersebut. Terutama hal ini berlaku jika produk tersebut adalah produk baru yang belum dikenal konsumen seperti pada produk Minuman Bionas, oleh karena itu sangat penting untuk melakukan analisis kepuasan konsumen untuk mengetahui sejauh mana suatu produk sudah memenuhi dan sesuai dengan selera serta kebutuhan konsumen. Menurut Ramadhani & Suharyanto (2023) kepuasan konsumen diidentifikasi sebagai perasaan suka atau tidak sesuai dengan harapan seseorang saat mencoba suatu produk.

Kepuasan konsumen sangat penting untuk diketahui, karena jika mereka tidak puas, hal ini dapat menyebabkan kegagalan dalam keputusan pembelian produk yang ditawarkan. Kelompok Tani Lolo Makmur harus memahami bagaimana cara menarik konsumen untuk mencapai target penjualan salah satunya dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Produk yang tidak memenuhi harapan dan tidak memberikan kepuasan, maka konsumen dapat beralih ke produk sejenis (Theodoridis & Kraemer, 2019). Kebutuhan dan keinginan konsumen harus dipenuhi sebaik mungkin untuk mencapai kepuasan konsumen, hal ini akan menentukan perkembangan suatu bisnis ke depannya.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mencerminkan sejauh mana harapan pelanggan terhadap suatu produk terpenuhi. Beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Maria & Dewi (2023) yang mengemukakan bahwa inovasi produk dan promosi menjadi indikator kepuasan konsumen. Ramadhani & Suharyanto (2023) menambahkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Laiya dkk. (2023) juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Penelitian Nainggolan & Simamora (2022) juga menyatakan bahwa kualitas produk, harga, tempat, dan promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Meisaroh dkk. (2023) menyatakan bahwa desain produk juga berperan dalam menentukan kepuasan konsumen. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen yaitu inovasi produk, kualitas produk, desain produk, harga, promosi.

Kelompok Tani Lolo Makmur perlu memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dalam mengonsumsi produk Bionas. Temuan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi Kelompok Tani Lolo Makmur untuk memahami konsumen dan merumuskan strategi pengembangan serta pemasaran produk. Berdasarkan beberapa informasi di atas, peneliti melakukan penelitian “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk Minuman Bionas”.

METODE PENELITIAN

Proses penelitian ini berlangsung pada bulan Februari sampai Maret tahun 2024. Lokasi penelitian di Kabupaten Lima Puluh Kota yang merupakan wilayah pemasaran produk Minuman Bionas dan wilayah produksi khususnya di Kecamatan Lareh Sago Halaban. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian ini yaitu data primer dan sekunder.

Populasi dari kajian ini yaitu konsumen dari Minuman Bionas di daerah Kecamatan Lareh Sago Halaban dan Kecamatan Harau Kabupaten Lima Puluh Kota. Cara pengambilan sampel yang dipilih yaitu *Purposive Sampling* dengan kriteria responden yang akan dijadikan dalam penelitian ini adalah:

1. Sudah pernah mengonsumsi produk Minuman Bionas
2. Berusia ≥ 17 tahun, karena pada usia ini seseorang berada pada usia remaja dan mempunyai tanggung jawab terhadap diri sendiri dalam melakukan pengambilan keputusan.
3. Responden yang dipilih akan dipastikan terlebih dahulu bersedia untuk diwawancarai kemudian baru dilakukan pengisian kuesioner.

Jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Rumus *Lemeshow* menurut Arianto dan Muhammad (2018) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2} \quad (1)$$

dimana :

n = jumlah sampel

Z = skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error 10%

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04, akan tetapi digenapkan menjadi 105 responden konsumen Minuman Bionas di wilayah Kabupaten Lima Puluh Kota.

