

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS BERAS SIGUPAI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KECAMATAN
BLANGPIDIE KABUPATEN ACEH BARAT DAYA**

S K R I P S I

Oleh :

WULAN PRANCISKA

2204300131P

Program Studi: AGRIBISNIS



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS BERAS SIGUPAI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KECAMATAN
BLANGPIDIE KABUPATEN ACEH BARAT DAYA**

SKRIPSI

Oleh :

**WULAN PRANCISKA
2204300131P
AGRIBISNIS**

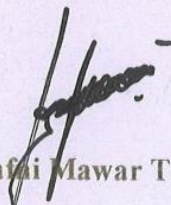
**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi Strata-1 (S1)
Pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing :



Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.

**Disahkan Oleh:
Dekan**



Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal Lulus: 05-10-2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Wulan Pranciska
NPM : 2204300131P

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Beras Sigupai Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarism), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh. Dengan pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Oktober 2024



Menyatakan

Wulan Pranciska

RINGKASAN

Wulan Pranciska (2204300131P), Penelitian ini berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Beras Sigupai Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas beras Sigupai terhadap kepuasan konsumen. Pendekatan studi kasus digunakan dalam penelitian ini, dan melibatkan pengamatan langsung di lapangan serta interaksi dengan konsumen yang membeli beras Sigupai. Sampel dipilih menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu 31 responden. Data yang dikumpulkan dari responden dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas beras Sigupai mempengaruhi kepuasan konsumen di Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya. Dari kedua variabel tersebut yaitu harga (X1) dan kualitas (X2), harga memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan koefisien tak terstandarisasi sebesar 0,477, dan lebih tinggi dari koefisien kualitas sebesar 0,143. Kesimpulannya yaitu variabel harga dan variabel kualitas mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif di Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya.

Kata kunci: Beras sigupai, harga, kualitas, kepuasan konsumen.

RIWAYAT HIDUP

Wulan Pranciska, lahir pada tanggal 10 Mei 2000 di Kuala Batee, Aceh Barat Daya. Anak Pertama dari Ayahanda M. Yasin dan Ibunda Ruslaini.

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2012, telah menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri Kuala Terubue.
2. Pada tahun 2015, telah menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Kuala Batee.
3. Pada tahun 2018, telah menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 4 Aceh Barat Daya.
4. Pada tahun 2018 melanjutkan Pendidikan Diploma (D3) Program Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala.
5. Pada tahun 2022. Melanjutkan Pendidikan Sastra (S1) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Pengalaman masa kuliah di Fakultas Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara adalah sebagai berikut :

1. Pada tahun 2022, mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa/I Baru di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Pada tahun 2023, melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Jaharun B, Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang.

3. Pada tahun 2024, melaksanakan penelitian skripsi dengan judul Pengaruh Harga Dan Kualitas Beras Sigupai Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* atas rahmat dan segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis telah menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Beras Sigupai Terhadap Kepuasan Konsumen di Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya”.

Selama mengerjakan skripsi ini, penulis memperoleh banyak masukan, bimbingan, dukungan, dan dorongan yang berharga dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si selaku Dekan fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si dan Ibu Juita Rahmadani Manik, S.P., M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang selalu mendukung dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan kepada Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu segala registrasi dalam penyelesaian skripsi.
5. Orangtua saya tercinta Bapak Muhammad Yasin dan Ibu Ruslaini yang telah mendidik dan memberikan dukungan berupa doa, cinta, kasih

sayang dan materi kepada penulis.

6. Keluarga besar yang selalu memberi bantuan dan dukungan serta doa kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan penulis terkhusus teman-teman yang setia menemani dan memberi semangat kepada penulis sampai sekarang.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk membantu meningkatkan kualitas skripsi ini.

Medan, Oktober 2024

Wulan Pranciska

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah	1
Rumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian	6
Manfaat Peneltian	6
TINJAUAN PUSTAKA PUSTAKA	7
Komoditi Beras	7
Harga Beras	8
Faktor Penentu Harga.....	10
Kebijakan Harga	11
Tujuan Penetapan Harga	12
Kualitas Beras	14
Kepuasan Konsumen	15
Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	15
Penelitian Terdahulu	16
Kerangka Pemikiran	19
Hipotesis Penelitian	19
METODE PENELITIAN	20

Metode Penelitian	20
Metode Penentu Lokasi	20
Metode Penetapan Dan Penarikan Sampel.....	20
Metode Pengumpulan Data	21
Metode Analisis Data	21
Analisis Data Regresi Linier Berganda	22
Pengujian Asumsi Klasik	23
Pengujian Hipotesis	24
Definisi Dan Batasan Operasional	26
DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN	27
Deskripsi Umum Daerah Penelitian	27
Keadaan Penduduk	28
Karakteristik Responden	30
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
Analisis Jawaban Responden Variabel Harga (X1)	34
Analisis Jawaban Responden Variabel Kualitas (X2)	34
Analisis Jawaban Responden Variabel Kepuasan (Y)	35
KESIMPULAN DAN SARAN	44
Kesimpulan	44
Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Data Penjualan Beras Sigupai	2
2.	Daftar Nama Desa/Kelurahan Kecamatan Blangpidie	28
3.	Jumlah penduduk Kabupaten Aceh Barat Daya Tahun 2022	29
4.	Jumlah penduduk menurut umur dan jenis kelamin	30
5.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	31
6.	Karakteristik responden berdasarkan umur	31
7.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	32
8.	Karakteristik responden berdasarkan lama mengkonsumsi	32
9.	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan konsumen	33
10.	Hasil uji normalitas	34
11.	Hasil uji multikolonieritas	34
12.	Hasil uji heterokedaritas	36
13.	Hasil uji R-Square	36
14.	Uji T Coefficients	37
15.	Uji F Anova	39
16.	Analisis Regresi Linier Berganda	41

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran	18

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Data Penjualan Beras Sigupai	47
2.	Daftar Nama Desa/Kelurahan Kecamatan Blangpidie	48
3.	Jumlah penduduk Kabupaten Aceh Barat Daya Tahun 2022	50
4.	Jumlah penduduk menurut umur dan jenis kelamin	51

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Beras merupakan sumber pangan utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Sawti (2000) berpendapat bahwa beras harus dipandang sebagai barang publik, yang tidak hanya berfungsi sebagai komoditas swasta tetapi juga sebagai sumber daya publik bersama. Beras memberikan kontribusi yang signifikan terhadap berbagai kepentingan publik, perannya krusial dalam mengamankan pasokan pangan, menjaga stabilitas ekonomi, dan juga berkontribusi untuk menciptakan kesempatan kerja.

Beras sangat penting bagi produsen dan konsumen di Indonesia. Dalam hal produksi, pertanian padi menghidupi 25,4 juta rumah tangga. Dari sudut pandang konsumen, sekitar 30 persen dari total pengeluaran rumah tangga berpendapatan rendah digunakan untuk membeli beras. Saat ini, lebih dari 90 persen penduduk Indonesia bergantung pada beras sebagai sumber makanan utama mereka. Dari segi gizi, beras mengungguli banyak makanan lain, setiap 100 gramnya menyediakan 360 kalori dan 6,8 gr protein. Beras menyumbang 54,3 persen dari konsumsi energi per kapita, yang berarti lebih dari separuh energi yang dikonsumsi penduduk Indonesia berasal dari beras. Hal ini menunjukkan bahwa beras memiliki peran yang strategis dalam mendukung ketahanan pangan di negara ini (Bustaman, 2013).

Beras di setiap daerah mempunyai perbedaan masing-masing, di Aceh Barat Daya khususnya di Blangpidie mereka memiliki beras sigupai dimana beras tersebut sangat di sukai oleh konsumen, baik di dalam daerah maupun diluar daerah. Beras Sigupai merupakan varietas premium yang menonjol karena aroma dan

teksturnya yang unik. Beras ini memiliki aroma yang mirip daun pandan dan tekstur yang lebih lembut jika dibandingkan dengan varietas beras lokal lainnya. Maka dari itu tidak sedikit konsumen yang menyukai dan mengonsumsi beras sigupai tersebut. Beras sigupai juga menjadi salah satu ciri khas dari abdya, beras sigupai banyak di jadikan sebagai ole-ole khas dari Aceh Barat Daya (Masyitah dkk, 2023). Berikut adalah data penjualan yang di peroleh peneliti.

Tabel 1. Data Penjualan Beras Sigupai

Tahun	Penjualan Beras Sigupai
2022	2.500 Kg
2023	5.500 Kg
Juni 2024	2.200 Kg
Jumlah	10.200 Kg

Sumber: Data primer dioleh Peneliti, 2024

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa penjualan beras Sigupai terus meningkat setiap musim panen, dan mengindikasikan bahwa minat konsumen yang terus meningkat. Bagi warga Kabupaten Aceh Barat Daya (Abdya), beras Sigupai sudah dikenal luas bahkan menjadi simbol daerah, dan kerap disebut sebagai ikon Abdya atau "Bumoe Sigupai." Dalam Pekan Nasional Kontak Tani Nelayan Andalan (KTNA) ke-15 di Stadion Harapan, Lhong Raya, Banda Aceh, pengunjung berkesempatan melihat dan mencicipi Breuh Sigupai yang baru saja dimasak. Menurut Krisnur SP, Penyuluh Pertanian Kabupaten Abdya, beras yang awalnya tumbuh subur di ekosistem lahan kering ini terasa nikmat jika disantap hangat, bahkan dengan lauk sederhana seperti sambal tokok dan kerupuk atau ikan asin. Breuh Sigupai dikenal dengan aromanya yang khas, mulai terasa sejak persemaian dan semakin terasa saat padi membentuk malai (Mifthahurrahmah, 2018).

