

## ANALISIS SIKAP KONSUMEN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINUMAN YAKULT (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA BIMA)

<sup>a</sup>Ahmad, <sup>b</sup>Ita Purnama

<sup>ab</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

<sup>ab</sup>ahmadpolan5@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap dan kepuasan konsumen terhadap minuman probiotik yakult, dimana populasi yang di gunakan dalam kegiatan ini adalah masyarakat kota bima yang pernah minum minuman probiotik yakult yang jumlahnya tidak di ketahui (unknown population) dengan jumlah sampel 96 orang .Tehnik pengumpulan data yang di gunakan yaitu Studi pustaka, Obsevasi dan juga Angket. Dari hasil pengujian validitas terhadap setiap pernyataan instrumen penelitian pada variabel sikap konsumen dan kepuasan konsumen dapat dikatakan semua item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid karena berada diatas standar validitas yaitu  $> 0,300$ , berdasarkan ouput spss uji reliabilitas variabel sikap konsumen dan kepusan konsumen di katakan reliabel karna lebih dari 0,6. Uji one sample rumus t-test satu sampel. Nilai  $t_{tabel}$  dapat dihitung dengan menggunakan  $dk=n-1$  ( $96-1=95$ ) dengan derajat kesalahan 5 %, (0,05) maka diperoleh nilai  $t_{tabel} = 1,665$  , karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $65,219 > 1,665$ ) maka jatuh pada daerah penerimaan  $H_a$  artinya  $H_a$  terima dan  $H_o$  ditolak.maka sikapkonsumen dan kepuasan konsumen di atas kriteria yang sudah di tentukan yaitu 70%.

---

**Kata Kunci** : Sikap Konsumen, Kepuasan Konsumen

### ABSTRACT

This study aims to determine consumer attitudes and satisfaction with yakult probiotic drinks, where the population used in this activity is the people of Bima city who have ever drank yakult probiotic drinks whose number is unknown (unknown population) with a sample of 96 people. Data collection techniques which is used is literature study, observation and also a questionnaire. From the results of testing the validity of each research instrument statement on the variables of consumer attitudes and consumer satisfaction, it can be said that all the statement items proposed in this study are valid because they are above the validity standard, which is  $> 0.300$ , based on the SPSS output of the reliability test of the variables of consumer attitudes and consumer satisfaction in the statement. reliability because it is more than 0.6 . test one sample formula t-test one sample. The value of  $t_{table}$  can be calculated using  $dk=n-1$  ( $96-1=95$ ) with a degree of error of 5%, (0.05) then the value of  $t_{table} = 1.665$  , because the value of  $t_{count}$  is greater than  $t_{table}$  ( $65.219 > 1.665$ ) then it falls in the area of acceptance  $H_a$  means that  $H_a$  accepts and  $H_o$  is rejected, so consumer attitudes and customer satisfaction are above the predetermined criteria, namely 70%.

---

**Keyword** : Conusmen Attitude, Conusmen Satisfaction

### PENDAHULAN

Perkembangan hidup masyarakat kota membawa konsekuensi pada gaya hidup yang di jalani mereka. Gaya hidup masyarakat kota dapat di lihat dari aktifitas keseharian, interest, kebutuhan hidup, mode yang di pakai dan lain sebagainya, yang kesemuanya

terlihat berubah dari kebiasaan sebelumnya. kebutuhan manusia menurut tingkat kepentingannya (intesitasnya) dibagi tiga bagian yaitu kebutuhan primer,kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang mutlak yang harus di penuhi dan seandainya kebutuhan tidak bisa di penuhi maka kelangsungan hidup manusia dapat terganggu.

Kebutuhan primer contohnya makanan, minuman, pakaian, dan kesehatan. Manusia perlu minum karna merupakan hal yang paling penting sebagai salah satu cara mempertahankan hidup sekaligus menghilangkan haus. Sering kali manusia menyepelekan kesehatan dalam hal ini kesehatan usus, Usus adalah bagian dari sistim dari pencernaan yang bermula dari lambung hingga ke anus, ketika usus bermasalah akan berdampak pada keberlangsungan kehidupan manusia. Maka mengkonsumsi minuman probiotik adalah salah satu cara untuk meminimalisir terjadinya penyakit usus. Mimuman probiotik adalah minuman yang mengandung sejumlah bakteri biotik dan juga minuman probiotik biasanya memiliki rasa yang enak, segar, aman dan bisa di konsumsi oleh siapapun. Dari sekian banyak jenis minuman probiotik yang ada di pasaran salah satu minuman perbiotik yang paling di gemeri adalah minuman probiotik yakult.