Uji instrument data penelitian data terdiri dari dua yaitu uji validitas dan realibilitas. Data validitas berguna untuk melihat instrumen yang digunakan sudah tepat atau belum, kemudian dilanjutkan Uji asumsi klasik berupa uji multikolineariti, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik adalah syarat yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda. Uji ini menentukan bahwa model regresi yang diperoleh merupakan model terbaik dalam hal keakuratan estimasi, tidak bias, serta konsisten, yang mencakup normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Uji regresi linier berganda digunakan untuk melihat hubungan secara linier antar variabel dependent dan independent (Ghozali, 2018). Bentuk umum dari teknik analisis data ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n \quad (2)$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X₁ = Inovasi produk

X₂ = Kualitas produk

X₃ = Desain produk

X₄ = Harga

X₅ = Promosi

b₁, b₂ = Koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota

Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota berkembang pada akhir tahun 2023. Pembuatan Minuman Bionas ini pada awalnya dikarenakan banyaknya buah nanas yang dihasilkan di Kabupaten Lima Puluh Kota, terutama di Kecamatan Lareh Sago Halaban. Kelompok Tani Lolo Makmur di Kecamatan Lareh Sago Halaban memproduksi Minuman Bionas untuk mengefisienkan bangsal pascapanen yang merupakan bantuan dari Kementerian Pertanian pada tahun 2021. Minuman ini memiliki rasa yang enak, segar, tidak terlalu asam, dan membuat ketagihan bagi yang menyukai buah nanas. Harga yang ditetapkan juga terjangkau. Sebagian orang

yang memprioritaskan hidup sehat dengan cara mengonsumsi makanan dan minuman sehat, salah satunya dengan mengonsumsi minuman probiotik. Minuman Bionas memiliki manfaat untuk kesehatan pencernaan, meningkatkan imunitas tubuh. Berdasarkan informasi nilai gizi takaran saji 100 ml, energi total 104,31 cal, lemak total 0,07 gr, protein 0,80 gr, karbohidrat 26,27 gr.

Karakteristik Demografi Konsumen

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah mengonsumsi minuman Bionas yang diproduksi oleh Kelompok Tani Lolo Makmur. Data responden diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 105 responden. Responden yang dipilih memiliki karakteristik berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan jenis pendapatan.

Karakteristik responden konsumen Minuman Bionas berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	39	37
2	Perempuan	66	63
Total		105	100 %

Sumber: Data Diolah (2024)

Minuman kesehatan dianggap sebagai cara untuk mendukung kesehatan tubuh dan memenuhi kebutuhan nutrisi yang khusus. Hal ini sejalan dengan kajian Wahyuniar & Karyadi (2020) menyatakan bahwa perempuan lebih konsumtif terhadap produk kesehatan seperti susu dan supplement setiap hari dibanding laki-laki dimana gender secara signifikan yang berhubungan dengan pengetahuan gizi bahwasannya perempuan memiliki pengetahuan gizi lebih baik dibanding laki-laki sehingga kesadaran akan kesehatan pada gender perempuan lebih tinggi dibanding laki-laki. Hal ini juga didukung oleh pendapat Jauziyah dkk., (2021) bahwasannya perempuan lebih *aware* terhadap manfaat kesehatan, daya tarik visual makanan atau minuman serta suasana hati.

Kelompok usia responden yang dipakai dalam penelitian ini yaitu dimulai dari kelompok usia 17-27 hingga kelompok usia > 60, sebagaimana pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	17-27	62	59
2	28-38	16	15
3	39-49	15	14
4	50-60	11	11
5	> 60	1	1
Total		105	100%

Sumber: Data Diolah (2024)

Pada usia remaja akhir mereka mulai lebih sadar akan pentingnya gaya hidup sehat. Kesadaran ini makanya adanya motivasi untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang sehat, seperti minuman berenergi salah satunya minuman Bionas yang mengandung nutrisi tambahan. Hal ini sejalan dengan penelitian Azura (2023) bahwa hasil penelitiannya menyatakan bahwa fase remaja akhir atau dewasa awal lebih konsumtif terhadap minuman kesehatan pada produk *Smooly Juice*.

Penelitian Mulyati (2018) menambahkan bahwasanya remaja merupakan fase yang memiliki pertumbuhan yang pesat sehingga memerlukan zat-zat gizi yang relatif besar jumlahnya dan pada masa remaja begitu banyak aktivitas yang dilakukan apabila zat gizi tidak ditingkatkan maka akan berisiko pada kesehatan sehingga pada fase ini cenderung lebih *Aware* terhadap kesehatan. Berdasarkan umur responden dalam penelitian ini menjelaskan bahwa termasuk kepada kelas umur produktif yang dapat bertanggungjawab atas jawaban yang diberikan.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji validitas yang dilakukan menyatakan 32 item pernyataan valid dimana r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5%. Sedangkan untuk Uji reliabilitas digunakan untuk menggambarkan informasi yang sebenarnya di lapangan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa 32 item pernyataan yang digunakan reliabel, dimana nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Data yang digunakan untuk uji asumsi klasik adalah data yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 105 responden. Teknik pengujian yang dilakukan dalam asumsi klasik pada penelitian ini ada 3, yaitu uji normalitas data, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