Beras sigupai merupakan beras unggulan dari Aceh Barat Daya yang memiliki rasa lezat dan wangi, jenis beras ini sudah ada pada zaman masa kejayaan kesultanan Aceh. Namun jenis beras ini semakin lama semakin langka dan bahkan hampir punah dikarenakan efisiensi waktu budidaya yang tidak sesuai lagi dengan perkembangan waktu dan ketergantungan terhadap curah hujan. Beras sigupai ini sebelumnya hanya ditanam sekali dalam kurun waktu 1 tahun dengan masa panen kurang lebih selama 125 hari. Masa panen beras sigupai memang lebih lama dibandingkan dengan beras lainnya. Luas lahan dalam penanaman padi sigupai adalah 5 hektar dengan lokasi budidaya yang berbeda. Oleh karena itu masyarakat Kab. Blangpidie terus mengupayakan dalam pengembangan dan mempertahankan varietas beras sigupai tersebut agar tidak punah dan juga memberikan kualitas dan hasil yang terbaik dengan mempertahankan sistem budidaya secara organik (Chairunnisak, 2021).

Dalam menjalankan bisnis, beberapa faktor harus diperhatikan untuk mendorong pertumbuhan, dengan kepuasan konsumen sebagai faktor yang krusial. Kepuasan konsumen mengacu pada tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka. Ketika kinerja suatu produk memenuhi atau melampaui harapan, konsumen cenderung merasa puas. Rustanti (2015) mencatat bahwa pelanggan yang puas lebih cenderung merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Pada dasarnya, kepuasan pelanggan adalah reaksi individu setelah menggunakan suatu produk atau layanan, yang menunjukkan apakah produk atau layanan tersebut memenuhi harapan mereka.

Kepuasan pelanggan didasarkan pada seberapa baik suatu produk sesuai dengan harapan pembeli. Jika produk tidak sesuai dengan harapan, pembeli akan merasa kecewa, jika produk memenuhi harapan, pembeli akan merasa puas. Ketika suatu produk melampaui harapan, kepuasan yang diperoleh akan lebih tinggi (Kotler dan Armstrong, 2008). Perusahaan harus terus berupaya untuk memuaskan pelanggan mereka, dan jika produk gagal melakukannya, mereka perlu mencari cara alternatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas layanan, kualitas produk, harga, merek, dan promosi. Rustanti (2015) juga menyoroti bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, kualitas layanan, persepsi konsumen terhadap produk, biaya, dan kemudahan akses sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Elemen ini sangat penting dalam proses pemasaran untuk memastikan kepuasan pelanggan. Dari berbagai faktor tersebut, peneliti memfokuskan pada dua faktor yaitu harga dan kualitas produk.

Harga merupakan faktor krusial yang secara langsung memengaruhi laba perusahaan, karena menentukan volume produk telah terjual. Harga juga secara tidak langsung mempengaruhi biaya melalui jumlah barang yang dijual memengaruhi efisiensi produksi dan biaya terkait. Akibatnya, penetapan harga memainkan peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, sehingga keputusan dan strategi penetapan harga menjadi krusial bagi setiap perusahaan.

Harga beras sigupai sendiri bisa dibilang tergolong mahal dibandingkan dengan harga beras lokal lainnya yaitu Rp. 50.000/Kg, karena jenis beras ini adalah jenis beras berkualitas unggulan dan juga langka. Beras sigupai disebut oleh masyarakat aceh yaitu “Penajoh Raja” (makanan raja). Pada jaman dulu jenis beras

ini hanya orang-orang tertentu yang dapat mengkonsumsinya, dikarenakan harganya yg mahal dan juga susah didapatkan, dapat dilihat dari budidaya yang tidak mudah dan juga bebas dari bahan kimia yang dapat merusak kualitas beras. Berdasarkan definisi ini, harga dapat menjadi tanda kualitas merek suatu produk. Konsumen sering kali mengaitkan harga yang lebih tinggi dengan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan barang dengan harga yang lebih rendah. Penetapan harga harus sesuai dengan kualitas produk, jika harga tidak sesuai dengan kualitas yang dipersepsikan, konsumen cenderung memilih produk alternatif.

Hubungan antara harga beras dan kepuasan konsumen dibentuk oleh ekspektasi konsumen mengenai kewajaran, kesesuaian, keterjangkauan, dan daya saing harga. Menurut Khihatudkk. (2015), ekspektasi konsumen berfungsi sebagai tolok ukur untuk mengevaluasi harga produk perusahaan dibandingkan dengan harga pesaing dan menginformasikan keputusan pembelian mereka. Singkatnya, penting bagi setiap perusahaan untuk menetapkan harga yang sesuai untuk produk mereka. Konsumen mencari produk dengan harga yang sesuai dengan nilainya, jika suatu produk tidak diberi harga yang tepat, mereka cenderung merasa tidak puas dan mencari alternatif dari pesaing.

Menurut Juran sebagaimana dikutip dalam Nasution (2001), mutu beras mengacu pada kesesuaiannya untuk dikonsumsi guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Mutu beras dapat dinilai berdasarkan karakteristik fisik beras, meliputi warna, keutuhan bulir, tidak adanya bahan asing, tidak adanya kapur, dan konsistensi aroma. Berdasarkan konteks tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Beras Sigupai Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kecamatan Aceh Barat Daya.

Rumusan Masalah

Mengingat konteks permasalahan yang diangkat, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga beras sigupai terhadap kepuasan konsumen di Kec, Blangpidie Kab, Aceh Barat Daya?
2. Bagaimana pengaruh kualitas beras sigupai terhadap kepuasan konsumen di Kec, Blangpidie Kab, Aceh Barat Daya?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah:

1. Mengetahui pengaruh harga beras sigupai terhadap kepuasan konsumen Kecamatan Blangpidie Aceh Barat Daya
2. Mengetahui pengaruh kualitas beras sigupai terhadap kepuasan konsumen Kecamatan Blangpidie Aceh Barat Daya.

Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari temuan penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi penting bagi pedagang beras Sigupai dalam mengelola bisnisnya secara efektif.
2. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat menjadi masukan dan pedoman dalam merumuskan kebijakan di bidang subsektor pangan.
3. Sebagai sumber informasi dan referensi bagi khalayak akademis dan non-akademis.

TINJAUAN PUSTAKA

Komoditi Beras

Beras merupakan makanan pokok yang penting untuk dikonsumsi sehari-hari. Beras terdiri dari bulir beras putih yang telah dikuliti. Di kawasan Asia, khususnya di Indonesia, beras merupakan komoditas pangan penting, dan sekitar 95% penduduk masih mengandalkan beras sebagai sumber gizi utama (Riyanto dkk., 2013).

Sigupai merupakan varietas padi aromatik asli Kabupaten Aceh Barat Daya. Varietas ini dapat dibudidayakan baik di sawah maupun agroekosistem lahan kering. Varietas ini menawarkan beberapa keunggulan, yaitu panjang bulir 6,89 mm dan kandungan amilosa 20,92%. Saat diolah, beras Sigupai memiliki kualitas masak bulir sedang, tekstur lembut, dan aroma unik (Darmadi dan Mirza, 2015). Selain itu, beras ini membutuhkan waktu pemasakan yang lebih lama, yakni mencapai 27 jam. Mengenai kualitas giling, Sigupai menghasilkan persentase gabah giling dan gabah kepala yang lebih tinggi, serta persentase beras pecah yang lebih rendah dibandingkan dengan Inpari 23 Bantul. Secara spesifik, Sigupai mencapai persentase gabah giling sebesar 64,62% dan gabah kepala sebesar 71,66% (Chairunnisak, 2021). Karakteristik tersebut menyebabkan tingginya permintaan beras ini sehingga harganya mahal dan sulit diperoleh.

Beras merupakan komoditas penting dalam tatanan sosial ekonomi Indonesia. Nasi merupakan makanan mayoritas penduduk Indonesia yang berfungsi sebagai sumber gizi utama dalam pola makan manusia. Mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar, penting untuk memastikan ketersediaan pasokan beras yang cukup. Beras banyak dikonsumsi di belahan bumi

timur termasuk Indonesia, dan setara dengan gandum di belahan bumi barat. Di Indonesia, konsumsi beras rata-rata adalah 139,15 kg per orang per tahun, jauh melebihi tingkat yang terlihat di negara-negara maju, di mana konsumsi biasanya berkisar 80 hingga 90 kg per tahun (Utama, 2015).

Harga Beras

Harga menunjukkan nilai suatu barang yang dapat ditukar dengan barang lain. Pada zaman dahulu, barang diperdagangkan melalui barter, dengan mempertimbangkan nilai kegunaan barang tersebut. Seiring berjalannya waktu, nilai kegunaan dan jumlah barang menjadi faktor utama, yang memungkinkan barang tersebut ditukar dengan uang sebagai alat tukar. Dengan demikian, harga dapat didefinisikan sebagai metode pertukaran barang, yang dinyatakan dalam istilah moneter. Harga suatu barang terbentuk ketika penawaran sesuai dengan permintaan, yang menunjukkan adanya konsensus harga yang sanggup dibayar pembeli dan harga yang bersedia diterima penjual (Sjaroni dkk, 2019).