PT.Yakult merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi minuman susu fermentasi susu bubuk skim yang mengandung bakteri asam laktat hidup *lactobacillus casei shirota* strain pada tahun 1930, Dr.minoru shirota pendiri perusahaan yakult telah berhasil mengkulturkan berbagai jenis bakteri asam laktat dan memilih satu jenis bakteri yang bersifat paling tahan terhadap cairan pencernaan di samping itu Dr. minoru shirota juga memperkuatnya sehingga menjadi strain baru yang unggul karena itu berbeda dengan bakteri lain. Bakteri ini dapat menaklukan berbagai hambatan fisiologi asam lambung dan cairan empedu. Pada sejarahnya yakult di produksi dan di pasarkan diluar jepang yaitu taiwan pada tahun 1964, kemudian di ikuti dengan hal yang sama di negara negara Asia,Australia,dan Eropa. Sampai saat ini jaringan global berkembang meliputi 27 negara dan di konsumsi sebanyak 25 juta botol setiap hari melalui penggalian terhadap ilmu pengetahuan yakult terus berusaha menemukan cara baru untuk membuat kita lebih sangat berkualitas. (Andika Surya)

Setiap produk pasti memiliki kelebihan dan kekurangan, ketika konsumen mengkonsumsi minuman yakult maka kesehatan tubuh konsumen bisa terjaga, bisa membangun imunitas tubuh, mengatasi infeksi lambung dan memperlancar pencernaan. Tetapi kekurangan beberapa konsumen pada umumnya merasakan efek samping yakult. konsumen merasakan efek samping yaitu tidak nyaman pada bagian pencernaan karna minuman yakult memiliki rasa sedikit kecut terus konsumen merasa sakit kepala di karenakan yakult kaya akan probiotik, probiotik jika di konsumsi secara berlebihan maka konsumen akan merasa sakit kepala dan juga yakult mengandung amina biogenik. Biogenik itu sendiri zat yang terbentuk ketika makanan yang mengandung protein di fermentasi oleh bakteri, dan selanjutnya konsumen memiliki peluang terjadi alergi karna memang konsumen tertentu ternyata memiliki alergi pada salah satu atau beberapa jenis bahan yang menjadi komposisi yakult maka disini di sarankan untuk memebaca komposisi yang tertera di label yakult. Dari sinilah apakah sikap konsumen akan menyukai dan konsumen merasa puas terhadap pruduk yakult karna sikap terhadap merek sering mempengaruhi konsumen untuk membeli atau tidak. Sikap positif terhadap merek akan memungkinkan konsumen membeli produk sebaliknya sikap negatif akan menghalangi konsumen membeli produk tertentu. Adapun tujuan masalah dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui sikap dan kepuasan konsumen terhadap minuman probiotik yakult.

## **a. Sikap**

### **1.Pengertian sikap**

Menurut Damiani (2017:36), sikap merupakan ekspresi dari kesukaan atau ketidaksukaan seseorang terhadap sesuatu, dan sikap terhadap merek tertentu seringkali mempengaruhi apakah konsumen akan membeli. Sikap positif terhadap merek tertentu akan memungkinkan konsumen untuk membeli merek tersebut. Sebaliknya, sikap negatif akan menghalangi konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen adalah bagaimana perasaan konsumen terhadap suatu barang, suka atau tidak suka, sikap juga dapat menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari barang tersebut.

## **2. Indikator sikap**

Indikator sikap menurut Fredereka dan chary (2010:79) yaitu :

- a.) produk yang di beli adalah produk yang terbaik
- b.) produk yang dibeli merupakan produk yang terkenal
- c.) produk yang dibeli adalah produk yang di inginkan
- d.) produk yang di beli adalah produk yang di sukai
- e.) produk yang di beli adalah yang handal

## **b. Kepuasan konsumen**

### **1. Pengertian kepuasan konsumen**

Konsumen mengalami kepuasan yaitu jika kinerja lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen akan kecewa, tetapi kinerja yang memenuhi harapan pelanggan akan puas, jika kinerja dapat melebihi harapan pelanggan maka mereka akan merasa sangat puas atau senang ( Kotler 2012:25). Menurut Philip Kotler dan Kevin Ranne Keller (2014:177). Dikutip dari teori manajemen pemasaran, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang diharapkan dengan kinerja yang diharapkan.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan persaingan. Konsumen yang puas akan produk dan pelayanan cenderung akan membeli kembali produk dan menggunakan kembali produk pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Dari hal ini kepuasan itu merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volumen penjualan perusahaan. Juga pada dasarnya tujuan dari bisnis yaitu bagaimana menciptakan konsumen merasa puas terhadap produk setiap Perusahaan harus bekerja sama dengan pelanggan internal dan eksternal untuk memenuhi kebutuhan mereka, dan bekerja sama dengan pemasok internal dan eksternal untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang disahkan setelah penggunaan atau pemakaian (Rangkuti 2013:31).Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang di rasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawa harapan maka konsumen akan sangat kecewa sebaliknya bila kinerja sesuai harapan maka konsumen akan sangat puas sedangkan kinerja melebihi harapan konsumen sangat puas harapan konsumen dapat di bentuk oleh pengalaman masa lalu komentar dan keberatan serta janji dan informasi dari berbagai media. Konsumen yang puas akan setia lebih lama dan kurang sensitif dengan harga dan juga memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

## **2. Indikator kepuasan konsumen**

Hawkins dan Lonney di kutip dalam Tjiptono(2014:147) indikator pembedaan kepuasan konsumen terdiri dari :