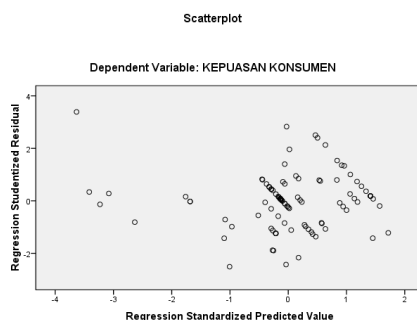
Hasil uji asumsi klasik yang kedua uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel dibawah

Tabel 3. Hasil uji multikolinearitas

No	Variabel	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Inovasi Produk	0.245	4.087
2	Kualitas Produk	0.183	5.470
3	Desain Produk	0.161	6.215
4	Harga	0.160	6.237
5	Promosi	0.181	5.516

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 6 dapat diambil kesimpulan bahwasannya hasil nilai *tolerance* dari tiap variabel $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel independent. Maka variabel *independent* yang digunakan tidak mengalami gejala multikolinearitas. Hal ini sesuai dengan pendapat Subando (2021) yang menyatakan bahwa model dikatakan tidak memiliki masalah multikolinearitas jika nilai Tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 . Hasil uji asumsi klasik ketiga uji heteroskedastisitas yang dilakukan menggunakan uji scatterplot, hasil dari pengujiannya dapat dilihat pada Gambar di bawah ini:



Gambar 1. Uji scatterplot

Berdasarkan Gambar 3 diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat diketahui bahwa hasil model regresi dari pengolahan data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Mengonsumsi Minuman Bionas

Pada penelitian ini terdapat lima faktor untuk mengidentifikasi kepuasan konsumen pada produk Minuman Bionas yaitu inovasi produk, kualitas produk, desain produk, harga dan promosi.

Inovasi merupakan sesuatu usaha baru yang dicoba oleh seorang maupun industri dengan menghasilkan ataupun menuangkan imajinasi yang baru dengan tujuan supaya dapat mempertahankan ataupun meningkatkan guna memperoleh keuntungan yang berkepanjangan (Miati, 2019). Inovasi yang dilakukan pada produk Bionas yaitu dengan memanfaatkan bio kapsul probiotik MI3 terenkapsulasi pada pengolahan buah nanas. Inovasi ini menghasilkan peningkatan nilai guna dan nilai daya tahan produk. Selain itu, kemasan dan fitur produk ini juga berbeda dengan produk lain.

Faktor kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2004). Kelompok Tani Lolo Makmur masih melakukan produksi secara konvensional. Namun meskipun begitu proses pengolahan Minuman Bionas ini dilakukan sesuai dengan standar operasional (SOP) industri untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Produk Bionas tidak mengandung bahan-bahan yang tidak baik untuk kesehatan seperti alkohol, dan lain-lain. Minuman Bionas memiliki rasa yang enak, dengan warna khas buah nanas. Produk Bionas juga tidak memakai bahan pengawet sehingga aman untuk dikonsumsi.

Disamping itu, faktor harga menjadi suatu pertimbangan kepuasan bagi konsumen setelah mencoba produk Bionas. Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu produk (Akbar, 2020). Harga produk Bionas yang ditetapkan oleh Kelompok Tani Lolo Makmur dapat dijangkau oleh semua kalangan. Harga produk Bionas tidak jauh berbeda dengan produk sejenis lainnya. Harga Minuman Bionas yang dijual oleh Kelompok Tani Lolo Makmur yaitu Rp3000/botol. Satu botol Minuman Bionas berisi 100 ml.

Faktor desain produk ini berkaitan dengan *packaging* dari Minuman Bionas apakah desain pada produk ini menambah nilai estetika atau tidak, hal ini menyangkut dengan kepuasan pelanggan. Desain kemasan produk Bionas simpel yaitu menggunakan botol polos untuk minuman yang dilengkapi dengan label. Desain pada produk Minuman Bionas dapat dilihat pada Gambar di bawah ini.