Harga dari beras sigupai tergolong tinggi yaitu 50.000/Kg, namun dengan harga begitu, konsumen bisa mengkonsumsi beras dengan kualitas tinggi, juga mempunyai ciri khas dari rasa yang berbeda, mempunyai wangi yang khas, dan dipastikan tidak sama dengan beras lainnya. Harga beras ini tergolong tinggi karena beras sigupai langka dan hanya ada daerah Aceh Barat Daya. Luas lahan yang ditanam beras sigupai varietas unggul dibandingkan dengan varietas sigupai lainnya tergolong sedikit di Kecamatan Blangpidie yaitu seluas 5 hektar, dengan hasil produksi 3 sampai 4,5 ton gabah padi sigupai dalam 1 hektar proses budidaya yang tergolong cukup lama, juga di budidaya secara organik dan tidak menggunakan bahan- bahan kimia atau pestisida pembunuh hama.

Harga bertindak sebagai ukuran kualitas dan dapat pembentukan persepsi konsumen tentang nilai produk. Produk dengan harga lebih tinggi sering dianggap lebih unggul, sedangkan produk dengan harga lebih rendah biasanya dianggap lebih rendah kualitasnya. Beras tergolong kedalam barang inferior karena permintaannya biasanya menurun seiring meningkatnya pendapatan konsumen. Hal ini terjadi karena ketidaksesuaian antara pasokan produsen dan permintaan konsumen. Namun, beras memiliki sifat inelastis, artinya perubahan harganya tidak berdampak signifikan terhadap permintaan. Oleh sebab itu nasi merupakan makanan pokok sehari-hari sulit digantikan. Alhasil, beras tetap menjadi makanan pokok utama bagi penduduk Indonesia (Khusaini, 2013).

Beras adalah komoditas ekonomi yang penting terhadap penduduk Indonesia. Ketika pendapatan masyarakat meningkat, permintaan beras dan kualitas beras yang dicari cenderung meningkat. Sebagai bahan pangan utama, harga beras sangat memengaruhi permintaan produksinya. Beras memiliki sifat permintaan yang tidak elastis, artinya meskipun harganya naik, konsumen pada umumnya enggan mencari pengganti. Akibatnya, mereka tetap membeli beras, sehingga perubahan permintaan menjadi sangat minimal (Widiarsih, 2012).

Faktor Penentu Harga

Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Diana (2016), faktor-faktor yang mempengaruhi harga dapat dibagi menjadi dua kategori sebagai berikut:

1. Faktor internal

a. Tujuan pemasaran perusahaan

Faktor utama yang memengaruhi harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan ini dapat mencakup memastikan kelangsungan hidup

perusahaan, memaksimalkan laba dan arus kas saat ini, mencapai laba atas investasi (ROI) yang besar, menghadapi persaingan, memenuhi tanggung jawab sosial, menjadi pemimpin dalam pangsa pasar, membangun kepemimpinan dalam kualitas produk, dan mendukung penjualan produk lain, dan lain sebagainya.

b. Strategi bauran pemasaran

Harga hanya salah satu aspek dari bauran pemasaran. Karena harga harus diintegrasikan, konsisten, dan selaras terhadap elemen pemasaran lain yang meliputi produk, distribusi, dan promosi.

c. Biaya

Biaya adalah faktor utama yang menentukan harga minimum yang harus ditetapkan suatu perusahaan untuk menghindari kerugian.

2. Faktor Eksternal

a. Karakteristik Pasar dan Permintaan

Semua perusahaan perlu memahami karakteristik pasar mereka dan permintaan yang mereka hadapi, terlepas dari apakah perusahaan tersebut beroperasi dalam Pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli atau monopoli. Selain itu, pahami elastisitas permintaan sangat penting, karena elastisitas permintaan menunjukkan seberapa responsif permintaan terhadap perubahan harga.

b. Persaingan

Menurut Porter, sebagaimana disebutkan dalam buku karangan Tjiptono dan Diana (2016), terdapat lima kekuatan yang membentuk persaingan industri, yaitu:

1. Pesaing industri terkait
2. Pengganti
3. Pemasok
4. Pelanggan
5. Ancaman dari pendatang baru dipasar

Kebijakan Harga

Secara umum kebijakan harga bertujuan untuk mengendalikan dan secara tidak langsung membatasi harga kebutuhan pokok pengaruh entitas yang kuat di pasar dan mengakibatkan bias. Harga dasar beras berfungsi sebagai pengaman bagi produsen dan petani dalam menghadapi penurunan harga beras akibat kelebihan pasokan di pasar. Misalnya, Petani seringkali mengalami anjloknya harga jual pada musim panen. Sebaliknya, batasan harga ditetapkan untuk melindungi konsumen dari kenaikan harga akibat kelangkaan. seperti ketika harga beras meningkat setelah gagal panen. Menurut Nurrochmat, perubahan harga umumnya terjadi di negara dengan kondisi ekonomi tidak stabil, seperti Indonesia (Nurrochmat dkk, 2016).

Dalam sistem ekonomi, harga berfungsi sebagai ukuran fundamental karena dapat memengaruhi alokasi sumber daya yang tersedia. Banyak konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas, dan sering kali mengandalkannya sebagai kriteria utama untuk menentukan nilai suatu produk. Menurut Swastha (2009), harga merupakan hal yang krusial dalam perekonomian pasar karena harga secara signifikan mempengaruhi keputusan produsen dan konsumen dalam mengalokasikan sumber daya yang terbatas untuk mencapai kondisi optimal atau keseimbangan (Brummer dkk, 2019).

Tujuan Penetapan Harga

Menurut Tjiptono dan Diana (2016), tujuan penetapan harga meliputi beberapa aspek penting:

1. Survival

Dengan tujuan untuk bertahan hidup, harga ditetapkan pada tingkat yang memungkinkan perusahaan meningkatkan volume penjualan cukup menutupi biaya yang dikeluarkan.

2. Laba

Tujuan laba adalah menetapkan harga yang memungkinkan perusahaan meraih keuntungan maksimal.

3. *Return on investment* (ROI)

Tujuan ini menetapkan harga yang diharapkan dapat membantu perusahaan mencapai target laba atas investasi (ROI).

4. Pangsa pasar

Tujuan pangsa pasar adalah menetapkan harga yang memungkinkan perusahaan mempertahankan atau meningkatkan penjualan dibandingkan dengan pesaingnya.

5. Status quo

Tujuan status quo adalah menetapkan tingkat harga untuk menstabilkan permintaan dan penjualan.

6. Kualitas Produk

Tujuan kualitas produk adalah menetapkan harga yang tidak hanya menutupi biaya penelitian dan pengembangan, tetapi juga membangun citra merek yang berkualitas tinggi.

Untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan perlu menetapkan harga yang tepat, karena konsumen cenderung memilih opsi yang lebih terjangkau. Ketika produk berhasil terjual, hal itu berdampak positif pada perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan pesaingnya.

Kualitas Beras

Kualitas beras dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas fisik, kualitas pemasakan, dan kualitas konsumsi. Baik kualitas pemasakan maupun konsumsi ditentukan oleh gel, suhu gelatinisasi, kandungan amilosa, dan konsistensi. Mutu fisik dan mutu tanak dinilai secara objektif dan subjektif (Darmardjati, 1995). Beras yang berkualitas bisa dilihat dari aroma yang khas, bukan aroma apek ataupun aroma yang berbau zat kimia, butiran beras yang utuh serta beras kokoh dan tidak mudah patah.

Kualitas, menurut Garvin dalam Nasution (2001), adalah kondisi dinamis yang mencakup produk, individu, proses, tugas, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Karena preferensi dan harapan konsumen selalu berubah, kualitas produk juga harus beradaptasi. Peningkatan kualitas produk memerlukan peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses dan tugas produksi, serta penyesuaian lingkungan perusahaan untuk memastikan produk tersebut memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Lupiyoadi (2001) hasil dari penelitiannya adalah konsep kualitas itu relatif tergantung sudut pandang yang mendefinisikan ciri-ciri dan kekhasannya. Ada tiga orientasi kualitas yang saling terkait persepsi konsumen, produk atau layanan, dan proses. Saat konsumen hendak membuat keputusan pembelian, faktor produk

menjadi yang paling penting karena produk merupakan sarana utama untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jika produk dirasa sesuai dan memenuhi kebutuhan, konsumen cenderung akan membeli ulang (Nabhan dan Kresniani, 2005).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen muncul dari emosi yang dialami individu entah senang atau kecewa berdasarkan perbandingan antara kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dan harapan mereka. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, konsumen akan kecewa. Jika sesuai harapan, mereka akan puas. Namun, jika melebihi harapan, tingkat kepuasan mereka akan jauh lebih tinggi (Kotler dan Keller, 2008).

Menurut Tjiptono (2015), kepuasan konsumen adalah penilaian yang dilakukan oleh konsumen dengan membandingkan harapan mereka terhadap kinerja produk setelah pembelian. Ini mencerminkan sejauh mana perasaan mereka setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan. Kinerja memengaruhi harapan, kemudian berpengaruh pada kepuasan konsumen. Konsumen yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif. Jadi, kepuasan konsumen adalah respons emosional yang didasarkan pada evaluasi pengalaman dari penggunaan produk atau layanan (Rustanti, 2015).

Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Rustanti (2015) meliputi:

1. Kualitas produk: Konsumen merasa puas jika produk yang digunakan memiliki kualitas tinggi.
2. Harga produk: Harga yang lebih rendah untuk produk dengan kualitas serupa akan memberikan nilai lebih besar bagi konsumen.

3. Kualitas layanan: Pelayanan prima yang memenuhi harapan konsumen meningkatkan kepuasan.
4. Sikap terhadap produk: Sikap yang muncul dari emosi dan perasaan konsumen terhadap merek tertentu bisa menambah rasa bangga dan percaya diri.
5. Biaya produk dan kemudahan pengadaan: Konsumen puas ketika pengadaan suatu produk tidak melibatkan biaya atau waktu tambahan atau layanan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya mengacu pada jurnal yang dihasilkan dari proses penelitian sistematis menggunakan metode ilmiah. Tujuannya adalah untuk membandingkan dan memperkuat temuan serta membantu merumuskan hipotesis. Oleh karena itu, beberapa penelitian relevan telah diidentifikasi terkait penelitian ini, seperti yang dijelaskan berikut ini:

Penelitian Sartini dan Bagio (2021) menemukan bahwa analisis korelasi menghasilkan koefisien determinasi (R^2) 0,996 yang berarti bahwa variabel harga beras, harga jagung, dan jumlah penduduk dapat menjelaskan variasi tersebut. Ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap permintaan beras, dengan nilai F sebesar 1,022 dibandingkan dengan nilai F tabel 3,49 pada $\alpha = 0,05$ dan 5,95 pada $\alpha = 0,01$. Namun, secara individual hanya jumlah penduduk yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap permintaan beras di Kabupaten Aceh Singkil.

Hasil penelitian Putu Yudhistira dan Budhi Setiawan (2016) mengungkapkan bahwa semua Komponen bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Komponen manakah yang dipengaruhi oleh harga, diikuti oleh kualitas produk.

Selain itu, terdapat hubungan positif antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen di PT Pak Oles Denpasar, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan, semakin tinggi pula loyalitas konsumen.

Dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Online terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Barang Habis Terjual di Usaha Mikro" (2015), Dhyani Swietenia meneliti Pengaruh karakteristik pelanggan terhadap kepuasan. Penelitian ini juga menganalisis dampak bauran pemasaran online terhadap kepuasan pelanggan usaha kecil.

Penelitian Alfa Thoriq Aziz (2015) berjudul "Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan" menemukan bahwa variabel komunikasi pemasaran berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelanggan yang membeli suatu produk dari suatu penjual cenderung memperoleh pelayanan yang baik. Seperti halnya penjual dan pembeli mempunyai etika komunikasi yang cocok dalam berkomunikasi dalam proses jual beli.

Dalam penelitian Sofian Nelly (2018) yang berjudul "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan harga beras di provinsi Aceh," ditemukan bahwa produksi beras dipengaruhi oleh harga beras tahun sebelumnya, luas panen, dan biaya pupuk urea. Konsumsi beras dipengaruhi oleh harga beras dan tingkat pendapatan, sementara harga beras dipengaruhi oleh biaya gabah, produksi beras, dan harga eceran tertinggi (HET).

Variabel Bebas (*Independent Variable*)

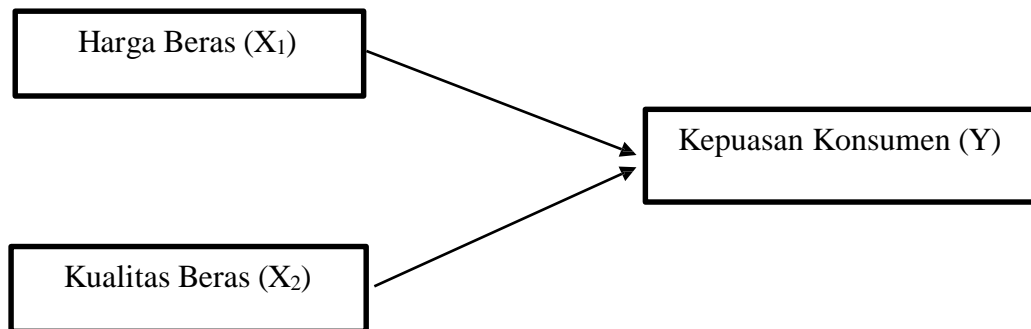
Variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah harga beras (X1) dan kualitas beras (X2).

Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel ini merupakan fokus utama penelitian. Menurut Sugiyono (2012), variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, atau terikat. Variabel dependen dipengaruhi atau merupakan hasil dari variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y).

Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual dalam penelitian ini mengilustrasikan hubungan antar konsep sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Dari gambar tersebut, terlihat bahwa variabel harga beras (X1) dan variabel kualitas beras (X2) sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, hipotesis penelitian ini adalah:

1. Diduga ada pengaruh harga dan kualitas beras sigupai terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan pendekatan sistematis dengan alat atau teknik tertentu untuk mencapai tujuan. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu metode studi kasus dengan pengamatan langsung di lapangan. Menurut Arikunto (2010), metode penelitian adalah cara untuk mengumpulkan data. Data yang diperoleh diorganisasikan, dianalisis, dan diinterpretasikan untuk memahami fenomena yang diamati, menjelaskan hubungan, dan menarik kesimpulan berdasarkan analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan kuesioner.

Metode Penentuan Lokasi

Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja atau *purposive* yaitu dilaksanakan di Kecamatan Blangpidie Kab. Aceh Barat Daya. Lokasi ini dipilih sebagai objek penelitian dengan mempertimbangkan bahwa Aceh Barat Daya khususnya Blangpidie mempunyai salah satu sumber daya alam yaitu beras sigupai yang menjadi ciri khas daerah dan mempunyai keunikan sendiri dari beras sigupai tersebut.

Metode Penetapan dan Penarikan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2014), *Accidental Sampling* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan pertemuan secara kebetulan. Artinya, siapa pun yang kebetulan bertemu dengan peneliti saat membeli Beras Sigupai di Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya, dapat dijadikan sampel, asalkan dianggap tepat sebagai sumber data.

Sampel penelitian ini melibatkan konsumen yang membeli beras Sigupai secara langsung di Kecamatan Blangpidie dan kebetulan bertemu peneliti. Sebanyak 31 responden dipilih sebagai partisipan, dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan konsumen beras Sigupai di Kecamatan Blangpidie, serta menggunakan kuesioner. Data sekunder didapatkan dari kajian pustaka, termasuk penelitian sebelumnya, laporan terkait, dan bahan pendukung lainnya.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data kuantitatif dan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Metode kuantitatif mengandalkan analisis statistik untuk evaluasi, dimana pengukuran fenomena yang diamati sangat penting. Oleh karena itu, data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang dirancang berdasarkan variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan data kuantitatif.

Metode kualitatif menggunakan teknik penelitian sosial untuk mengumpulkan data deskriptif berupa kata-kata dan gambar. Sumber lain menggambarkan pendekatan kualitatif sebagai pendekatan yang didasarkan pada pengalaman dan persepsi responden di dunia nyata, yang pada akhirnya mencari referensi teoritis. Pendekatan ini menekankan pada prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif, yang disajikan melalui kata-kata tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang diamati. Peneliti kemudian menafsirkan dan menjelaskan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, dan

memungkinkan mereka memperoleh wawasan terperinci dan jelas tentang masalah yang dihadapi.

Analisis Data Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi perubahan pada variabel dependen, dan saat atau lebih variabel independen dimanipulasi. Oleh karena itu, analisis ini dilakukan ketika setidaknya terdapat dua variabel independen (Sugiyono, 2014). Penelitian ini penulis menggunakan lebih dari satu variabel independen. Persamaan regresi linier berganda menurut Sugiyono (2014) adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Y = Kepuasan Konsumen

A = Konstanta

X1 = Harga

X2 = Kualitas

E = Error

Model analisis ini dipilih untuk menilai tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara simultan maupun parsial.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji klasikal diperlukan untuk memastikan model estimasi sesuai dengan asumsi regresi linier klasik. Pengujian ini penting untuk memastikan kepastian dan validitas parameter yang diperoleh.

1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah sampel menunjukkan bahwa Distribusi biasa. Dalam model regresi linier, asumsi ini

dikenal sebagai galat yang terdistribusi normal. Model regresi yang efektif adalah model yang menunjukkan distribusi normal atau mendekati normal, sehingga cocok untuk pengujian statistik. Normalitas data diukur menggunakan Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov dalam SPSS. Menurut Singgih Santoso (2012), keputusan diambil berdasarkan probabilitas (Signifikansi Asimptotik): Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menilai ada tidaknya korelasi tinggi atau sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Ada beberapa metode untuk mendeteksi korelasi ini, salah satunya menggunakan *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF). Ghazali (2017) menyatakan bahwa toleransi mengukur variabilitas variabel independen pilihan yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dengan demikian, toleransi rendah berbanding lurus dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi mengenai Toleransi dan VIF adalah sebagai berikut.

Jika $VIF > 10$ dan nilai *Tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas.