Gambar 2. Desain produk Bionas

Faktor-faktor tersebut diuji dengan regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen. Disamping itu, juga dilakukan uji statistik untuk pengujian hipotesis yang telah ditentukan dalam penelitian. Uji statistik dalam penelitian ini terdiri dari 3 yaitu uji t (uji parsial), uji f (uji simultan), koefisien determinan (R^2). Berikut hasil analisis pada Tabel 4.8 dibawah ini.

Tabel 3. Hasil uji statistik

No	Variabel	Koefesien Regresi	t-Hitung	Signifikansi
1	(Constant)	0.446	0,518	0,606
2	Inovasi produk	0.243	3.176	0,002
3	Kualitas produk	0.238	3.089	0,003
4	Desain produk	-0.124	-1.633	0,106
5	Harga	0.101	1.168	0,245
6	Promosi	0.492	5.263	0,000
	Fhitung	113.900		
	f-tabel	2,460		
	t-tabel	1.984		
	R	0,923		
	R square (R^2)	0,852		
	Adjusted R square (R^2)	0.844		
	Jumlah responden (N)	105		

Sumber: Data Diolah (2024)

Hasil uji statistik pada analisis korelasi ganda (R) dapat dilihat pada Tabel 8 yaitu 0,923 yang artinya nilai R mendekati 1. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara serentak hubungan antara variabel inovasi produk (X_1), kualitas produk (X_2), desain produk (X_3), harga (X_4), promosi (X_5) dengan variabel *dependent* kepuasan konsumen (Y) Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota dinyatakan kuat sebesar 92,3%. Hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dinyatakan kuat maka pemilihan variabel dalam penelitian ini dinyatakan sudah tepat.

Berdasarkan hasil uji secara bersama-sama atau uji F dengan menggunakan formula dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas. $Df_1 = (k-1)$; $df_2 = (n-k-1)$; $(5-1)(105-5-1) = (4);(99) = 2,460$. menunjukkan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $113.900 > 2,460$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil 0,05, artinya H_{01} ditolak dan H_{11} diterima sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa adanya pengaruh antara inovasi produk (X_1), kualitas produk (X_2), desain produk (X_3), harga (X_4), promosi (X_5) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Persamaan data analisis regresi linier berganda yang diperoleh dari hasil uji SPSS yaitu sebagai berikut.

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$
$$= 0.466 + 0.243x_1 + 0.238x_2 + 0.124x_3 + 0.101x_4 + 0.492x_5$$

Hasil analisis uji t atau thitung dapat dilihat pada tabel 8 dan yang didapatkan berdasarkan rumus $t\text{-tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 105-5-1) = t(0,025; 99)$, maka t-tabel adalah 1,984. Hasil uji t dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan persamaan regresi linier dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh inovasi produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota

Hasil uji t variabel inovasi produk (X_1) dengan nilai t_{hitung} sebesar 3.176 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat diketahui bahwa variabel inovasi produk (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota. Hasil uji t menunjukkan bahwa hasil hipotesis penelitian adalah H_{02} ditolak dan H_{12} diterima artinya terdapat pengaruh inovasi produk secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dari salah satu responden A yang mengatakan:

“Ibu puas dengan inovasi produk yang dibuat oleh Kelompok Tani Lolo Makmur, dengan inovasi produk baru ini dapat memberikan nilai tambah dari buah nanas dan rasanya enak, inovasi ini memberikan pengalaman baru yang belum pernah ibu rasakan sebelumnya (Responden D, Kutipan 1, 21 Oktober 2023).”

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Erniati dkk. (2021) yang menyatakan bahwa secara parsial, inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui produk baru pada Pt. Prapta Makassar. Semakin baik inovasi yang dilakukan pada suatu produk, maka kepuasan

konsumen akan semakin meningkat. PT. Prapta Makassar dapat mengadopsi teknologi terbaru untuk meningkatkan kualitas bahan atau proses produksi, sehingga menghasilkan produk yang lebih baik.