Jika $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat yang digunakan dalam analisis regresi untuk menilai ketidaksetaraan variasi residual antara berbagai observasi. Jika variasi residual tetap konsisten di seluruh observasi, maka disebut homoskedastisitas, sebaliknya jika variansnya berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal menunjukkan homoskedastisitas, yang berarti tidak ada masalah dengan heteroskedastisitas. Ghazali (2013)

menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksetaraan variasi di antara residual berbagai observasi dalam model regresi. Data cross-sectional umumnya menunjukkan heteroskedastisitas karena mencakup berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis melibatkan evaluasi apakah nilai uji statistik berada dalam wilayah kritis (wilayah tempat H_0 ditolak), yang menunjukkan hasil signifikan. Sebaliknya, jika nilai uji statistik berada di wilayah tempat H_0 diterima, maka dianggap tidak signifikan. Selain itu, uji t dipakai untuk menilai signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen. Berdasarkan rumusan masalah penelitian, hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis ditolak jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($\alpha=0,05$), Harga Beras Sigupai berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kec, Blangpidie.
- b. Hipotesis diterima jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($\alpha=0,05$), Harga Beras Sigupai berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kec, Blangpidie.

Uji – t

Menurut Ghozali (2012), uji t digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Kriteria pengambilan keputusan dalam konteks ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $t \text{ hitung}$ lebih besar dari nilai $t \text{ tabel}$ atau tingkat signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima. Sebaliknya, penolakan hipotesis menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai $t \text{ hitung}$ lebih besar dari nilai $t \text{ tabel}$ atau tingkat signifikansi lebih

besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji - F

Analisis statistik merupakan pengolahan data penelitian menggunakan metode statistik untuk menghasilkan informasi bermakna. Jika nilai F lebih besar dari nilai tabel F, atau tingkat signifikansi kurang dari 0,05, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sebaliknya, jika nilai F lebih kecil dari nilai tabel F, atau tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_a ditolak dan H_o diterima (Ghozali, 2012).

Definisi dan Batasan Operasional

1. Kepuasan konsumen mengacu pada kepuasan individu terhadap suatu produk, yang mencakup aspek-aspek seperti kualitas produk, harga yang wajar, dan status halal untuk dikonsumsi.
2. Harga adalah nilai wajar barang atau jasa yang sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran, umumnya diterima oleh masyarakat sebagai sesuatu yang sesuai dengan keinginan mereka.
3. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan. Untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen seperti keseluruhan mutu, desain, nilai jual dan daya tahan produknya.

DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN

Deskripsi Umum Daerah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya. Sebagai ibu kota kabupaten, Blangpidie berada di Pantai Barat Selatan Aceh, yang melewati jalan raya yang menghubungkan Banda Aceh – Medan. Kota ini terkenal sebagai tempat kelahiran pejuang kemerdekaan Teuku Ben Mahmud dan tempat tinggal Teungku Peukan. Blangpidie mencakup wilayah seluas 486,95 km² dengan 20 desa dan 24.440 penduduk. Secara geografis, Kabupaten Aceh Barat Daya berada antara 96°34'57" dan 97°09'19" BT, serta 3°34'24" dan 4°05'37" LU.

Batas Wilayah Kecamatan Blangpidie

Berikut adalah batasan wilayah Aceh Barat Daya:

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Gayo Lues
- b. Sebelah Selatan : Samudera Hindia
- c. Sebelah Barat : Kabupaten Nagan Raya
- d. Sebelah Timur : Kabupaten Aceh Selatan

Tabel 2. Daftar Nama Desa/Kelurahan Kecamatan Blangpidie

No	Nama Desa/Kelurahan Kecamatan Blangpidie
1.	Cot Jeurat
2.	Kuta Bahagia
3.	Kedai Sibliah
4.	Pasar Balngpidie
5.	Medang Ara
6.	Geulumpang Payong
7.	Kuta Tinggi
8.	Kedai Paya
9.	Baharu
10.	Lamkuta
11.	Alum Anggota
12.	Mata Ie
13.	Panton Raya
14.	Seunaloh
15.	Lhung Tarok
16.	Lhung Asan
17.	Guhang
18.	Kuta Tuha
19.	Gudang
20.	Babah Lhung

Sumber: BPS, Aceh Barat Daya

Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk 155.046 jiwa, dan tersebar di sembilan kecamatan. Untuk informasi lebih lanjut, silakan lihat tabel yang tersedia.

Tabel 3. Jumlah penduduk Kabupaten Aceh Barat Daya Tahun 2022

No	Kecamatan	Jumlah Jiwa
1.	Manggeng	15,799
2.	Lembah Sabil	11,325
3.	Tangan – Tangan	14,078
4.	Setia	8,869
5.	Blangpidie	24,440
6.	Jeumpa	11,657
7.	Susoh	25,238
8.	Kuala Batee	22,019
9.	Babahrot	21,621
Aceh Barat Daya		155,046

Sumber: Bps, Aceh Barat Daya

Pada tahun 2022, jumlah penduduk Aceh Barat Daya mencapai 155.046 jiwa, dengan 78.443 laki-laki dan 76.603 perempuan. Data ini menunjukkan keseimbangan yang hampir sempurna antara jumlah penduduk laki-laki dan perempuan, meski laki-laki sedikit lebih banyak. Tabel berikut menjelaskan hal ini:

Tabel 4. Jumlah penduduk menurut umur dan jenis kelamin di Kab. ABDYA

No	Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1.	0-4	6 589	6 297	12 886
2.	5-9	6 448	6 025	12 473
3.	10-14	6 378	5 989	12 367
4.	15-19	6 579	6 231	12 810
5.	20-24	7 178	6 788	13 966
6.	25-29	7 096	6 546	13 642
7.	30-34	6 371	6 371	12 742
8.	35-39	6 356	6 346	12 702
9.	40-44	5 838	5 798	11 636
10.	45-49	5 019	5 040	10 059
11.	50-54	4 396	4 477	8 873
12.	55-59	3 652	3 592	7 244
13.	60-65	2 683	2 662	5 345
14.	65-69	1 841	1 697	3 538
15.	70-74	1 040	1 253	2 293
16.	75+	979	1 491	2 470
Aceh Barat Daya		78 443	76 603	155 046

Sumber: Bps, Aceh Barat Daya

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan responden dengan beragam karakteristik, termasuk pekerjaan, pendapatan, jenis kelamin, usia, dan lama konsumsi. Untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai karakteristik responden tersebut, berikut ini disajikan tabel yang merinci jumlah responden:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	
		Frekuensi(Orang)	Persentasen(%)
1.	Laki-Laki	11	33,34
2.	Perempuan	20	66,66
	Total	31	100 %

Sumber: Data primer di olah peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 5, sebagian besar konsumen beras Sigupai di Kecamatan Blangpidie adalah perempuan, dengan jumlah 20 responden atau 66,66%. Sedangkan laki-laki hanya berjumlah 11 responden atau 33,34%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan umur

No	Umur (tahun)	Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	25-30	8	25,8%
2.	31-35	13	42%
3.	36-40	10	32,2%
	Total	31	100

Sumber: Data primer di olah peneliti, 2024

Dari Tabel 6 terlihat bahwa sebagian besar pembeli beras Sigupai berada pada kelompok usia 31-35 tahun, dengan 13 responden atau 42%. Sebaliknya, kelompok usia 25-30 tahun merupakan pembeli paling sedikit, hanya 8 responden atau 25%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Wiraswasta	11	35,49%
2.	Ibu rumah tangga	5	16,12%
3.	PNS	15	48,39%
	Total	31	100%

Sumber: Data primer di olah peneliti, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas konsumen beras sigupai di Kecamatan Blangpidie adalah pegawai negeri sipil, yakni sebanyak 15 responden atau sebesar 48,39%. Sementara itu, kelompok terkecil adalah ibu rumah tangga, yakni sebanyak 5 responden atau sebesar 16,12%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengonsumsi

Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan lama mengonsumsi

No	Lama mengonsumsi	Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	< 1 tahun	3	9,68%
2.	1-3 tahun	10	32,26%
3.	> 3 tahun	18	58,06%
	Total	31	100%

Sumber: Data primer di olah peneliti, 2024

Tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen beras Sigupai di Kecamatan Blangpidie adalah mereka yang telah mengonsumsinya selama lebih dari tiga tahun, berjumlah 18 responden atau 58,06%. Sebaliknya, kelompok konsumen terkecil adalah mereka yang baru mengonsumsi beras Sigupai kurang dari satu tahun, dengan hanya 3 responden atau 9,68%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Konsumen

Tabel 9. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan konsumen

No	Pendapatan	Responden	
		Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	2.000.000-3.000.000	5	16,12%
2.	3.000.000-4.000.000	11	35,49%
3.	> 4.000.000	15	48,39%
	Total	31	100%

Sumber: Data primer di olah peneliti, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa konsumen di Kecamatan Blangpidie memiliki konsumsi beras sigupai tertinggi dengan pendapatan >4.000.000 sebanyak 15 atau 48,39% responden sedangkan para konsumen beras Sigupai dengan pendapatan 2.000.000-3.000.000 hanya berjumlah 5 responden, atau sekitar 16,12% dari total.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian menggunakan analisis data Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan tujuan untuk menguraikan dan menginterpretasikan data agar dapat diambil kesimpulannya. Pemilihan teknik analisis data yang tepat juga dipengaruhi oleh jenis data yang dikumpulkan. Berikut adalah uraian dari data yang diperoleh peneliti.