Hasil yang terdapat pada Tabel 8 tentang inovasi produk dapat diperkuat dengan melakukan analisis menurut persepsi konsumen. Berikut hasil observasi variabel inovasi produk di lapangan:

Tabel 4. Indeks persentase variabel inovasi produk

Item Pernyataan	Total Skor					Total skor	IP
	1	2	3	4	5		
1	2	4	24	236	170	436	87,2
2	1	8	18	276	125	428	85,6
3	2	8	27	256	130	423	84,6
4	2	10	12	256	150	430	86
5	2	6	9	252	170	439	87,8
Total IP							431,2
Indeks Persentase Inovasi Produk (X1)							86,24

Sumber: Data Diolah (2024)

Hasil indeks persentase variabel inovasi produk pada Tabel 10 adalah 86,24 sehingga masuk ke dalam kriteria sangat setuju. Artinya dari lima item pernyataan yang diajukan, inovasi produk yang diberikan oleh produsen pada saat sekarang sangat disetujui oleh konsumen. Lima item pernyataan tersebut menggambarkan bahwa inovasi produk yang diberikan produsen saat sekarang dapat diterima sangat baik oleh konsumen Minuman Bionas. Kedepannya konsumen berharap inovasi produk yang diberikan dapat bertahan dan lebih terkenal di kalangan masyarakat baik dalam maupun luar Kabupaten Lima Puluh Kota.

Pengaruh kualitas produk (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y) Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota

Hasil uji t pada variabel kualitas produk (X₂) dengan nilai t_{hitung} yaitu 3.089 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,984 dengan nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat menjelaskan bahwa variabel kualitas produk (X₂) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota. Dari uji t, dapat diketahui bahwa hasil hipotesis penelitian H₀ ditolak H₁ diterima. Hasil uji yang diperoleh sesuai dengan pendapat salah satu responden B yang mengatakan :

“Enak rasa minuman nya din, na suka karena gak asam kali, rasanya juga segar. Biasanya minum probiotik asam rasa na. Kalau Minuman Bionas ni manis dan sedikit asam, rasanya gak lengket ditenggorokan din. Ona suka buah nanas din jadi kalau dijadikan minuman tambah suka karena punya cita rasa khas sendiri kalau diminum, ditambah lagi banyak pula manfaatnya untuk tubuh jadi na puas lah sama kualitasnya produknya (Responden E, Kutipan 1, 23 Oktober 2023).”

Hasil uji t dan wawancara tentang variabel kualitas produk menerangkan bahwa kualitas Kualitas yang baik akan membuat konsumen puas sehingga akan timbul rasa ingin mencoba kembali produk yang sudah ditawarkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahmawati & Nirawati (2024) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk *cimory yogurt* karena produk ini memiliki kualitas yang bagus sebab bahan baku yang digunakan berkualitas dan memiliki standart keamanan yang paling tinggi. Semakin bagus kualitas produk yang dihasilkan maka konsumen akan semakin puas sehingga mereka akan mengonsumsi ulang dan memberitahu orang lain untuk ikut mengonsumsi produk tersebut.

Hasil yang terdapat pada Tabel 8 tentang kualitas produk dapat diperkuat dengan melakukan analisis menurut persepsi konsumen. Berikut hasil observasi variabel kualitas produk di lapangan:

Tabel 5. Indeks persentase variabel kualitas produk

Item Pernyataan	Total Skor					Total skor	IP
	1	2	3	4	5		
1	2	2	30	228	175	437	87,4
2	0	10	27	256	135	428	85,6
3	1	4	30	248	150	433	86,6
4	1	4	30	272	120	427	85,4
5	2	6	24	268	125	425	85
6	2	6	57	236	110	411	82,2
Total IP							512,2
Indeks Persentase Kualitas Produk (X2)							85,37

Sumber: Data Diolah (2024)

Hasil indeks persentase variabel inovasi produk pada Tabel 12 adalah 85,37 sehingga masuk ke dalam kriteria sangat setuju. Artinya dari enam item pernyataan yang diajukan, kualitas produk yang diberikan oleh produsen pada saat sekarang sangat disetujui oleh konsumen. Enam item pernyataan tersebut menggambarkan bahwa kualitas produk yang diberikan produsen saat

sekarang dapat diterima sangat baik oleh konsumen Minuman Bionas. Kedepannya konsumen berharap kualitas produk yang diberikan dapat bertahan dan lebih terkenal di kalangan masyarakat baik dalam maupun luar Kabupaten Lima Puluh Kota.

Pengaruh desain produk (X₃) terhadap kepuasan konsumen (Y) Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota

Hasil uji t pada variabel desain produk (X₃) dengan nilai t_{hitung} adalah -1,633 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,984 dengan nilai signifikansi 0,106 lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat menjelaskan bahwa variabel desain produk (X₃) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota. Dari hasil uji t, maka dapat diketahui bahwa hasil hipotesis penelitian adalah H₀₂ diterima dan H₁₂ ditolak. Hasil uji yang didapatkan sesuai dengan pendapat salah satu konsumen Minuman Bionas yaitu responden C yang telah diwawancarai, ia mengatakan bahwa:

“Kalau ibuk terserah aja kalau desain kemasanya karena menurut ibuk yang paling penting ada manfaatnya dini. Kalau masalah desain ibuk ngk terlalu memperhatikan, apapun bentuk desainnya ibu suka-suka aja asal produk itu bermanfaat buat ibu (Responden F, Kutipan 1, 23 Oktober 2023).”

Industri akan menambah biaya untuk estetika ketimbang meningkatkan kualitas produk. Akibatnya, konsumen akan membayar lebih untuk tampilan produk, dan jika desain ditingkatkan, kepuasan konsumen justru akan menurun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Meisaroh dkk. (2023) menyatakan bahwa desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen pada produk Sprite dimana pada penelitian ini menjelaskan bahwa desain produk tidak menjadi fokus utama pelanggan dalam mengonsumsi ulang sebuah produk, pelanggan terfokus pada nilai produk terutama pada rasa dan manfaatnya, dimana terdapat sensasi segar yang dapat menyegarkan tubuh. Berdasarkan hal tersebut, dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen tercipta bergantung pada persepsi konsumen terhadap sebuah produk. Terkadang, konsumen hanya terfokus pada salah satu faktor tertentu dan mengabaikan faktor lainnya untuk mengonsumsi ulang sebuah produk. Hasil yang terdapat pada Tabel 8 tentang desain produk dapat diperkuat dengan melakukan analisis menurut persepsi konsumen. Berikut hasil observasi variabel desain produk di lapangan:

Tabel 6. Indeks persentase variabel desain produk

Item Pernyataan	Total Skor					Total skor	IP
	1	2	3	4	5		
1	2	8	24	232	165	431	86,2
2	3	8	45	260	90	406	81,2
3	2	6	66	236	95	405	81
4	1	10	39	260	105	415	83
5	1	8	30	264	120	423	84,6
6	3	4	15	252	160	434	86,8
Total IP							502,8
Indeks Persentase Desain Produk (X3)							83,80

Sumber: Data Diolah (2024)

Hasil indeks persentase variabel kemasan pada Tabel 14 adalah 83,80%, sehingga masuk ke dalam kriteria sangat setuju. Artinya, dari enam item pernyataan yang diajukan, desain yang diberikan oleh produsen saat ini telah disetujui oleh konsumen. Enam item pernyataan tersebut menggambarkan bahwa desain yang diberikan produsen saat ini dapat diterima dengan baik oleh konsumen Minuman Bionas. Hasil pengujian variabel desain menyatakan bahwa desain berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, karena desain produk bukanlah fokus utama pelanggan dalam memenuhi harapannya terhadap produk ini. Konsumen berharap Kelompok Tani Lolo Makmur dapat meningkatkan nilai guna serta kualitas produk.

Pengaruh harga (X₄) terhadap kepuasan konsumen (Y) Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota

Hasil uji t pada variabel harga (X₄) dengan nilai t_{hitung} adalah 1.168 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 1,984 dengan nilai signifikansi 0,245 lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat diketahui bahwa variabel harga (X₄) secara parsial tidak berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota. Dari uji t yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa hasil hipotesis penelitian H₀₂ diterima dan H₁₂ ditolak.

Hasil uji yang didapatkan sesuai dengan pendapat responden D yang mengatakan bahwa:

“Harga Minuman Bionas ini menurut inel masih terjangkau untuk semua kalangan din, kalau inel pribadi sih din inel lihat dari kualitas produk dan manfaatnya jadi kalau menurut nel manfaat produk tu bagus inel ngak terlalu memperhatikan harganya (Responden G, Kutipan 1, 1 November 2023).”

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Bansaleng dkk. (2021) bahwasannya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dimana harga yang ditawarkan sudah

sesuai dengan daya beli masyarakat, kepuasan konsumen tidak hanya diukur dari harga, dalam kajian ini konsumen pada produk mencari manfaat pada produk sehingga harga tidak menjadi patokan dalam kepuasan konsumen. Nugraha dkk. (2023) menambahkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen karena harga yang diterapkan masih tergolong sama dengan rata-rata harga pada produk sejenis lainnya.