Analisis Data

Uji Normalitas

Normalitas dapat dievaluasi menggunakan uji K-S, yang dimulai dengan merumuskan hipotesis uji. Penelitian ini hipotesis yang menjadi fokus adalah hipotesis nol (H_0), yang menyatakan bahwa data mengikuti distribusi normal. H_0 diterima jika nilai uji K-S lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji statistik Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Tabel 10. Hasil uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov	Asymp. Sig	Kriteria	Keterangan
0,762	0,607	0,05	Berdistribusi normal

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 10, nilai Kolmogorov-Smirnov pada kolom signifikansi adalah 0,607. mengingat nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov adalah 0,607 yang melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinearitas menilai model regresi untuk korelasi di antara variabel independen. Kriteria untuk uji ini menetapkan bahwa nilai toleransi harus lebih besar dari 0,1, yang berarti bahwa Faktor Inflasi Varians (VIF) harus kurang dari 10.

Tabel 11. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Toleransi	Vit	Keterangan
Harga	0,814	1,228	Bebas Multikolonieritas
Kualitas	0,814	1,228	Bebas Multikolonieritas

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 11 di atas, variabel harga dan variabel kualitas produk memiliki nilai toleransi sebesar 0,814 dan nilai VIF sebesar 1,228. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam penelitian ini.

Uji Heterokedasitas

Uji Glejser digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas (Ghozali dan Ratmono, 2017). Kriterianya adalah sebagai berikut:

- 1) Terjadi heterokedasitas jika nilai sig < 0,05
- 2) Tidak terjadi heterokedasitas jika nilai sig > 0,05

Tabel 12. Hasil Uji Heterokedasitas

Variabel	Hasil Pengujian	Nilai Signifikan	Keterangan
Harga	0,889	0,05	Bebas Heterokedasitas
Kualitas	0,334	0,05	Bebas Heterokedaritas

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi variabel harga dan variabel kualitas produk masing-masing adalah 0,889 dan 0,334, dan keduanya melebihi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mengevaluasi pengaruh lebih dari variabel independen (variabel penjelas) terhadap variabel dependen. Hal ini melibatkan analisis bagaimana variabel harga dan kualitas memengaruhi kepuasan konsumen. Persamaan untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 13. Analisis regresi linier berganda coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.726	3.130		2.468	.020
	X1	.477	.201	.430	2.368	.025
	X2	.143	.198	.131	.720	.478

Sumber: Data diolah (2024)

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \mu$$

$$Y = 7,726 + 0,477 X_1 + 0,143 X_2 + \mu$$

Dengan keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel harga (X_1)

β_2 = Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2)

X_1 = Variabel harga

X_2 = Variabel kualitas produk

μ = Error term (variabel residual)

1. Nilai α adalah 7,726, ini merupakan kondisi konstan atau dasar di mana kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas produk. Jika tidak ada variabel independen, variabel kepuasan konsumen tetap tidak berubah.
2. Nilai koefisien regresi (β_1) (untuk X_1) adalah 0,477, yang menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Ini berarti bahwa untuk setiap kenaikan 1 unit pada variabel harga, kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,477, dengan asumsi bahwa tidak ada variabel lain yang diperhitungkan dalam penelitian ini.
3. Nilai koefisien regresi (β_2) (untuk X_2) adalah 0,143, yang menunjukkan bahwa variabel X_2 berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada variabel kualitas produk, kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,143, dengan asumsi variabel lain tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan Tabel 13, variabel harga merupakan faktor yang paling signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien tak terstandar sebesar 0,477, lebih tinggi dibandingkan nilai koefisien tak terstandar variabel kualitas produk yaitu sebesar 0,143. Hal ini menunjukkan bahwa apabila dilakukan inovasi dalam peningkatan kualitas produk, disertai penyesuaian harga

yang mencerminkan kualitas yang ditawarkan, maka akan berdampak positif terhadap kepuasan konsumen.

Korelasi dan Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat pengaruh perubahan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 14. Hasil Uji R-Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500 ^a	.250	.196	1.348

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 14 di atas, nilai R^2 (atau R kuadrat) adalah 0,196, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R kuadrat yang disesuaikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga dan variabel kualitas menyumbang 19,6% dari kontribusi tersebut terhadap variansi variabel kepuasan konsumen. Selisihnya 80,4% (100% - 19,6%).

Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan mengevaluasi apakah semua variabel independen termasuk dalam model memiliki efek kolektif pada variabel dependen (Kuncoro, 2013). Untuk menentukan apakah hipotesis didukung, nilai F yang dihitung dibandingkan dengan tabel F. Tabel F memerlukan derajat kebebasan (df), dihitung sebagai $n-1$, bersama dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%) dan derajat kebebasan = $(k-1) (n-k)$. Jadi jika F yang dihitung melebihi tabel F, maka H_0 ditolak dan (H_a) diterima, sehingga menunjukkan hubungan yang signifikan, sebaliknya jika F yang dihitung kurang dari atau sama dengan tabel F, maka (H_0) diterima (Sugiyono, 2019).

Tabel 15. Uji F ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.962	2	8.481	4.665	.018 ^a
	Residual	50.909	28	1.818		
	Total	67.871	30			

Sumber: Data diolah (2024)

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hipotesisnya sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Ha : Ada pengaruh antara harga dan kualitas prooduk terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Dengan membandingkan nilai F terhitung sebesar 4,665 dengan nilai F tabel sebesar 3,34, kita dapat menginterpretasikan hasilnya. Derajat kebebasan dihitung menggunakan rumus $df1 = k - 1$ dan $df2 = n - k$, di mana $df1 = 3 - 1 = 2$ dan $df2 = 31 - 3 = 28$. Menurut aturan keputusan, jika F terhitung lebih besar dari F tabel, maka (H0) ditolak dan (Ha) diterima, sebaliknya jika F terhitung lebih kecil dari F tabel, maka (H0) diterima dan (Ha) ditolak. Karena nilai F terhitung sebesar 4,665 melebihi nilai F tabel sebesar 3,34, kita menerima (Ha), yang menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Selanjutnya, kita perlu membandingkan nilai signifikansi (sig) dengan ambang batas 0,05. Jika sig yang dihitung kurang dari 0,05 maka tolak (H0) dan terima jika (Ha), jika sig yang dihitung lebih besar dari 0,05, maka terima (H0) dan

tolak (H_a). Dalam kasus ini, nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,018, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga terima (H_a). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Uji T (Uji Parsial)

Uji-t digunakan untuk mengevaluasi pengaruh individu signifikan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen, dengan fokus pada pengaruh kualitas produk (X^1) dan harga (X^2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Kriteria:

1. Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dan:

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai signifikansi (Sig), atau $0,05 \leq \text{Sig}$, maka (H_0) diterima dan (H_a) ditolak, yang menunjukkan bahwa hasil tersebut tidak signifikan.
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai signifikansi (Sig), atau $0,05 < \text{Sig}$, maka (H_0) ditolak dan (H_a) diterima.

Tabel 16. Uji T Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.726	3.130		2.468	.020
	Harga	.477	.201	.430	2.368	.025
	Kualitas Produk	.143	.198	.131	.720	.478

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Pengaruh Antara Harga Dengan Kepuasan Konsumen

Hipotesisnya :

H_0 : Tidak ada pengaruh antara variabel harga (X_1) terhadap kepuasan

konsumen (Y).

Ha : Ada pengaruh antara variabel harga (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Analisis SPSS menghasilkan t hitung sebesar 2,368, dengan tingkat signifikansi 0,05. Derajat Kebebasan (DF) dihitung sebagai $DF = n - k - 1$, menghasilkan $31 - 3 - 1 = 27$, yang sesuai dengan nilai t tabel sebesar 2,052. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka (H_0) ditolak dan (H_a) diterima, jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka (H_0) diterima dan (H_a) ditolak. Dalam penelitian ini, t hitung sebesar 2,368 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,052, yang mengarah pada penolakan (H_0) dan penerimaan (H_a). Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan besar pengaruh sebesar 43%, sedangkan sisanya sebesar 57% dipengaruhi oleh faktor lain.

Selanjutnya nilai signifikansi (sig) dibandingkan dengan ambang batas 0,05. Jika sig yang dihitung kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika sig yang dihitung melebihi 0,05, maka (H_0) diterima dan (H_a) ditolak. Dalam hal ini nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,025 dan lebih kecil dari 0,05, sehingga menghasilkan penerimaan (H_a). Ini menunjukkan bahwa harga memang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Harga bisa menunjukkan kualitas suatu produk dan membentuk persepsi konsumen, sehingga memengaruhi keputusan pembelian mereka. Sebagaimana dikemukakan oleh Tjiptono (2018), strategi penetapan harga suatu perusahaan merupakan hasil pertimbangan yang matang. Dengan harga beras sigupai yang dijual Rp. 50.000 /Kg dapat memberikan kualitas yang terbaik kepada konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden pada saat penelitian yang paling berpengaruh adalah di variabel harga X_1 dimana menyatakan bahwa “Harga jual beras sigupai telah disesuaikan dengan biaya produksi yang diproses secara organik dan tidak menggunakan bahan kimia” dengan memperoleh skor sebanyak 18 (setuju), Akibatnya, konsumen mempertimbangkan harga yang ditawarkan dalam kaitannya dengan kualitas yang diberikan. Kesimpulan ini didukung oleh analisis tanggapan responden yang disertakan dalam Lampiran 2.

Pengaruh Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen.

Hipotesisnya :

Ho : Tidak ada pengaruh antara variabel kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Ha : Ada pengaruh antara variabel kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Analisis SPSS menunjukkan nilai t sebesar 0,720. Dengan taraf signifikansi 0,05 dan menghitung Derajat Kebebasan (DK) sebagai $(n - k - 1)$ di mana $(31 - 3 - 1 = 27)$, nilai t tabel adalah 2,052. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, jika nilai t melebihi nilai t tabel, maka (H_0) ditolak dan (H_a) diterima. Sebaliknya jika nilai t lebih kecil dari nilai t tabel, maka (H_0) diterima dan (H_a) ditolak. Dalam penelitian ini, karena nilai t hitung sebesar 0,720 lebih rendah dari nilai t tabel sebesar 2,052, maka (H_0) diterima dan (H_a) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Selanjutnya, nilai signifikansi (sig) dibandingkan dengan ambang batas 0,05. Jika sig yang dihitung kurang dari 0,05, maka (H_0) ditolak dan (H_a) diterima.

Sebaliknya jika sig yang dihitung melebihi 0,05, maka (H0) diterima dan (Ha) ditolak. Dalam kasus ini, nilai signifikansi yang dihitung adalah 0,478, maka lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu (Ha) ditolak dan (H0) diterima, yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Semakin tinggi kualitas produk, semakin tinggi pula minat konsumen. Hal ini juga berlaku untuk beras sigupai, semakin tinggi kualitas beras sigupai, semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang membelinya di Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya.

Hasil yang diperoleh dari wawancara dan tanggapan kuesioner yang dikumpulkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas memengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan analisis jawaban responden yang disertakan di lampiran 2, menyatakan bahwa “Beras sigupai memiliki aroma pandan yang khas” dengan pernyataan tersebut memperoleh skor terbanyak yaitu 19 (setuju), konsumen merasa puas dengan kualitas beras sigupai yang diberikan. Dengan demikian konsumen yang membeli beras sigupai semakin meningkat dikarenakan konsumen melihat kualitas beras sigupai yang diberikan memang bagus

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Beras Sigupai Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya” sebagai berikut:

1. Variabel harga (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin terjangkau harga beras Sigupai maka semakin besar kemungkinan konsumen akan membelinya di Kecamatan Blangpidie.
2. Variabel kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas beras Sigupai maka akan semakin tinggi pula pembelian beras Sigupai oleh konsumen di Kecamatan Blangpidie.

Saran

1. Terkait harga, demi kepuasan konsumen harga Beras Sigupai harus terjangkau karena harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen kecewa.
2. Terkait kualitas beras Sigupai, perusahaan hendaknya menjaga kualitas terbaik baik pada kemasan maupun beras itu sendiri agar dapat membangun kepercayaan masyarakat terhadap produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, F. dan Herwin. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Vol. 4(1): 1-8
- Aedi, Nur. 2010 Pengolahan dan Analisis data Hasil Penelitian. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Brianto, Dimas, 2015. *Pengaruh Produksi Beras, Impor Beras, Tingkat Konsumsi Beras Terhadap Harga Beras Di Indonesia Tahun 2008-2013 (Studi Kasus 32 Provinsi)*. Jakarta: Universitas UIN Syarif Hidayatullah.
- BPS Kabupaten Aceh Barat Daya. 2022. *BPS Kabupaten Aceh Barat Daya Dalam Angka Tahun 2022*. Aceh: Kabupaten Aceh Barat Daya.
- Bustaman, A. D. 2013. “Analisis Integrasi Pasar Beras di Indonesia” skripsi. Program sarjana ekstensi manajemen agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Chairunnisak., Sugiyanta dan Santosa E. 2021. Pengaruh nitrogen terhadap kualitas beras aromatik. *Jurnal Agronida*. ISSN 2407-9111. 7(1):1-8. <http://repository.pnp.ac.id/id/eprint/718>.
- Darmadi D, Mirza I. 2015. Ekplorasi dan investasi padi lokal Sigupai: aromatik pandan, rasi nasi pulen, efisiensi pupuk, berumur sedang, disukai petani dan pedagang. *Prosiding Seminar Nasional Biotik*. ISBN: 978-602-18962-5-9. <http://dx.doi.org/10.22373/pbio.v3i1.2623>.
- Ghozali dan Ratmono. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*, edisi pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2017.
- J, Supranto. 2016. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Jho, Mulya. 2016, *Pengertian Produk, Definisi Kualitas Produk, dan Dimensi Kualitas Produk*. Diakses di mulyajho.blogspot.com pada tanggal 02 September 2016.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Masyitah., Purwanto. Y. A dan Widodo. S. 2023. Deteksi Keaslian Beras Aceh Varietas Sigupai Menggunakan Portable Near-Infrared Reflectance Spectrometer. *Jurnal Keteknikan Pertanian*: ISSN 2338-8439.

- Mifthahurrahmah, U., Susanti. E dan Usman. M. 2018. Analisis Pendapatan Padi Varietas Varietas Sigupai Dan Sistem Pemasaran Di Kecamatan Blapudie Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Agribisnis*. Vol 5 (4).
- Noto, E. H. 2016. Analisis Pengaruh Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi* Vol 9, No 17, Juli 2016. <http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/download/128/115>.
- Nabhan. F. 2015. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Beras. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. Vol,6, No.3. Hlm.425-430.
- Puri, M. (2016). Pengaruh, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung. Skripsi Universitas Lampung.
- Rustanti, Ninik. (2015). *Buku Ajar Ekonomi*. Penerbit Deepublish: Yogyakarta.
- Suriyati Ken. 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sugiyono, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tarigan dan Kusbiantoro. 2011. Pengaruh Derajat Sosoh Dan Pengemasan Terhadap Mutu Beras Aromatic Selama Penyimpanan. Balai Besar Penelitian Tanaman Padi.
- Tommy dan Kristanti. 2018. Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek Alat Angkat (CRANE) XYZ ABC. *Jurnal Confrence on Management and Behavioral Studie*

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendapatan	Lama Mengkonsumsi
1	Ruslaini	40 Tahun	Perempuan	IRT	2.000.000-3.000.000	>3 Tahun
2	Mariana	34 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	>4.000.000	>3 Tahun
3	Rudi	27 Tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	>4.000.000	<1 tahun
4	Zainal Abas	51 Tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	>4.000.000	>3 Tahun
5	Yanti	35 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	>4.000.000	>3 Tahun
6	Irfan	30 Tahun	Laki-Laki	PNS	3.000.000-4.000.000	1-3 Tahun
7	Muhammad Haris	30 Tahun	Laki-Laki	PNS	3.000.000-4.000.000	1-3 Tahun
8	Maulana Asri	35 Tahun	Perempuan	PNS	3.000.000-4.000.000	>3 Tahun
9	Arisna	28 Tahun	Perempuan	PNS	3.000.000-4.000.000	<1 Tahun
10	Eka Dewi	34 Tahun	Perempuan	PNS	3.000.000-4.000.000	>3 Tahun
11	Aida Wati	31 Tahun	Perempuan	PNS	3.000.000-4.000.000	>3 Tahun
12	Cut Humaira	35 Tahun	Perempuan	PNS	>4.000.000	>3 Tahun
13	Eva Maulida	31 tahun	Perempuan	PNS	>4.000.000	>3 tahun
14	Cut Hardiani	30 Tahun	Perempuan	PNS	3.000.000-4.000.000	>3 Tahun
15	Liza Rahmawati	38 Tahun	Perempuan	PNS	3.000.000-4.000.000	1-3 Tahun
16	Usman	35 Tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	>4.000.000	>3 Tahun
17	Teuku Zulfikar	32 Tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	>4.000.000	>3 Tahun
18	Razi Qurrahman	40 Tahun	Laki-Laki	PNS	3.000.000-4.000.000	1-3 Tahun
19	Asrol	34 Tahun	Laki-Laki	PNS	3.000.000-4.000.000	<1 Tahun
20	Dika Maulana	39 Tahun	Laki-Laki	PNS	3.000.000-4.000.000	1-3 Tahun
21	Irna Hasani	38 Tahun	Perempuan	IRT	2.000.000-3.000.000	1-3 Tahun
22	Husna Afda	38 Tahun	Perempuan	PNS	>4.000.000	1-3 Tahun
23	Bella Nadia	39 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	>4.000.000	1-3 Tahun
24	Tuti Asmiranda	29 Tahun	Perempuan	PNS	>4.000.000	1-3 tahun
25	Maslina	36 Tahun	Perempuan	IRT	2.000.000-3.000.000	>3 Tahun
26	Cut Mimi	30 Tahun	Laki-Laki	Wiraswasta	>4.000.000	1-3 Tahun
27	Husna Maulida	35 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	>4.000.000	>3 Tahun
28	Iki Purnama Sari	32 Tahun	Perempuan	PNS	>4.000.000	>3 Tahun
29	Evi Azmawi	35 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	>4.000.000	>3 Tahun
30	Syarifah Anita	31 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	>4.000.000	>3 Tahun
31	Erna Mauliza	27 Tahun	Perempuan	IRT	2.000.000-3.000.000	<1 Tahun

Lampiran 2. Analisis Jawaban Responden

Analisis Jawaban Responden Variabel Harga (X1)

Berikut distribusi jawaban responden terhadap variabel Harga berdasarkan data dari hasil pengumpulan kuesioner yang dapat disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Jawaban responden variabel harga (X1)