Tabel 7. Indeks persentase variabel harga

Item Pernyataan	Total Skor					Total skor	IP
	1	2	3	4	5		
1	2	8	36	180	210	436	87,2
2	1	8	27	248	145	429	85,8
3	2	6	21	260	140	429	85,8
4	1	10	27	256	130	424	84,8
5	2	8	27	256	130	423	84,6
Total IP							428,2
Indeks Persentase Harga (X4)							85,64

Sumber: Data Diolah (2024)

Hasil indeks persentase variabel harga pada Tabel 16 adalah 85,64 sehingga masuk ke dalam kriteria sangat setuju. Artinya dari lima item pernyataan yang diajukan, harga yang diberikan oleh produsen pada saat sekarang sangat disetujui oleh konsumen. Lima item pernyataan tersebut menggambarkan bahwa harga yang diberikan produsen saat sekarang dapat diterima sangat baik oleh konsumen Minuman Bionas. Variabel harga saat sekarang sangat disetujui oleh konsumen akan tetapi tidak berpengaruh dalam analisis statistik pada penelitian ini. Harga bukan menjadi faktor dalam memenuhi kepuasan konsumen, selama harga sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan, konsumen tidak memperlakukan berapapun harga yang diterapkan, sejauh ini harga dapat diterima baik oleh konsumen.

Pengaruh promosi (X₅) terhadap kepuasan konsumen (Y) Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota

Promosi merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh dalam dunia usaha karena promosi memberikan pemahaman yang lebih baik kepada konsumen tentang produk yang ditawarkan, baik dari segi fitur, manfaat, maupun nilai dari produk tersebut. Oleh karena itu, dengan adanya informasi ini, konsumen cenderung lebih mengetahui produk yang dibelinya sehingga muncul minat untuk kembali mengonsumsi produk tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil

wawancara dengan salah satu konsumen Minuman Bionas di Kabupaten Lima Puluh Kota yaitu responden E yang mengatakan bahwa:

“Bagus sekali promosi Minuman Bionas ini karena kemarin bapak waktu membeli Minuman Bionas dikasih goodie bag dan ketika membeli Minuman Bionas bapak dikasih diskon kalau membeli lebih dari 10 botol, selain itu juga lengkap dengan brosur jadi bapak tau manfaatnya makanya bapak puas dan berminat untuk mengonsumsi ulang produknya” (Responden H, Kutipan 1, 1 Desember 2023).”

Hasil penelitian yang dilakukan pada produk Minuman Bionas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nainggolan & Simamora (2022) juga mengungkapkan bahwa promosi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam mengonsumsi *The House Gardoe Solo*, dimana semakin tinggi tingkat promosi yang dilakukan seperti memberikan diskon maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen. Kegiatan promosi ini memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga dapat berdampak pada loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian pada produk tersebut.

Tabel 8. Indeks persentase variabel promosi

Item Pernyataan	Total Skor					Total skor	IP
	1	2	3	4	5		
1	0	8	39	252	125	424	84,8
2	0	10	27	252	140	429	85,8
3	1	8	36	256	120	421	84,2
4	0	8	39	256	120	423	84,6
5	0	8	24	240	165	437	87,4
Total IP							426,8
Indeks Persentase Promosi (X5)							85,36

Sumber: Data Diolah (2024)

Hasil indeks persentase variabel promosi produk pada Tabel 18 adalah 85,36 sehingga masuk ke dalam kriteria sangat setuju. Artinya dari lima item pernyataan yang diajukan, promosi produk yang diberikan oleh produsen pada saat sekarang sangat disetujui oleh konsumen. Lima item pernyataan tersebut menggambarkan bahwa promosi produk yang diberikan produsen saat sekarang dapat diterima sangat baik oleh konsumen Minuman Bionas. Kedepannya konsumen berharap promosi produk yang diberikan dapat bertahan dan lebih terkenal di kalangan masyarakat baik dalam maupun luar Kabupaten Lima Puluh Kota.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam mengonsumsi Minuman Bionas dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik demografi konsumen Minuman Bionas mayoritas adalah perempuan (63%), umur 17-27 tahun (59%), pelajar/mahasiswa (49%) dengan pendapatan dibawah 1.000.000 (72%).
2. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen Bionas adalah inovasi produk, kualitas produk, desain produk, harga, promosi. Berdasarkan hasil regresi linier berganda terdapat tiga variabel yang signifikan ($< 0,05$) yang memengaruhi kepuasan konsumen Bionas yaitu inovasi produk, kualitas produk, dan promosi. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 84,4% yang artinya terdapat faktor lain yang memengaruhi kepuasan konsumen Bionas (15,6%).