No	Pernyataan	Penilaian Responden					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Harga beras sigupai tergolong mahal dikarenakan varietas unggul dibandingkan beras lokal lainnya.	0	0	4	15	12	31
2.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas beras sigupai	0	0	2	16	13	31
3.	Harga jual beras sigupai disesuaikan dengan biaya produksi yang diproses secara organik dan tidak menggunakan bahan kimia.	0	1	3	18	9	31

Sumber: Data responden peneliti, 2024

Analisis Jawaban Responden Variabel Kualitas (X2)

Jawaban responden variabel kualitas (X2)

No	Pernyataan	Penilaian Responden					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Beras sigupai memiliki aroma pandan yang khas	0	0	0	19	12	31
2.	Beras Sigupai memiliki warna yang putih bersih	0	0	5	17	9	31
3.	Beras sigupai memiliki tekstur nasi yang pulen setelah dimasak	0	0	10	15	6	31
4.	Beras sigupai mempunyai bentuk/butiran beras yang tidak mudah patah	0	1	6	15	9	31

Sumber: Data responden peneliti, 2024

Analisis Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Jawaban responden variabel kepuasan konsumen (Y)

No	Pernyataan	Penilaian Responden					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Kualitas beras sigupai sesuai dengan harapan konsumen	0	0	3	13	15	31
2.	Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harapan	0	0	13	17	1	31
3.	Konsumen merasa puas mengkonsumsi beras sigupai karna beras ini unggul dari beras lokal lainnya	0	0	11	19	1	31
4.	Beras sigupai mempunyai kemasan yang higienis dan juga praktis	0	0	5	7	19	31

Sumber: Data responden peneliti, 2024

Lampiran 3. Data Responden

Sampel	Variabel Harga			Variabel Kualitas				Variabel Kepuasan			
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
1	5	4	3	4	5	4	5	5	3	3	4
2	3	4	3	4	4	3	4	5	3	3	4
3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	5
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	4	3	5	3	3	4
6	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4
7	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3
8	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
9	5	4	4	4	4	5	4	5	3	3	5
10	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
11	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5
12	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
13	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
14	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3
15	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
16	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5
17	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
18	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5
19	5	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4
20	3	4	4	4	4	3	2	5	4	4	5
21	5	4	4	4	5	4	5	4	3	3	5
22	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5
23	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	3
24	5	4	4	5	3	4	5	4	3	3	5
25	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3
26	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	3
27	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	5
28	4	5	4	5	4	3	3	4	3	3	4
29	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5
30	4	5	3	5	4	3	4	5	3	4	5
31	4	3	4	5	3	4	3	4	3	3	4
Jumlah Skor	132	133	127	134	124	120	124	136	110	114	138
Rata-rata	4.25	4.29	4.09	4.32	4	3.87	4	4.38	3.54	3.67	4.45

Lampiran 4. Hasil Analisis Data Regresi Linier Berganda

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Harga
X1.1	Pearson Correlation	1	.048	.015	.536**
	Sig. (2-tailed)		.798	.937	.002
	N	31	31	31	31
X1.2	Pearson Correlation	.048	1	.266	.682**
	Sig. (2-tailed)	.798		.148	.000
	N	31	31	31	31
X1.3	Pearson Correlation	.015	.266	1	.694**
	Sig. (2-tailed)	.937	.148		.000
	N	31	31	31	31
Harga	Pearson Correlation	.536**	.682**	.694**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	
	N	31	31	31	31

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	31	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.274	3

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kualitas
X2.1	Pearson Correlation	1	-.097	-.065	-.075	.272
	Sig. (2-tailed)		.602	.727	.687	.139
	N	31	31	31	31	31
X2.2	Pearson Correlation	-.097	1	-.079	.065	.421
	Sig. (2-tailed)	.602		.674	.730	.018
	N	31	31	31	31	31
X2.3	Pearson Correlation	-.065	-.079	1	.244	.570**
	Sig. (2-tailed)	.727	.674		.187	.001
	N	31	31	31	31	31
X2.4	Pearson Correlation	-.075	.065	.244	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.687	.730	.187		.000
	N	31	31	31	31	31
Kualitas	Pearson Correlation	.272	.421	.570**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.139	.018	.001	.000	
	N	31	31	31	31	31

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	31	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.061	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.061	4

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Kepuasan
Y1	Pearson Correlation	1	.041	-.012	.103	.506**
	Sig. (2-tailed)		.825	.949	.582	.004
	N	31	31	31	31	31
Y2	Pearson Correlation	.041	1	.790**	.114	.697**
	Sig. (2-tailed)	.825		.000	.543	.000
	N	31	31	31	31	31
Y3	Pearson Correlation	-.012	.790**	1	.041	.641**
	Sig. (2-tailed)	.949	.000		.825	.000
	N	31	31	31	31	31
Y4	Pearson Correlation	.103	.114	.041	1	.609**
	Sig. (2-tailed)	.582	.543	.825		.000
	N	31	31	31	31	31
Kepuasan	Pearson Correlation	.506**	.697**	.641**	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	
	N	31	31	31	31	31

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	31	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	31	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.401	4

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30267380
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.137
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.762
Asymp. Sig. (2-tailed)		.607
a. Test distribution is Normal.		

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas, harga ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas, harga ^a		Enter

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500 ^a	.250	.196	1.34840

a. Predictors: (Constant), Kualitas, harga

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.962	2	8.481	4.665	.018 ^a
	Residual	50.909	28	1.818		
	Total	67.871	30			

a. Predictors: (Constant), Kualitas, harga

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.726	3.130		2.468	.020		
	harga	.477	.201	.430	2.368	.025	.814	1.228
	Kualitas	.143	.198	.131	.720	.478	.814	1.228

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas, harga ^a		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasankonsumen

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	harga	Kualitas
1	1	2.991	1.000	.00	.00	.00
	2	.006	22.332	.21	.99	.12
	3	.003	29.377	.79	.01	.88

a. Dependent Variable: Kepuasankonsumen

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14.4905	17.4449	16.0645	.75194	31
Residual	-2.06339	3.17545	.00000	1.30267	31
Std. Predicted Value	-2.093	1.836	.000	1.000	31
Std. Residual	-1.530	2.355	.000	.966	31

a. Dependent Variable: Kepuasankonsumen

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas, harga ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ABS_REs

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas, harga ^a		Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.215 ^a	.046	-.022	.66971

a. Predictors: (Constant), Kualitas, harga

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.609	2	.304	.679	.515 ^a
	Residual	12.558	28	.449		
	Total	13.167	30			

a. Predictors: (Constant), Kualitas, harga

b. Dependent Variable: ABS_REs

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.848	1.555		1.832	.078		
	harga	-.014	.100	-.029	-.140	.889	.814	1.228
	Kualitas	-.097	.098	-.201	-.983	.334	.814	1.228

a. Dependent Variable: ABS_REs

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	harga	Kualitas
1	1	2.991	1.000	.00	.00	.00
	2	.006	22.332	.21	.99	.12
	3	.003	29.377	.79	.01	.88

a. Dependent Variable: ABS_REs

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.962	2	8.481	4.665	.018 ^a
	Residual	50.909	28	1.818		
	Total	67.871	30			

a. Predictors: (Constant), Kualitas, harga

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.726	3.130		2.468	.020		
	harga	.477	.201	.430	2.368	.025	.814	1.228
	Kualitas	.143	.198	.131	.720	.478	.814	1.228

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	harga	Kualitas
1	1	2.991	1.000	.00	.00	.00
	2	.006	22.332	.21	.99	.12
	3	.003	29.377	.79	.01	.88

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Lampiran 4. Kuesioner Penelitian

Pengaruh Harga Dan Kualitas Beras Sigupai Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kecamatan Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Alamat :
5. Pekerjaan :
6. Pendapatan/Bulan :
7. Lama Mengonsumsi :

Petunjuk Pengisian

Petunjuk pengisian: Berikut ini terdapat pertanyaan untuk mengetahui pendapat saudara tentang produk Beras Sigupai. Dan mohon berikan tanda check list (√) pada jawaban yang saudara pilih. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban. Dengan nilai sebagai berikut:

STS = Sangat Tidak Setuju, diberi skor 1

TS = Tidak Setuju, diberi skor 2

N = Netral, diberi skor 3

S = Setuju, diberi skor 4

SS = Sangat Setuju, diberi skor 5

Daftar Pernyataan :

Variabel harga (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga beras sigupai tergolong mahal dikarenakan varietas unggul dibandingkan beras lokal lainnya.					

2.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas beras sigupai					
3.	Harga jual beras sigupai disesuaikan dengan biaya produksi yang diproses secara organik dan tidak menggunakan bahan kimia.					
4.						

Variabel Kualitas (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Beras sigupai memiliki aroma pandan yang khas					
2.	Beras Sigupai memiliki warna yang putih bersih					
3.	Beras sigupai memiliki tekstur nasi yang pulen setelah dimasak					
4.	Beras sigupai mempunyai bentuk/butiran beras yang tidak mudah patah					

Variabel Kepuasan (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kualitas beras sigupai sesuai dengan harapan konsumen					
2.	Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan harapan					
3.	Konsumen merasa puas mengkonsumsi beras sigupai karna beras ini unggul dari beras lokal lainnya					
4.	Beras sigupai mempunyai kemasan yang higienis dan juga praktis					

Lampiran 5. Dokumentasi Konsumen