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Loyalitas Konsumen Go-Jek Rizky. *Artikel Indonesia*, XX(Xx), 1–24. http://repository.stei.ac.id/3429/1/2114500391_ArtikelIndonesia_2019-2020.pdf
- Azura, A. siti. (2023). Pengaruh Sosial Media Marketing, Health Consciousness, Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Produk Smooly Juice. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 490–498. <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/6258/>
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 331–340. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34722>
- Eka, A., & Anindita, R. (2024). *Potensi Minuman Probiotik Berbahan Dasar Campuran Buah (Jambu, Lemon, Melon, Bit) Sebagai Minuman Kesehatan*. 13(1), 1–8.
- Erniati, Romadhoni, B., & Mappatempo, A. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Produk Baru Pada PT. Prapta Makassar. *Competitiveness*, 10(2), 149–156.
- Ghozali, I. (2018). Processing Data penelitian Menggunakan SPSS. *E-Book*, 1, 154.
- Hardi, V. J., Supriadi, D., Supriady, A., & Ahmad Karisman, V. (2021). Survey Kesadaran Masyarakat dalam Meningkatkan Kesehatan Fisik di Masa Pandemi. *Jpoe*, 3(2), 120–131. <https://doi.org/10.37742/jpoe.v3i2.131>
- Jauziyah, S., Nuryanto, N., Tsani, A. F. A., & Purwanti, R. (2021). Pengetahuan Gizi Dan Cara Mendapatkan Makanan Berhubungan Dengan Kebiasaan Makan Mahasiswa Universitas Diponegoro. *Journal of Nutrition College*, 10(1), 72–81. <https://doi.org/10.14710/jnc.v10i1.30428>
- Laiya, S. P., Kalangi, J., & Mukuan, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Kopi Billy Kawasan Mega Mas Manado. *Productivity*, 4(1), 88–100.

- Maria, & Dewi, A. (2023). Analisis Dampak Promosi dan Inovasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 9(1), 13–20.
- Miati, I. (2019). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Handycrafts pada Sentra Kerajinan Bambu Mangkubumi Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*, Vol 3 No2, Hlm 19-34.
- Mulyati, S. (2018). Pengetahuan dan sikap tentang makanan serta pola makan pada siswa kelas XI SMKN 4 Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga*, 7(4), 1–12. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/boga/article/viewFile/11624/11171>
- Nainggolan, J. F. A., & Simamora, L. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Teh Pt. Gunung Subur Sejahtera. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(1), 274–281.
- Nugraha, P., Jefri, Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen T E O R I*.
- Nugraha, Y. S., Guritno, W., Kalatiku, A., Lestari, U., & Nurjannah, N. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Immune Kota Palopo. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 4(3), 362–374. <https://doi.org/10.47747/jbme.v4i3.1337>
- Putri, Y. T., & Pato, U. (2020). Pembuatan minuman probiotik sari buah nanas dengan variasi waktu fermentasi menggunakan starter *Lactobacillus fermentum* InaCC B1295. *JOM Faperta*, 7(2), 1–10.
- Rahmawati, A. D., & Nirawati, L. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Immune Kota Palopo. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 4684–4698. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.2113>
- Ramadhani & Suharyanto. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Di Kedai Es.Teh Indonesia Mojokerto*. 4(3), 10–18.
- Siti Meisaroh, F., Hidayat Nugroho, R., Andarini, S., & Nirawati, L. (2023). Analisis Pengaruh Citra Merek, Desain Kemasan, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Produk Minuman Bersoda Sprite. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 812–825. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.1822>
- Sulistiari, S., & Hargono. (2018). Hubungan Perilaku Hidup Sehat Dengan Status Kesehatan Pada Masyarakat Kelurahan Ujung. In *Jurnal PROMKES* (Vol. 6, Nomor 1, hal. 12). <https://doi.org/10.20473/jpk.v6.i1.2018.12-22>
- Theodoridis, T., & Kraemer, J. (2019). *pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Wahyuniar, L., & Karyadi, L. (2020). Pengaruh Iklan Makanan/Minuman/Suplemen Vitamin-Mineral Di Tv Terhadap Pola Konsumsi Remaja Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 11(1), 95–113. <https://doi.org/10.34305/jikbh.v11i1.152>