- a.) Kesesuaian harapan Merupakan tingkat antara kesesuaian harapan dan kinerja produk maupun jasa yang di diharapkan oleh konsumen dengan yang di diharapkan konsumen.
- b.) Minat membeli kembali produk Merupakan kesediaan konsumen untuk membeli kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap produk terkait
- c.) Kesediaan merekomendasi Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah di rasakan kepada teman atau keluarga

### c. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian di mana rumusan masalah telah di nyatakan dalam kalimat pertanyaan (sugiyono 2011:64). Berdasarkan teori teori yang di paparkan di atas dapat di ajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Hipotesis Penelitian  
di duga sikap konsumen terhadap minuman probiotik yakult studi kasus masyarakat kota Bima di atas kriteria yang telah di tetapkan 70 % di terima.
2. Hipotesis Statistik  
 $H_0 : \geq 70\%$  : di duga sikap konsumen minuman probiotik yakult studi kasus masyarakat kota Bima di bawah kriteria yang telah di tetapkan 70% di tolak  
 $H_a : < 70\%$  : di duga sikap konsumen minuman probiotik yakult studi kasus masyarakat kota Bima di atas kriteria yang telah di tetapkan 70% di terima.
3. Hipotesis Penelitian  
di duga sikap konsumen terhadap minuman probiotik yakult studi kasus masyarakat kota Bima di atas kriteria yang telah di tetapkan 70 % di terima.
4. Hipotesis Statistik  
 $H_0 : \geq 70\%$  : di duga kepuasan konsumen minuman probiotik yakult studi kasus masyarakat kota Bima di bawah kriteria yang telah di tetapkan 70% di tolak  
 $H_a : < 70\%$  : di duga kepuasan konsumen minuman probiotik yakult studi kasus masyarakat kota Bima di atas kriteria yang telah di tetapkan 70% di terima.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian digunakan Jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu suatu metode dalam menelitian yang di lakukan untuk mengetahui nilai mandiri baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan (sugiyono,2012:55). Adapun instrumen penelitian di gunakan dalam pengumpulan data adalah dengan menggunakan skala liker. Populasi dalam kegiatan ini masyarakat kota bima yang pernah minum minuman probiotik yakult yang jumlahnya tidak di ketahui (*unknown population*) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di tarik kesimpulan (sugiyono(2012:115). Sampel Sugiyono (2014:81) Mengungkapkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak di ketahui secara pasti maka untuk mengetahui besarnya sampel yaitu menggunakan rumus cochrane dan di peroleh sampel sebanyak 96 orang Ridwan (2015:65). Tehnik sampling adalah tehnik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan di gunakan dalam penelitian (sugiyono 2013:118). Tehnik sampling dalam penelitian ini adalah purposive sampling, Menurut notoatmojo (2010) purposive sampling adalah pengambilan sampel yang berdasarkan atas suatu pertimbangan seperti sifat sifat atau ciri ciri yang sudah di ketahui sebelumnya. Tehnik pengumpulan data yang di gunakan yaitu Studi pustaka, observasi dan angket. Tehnik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji realibilitas dan *one sampel t-test* dan Adapun lokasi ataupun tempat penelitian yaitu di Kota Bima Nusa Tenggara Barat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Dari hasil pengujian validitas terhadap setiap pernyataan instrumen penelitian pada variabel sikap konsumen dan kepuasan konsumen dapat dikatakan semua item

pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid karena berada diatas standar validitas yaitu >0,300

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel . 1**  
**Reliability Statistics**  
**variabel sikap**

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	10

Sumber: Output SPSS Versi 23

Berdasarkan Tabel 1 diatas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,917 lebih besar dari 0,6 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel sikap konsumen sudah reliable.

**Tabel .2**  
**Reliability Statistics**  
**variabel kepuasan**  
**konsumen**

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	9

Sumber: Output SPSS Versi 23

Berdasarkan Tabel 2 diatas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,902 lebih besar dari 0,6 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kepuasan konsumen sudah reliable.

## 3. One Sample T-Test

**Tabel . 3 One Sample Statistic X1 (Sikap Konsumen)**  
**One-Sample Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SIKAP KONSUMEN	96	39.65	5.311	.542

Sumber: Output SPSS Versi 23

Kemudian semua nilai tersebut di substitusikan ke rumus t-test satu sampel dengan menggunakan spss 23.

**Tabel .4 One Sample T-Test X1 (Sikap Konsumen)  
One-Sample Test**

	Test Value = 70					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
SIKAP KONSUMEN	-65.219	95	.000	-35.354	-36.43	-34.28

Sumber: Output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas diketahui  $n_1=96$  sehingga digunakan rumus t-test satu sampel. Nilai  $t_{tabel}$  dapat dihitung dengan menggunakan  $dk=n-1$  ( $96-1=95$ ) dengan derajat kesalahan 5 %, (0,05) maka diperoleh nilai  $t_{tabel} = 1,665$  , karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $65,219 > 1,665$ ) maka jatuh pada daerah penerimaan  $H_a$  artinya  $H_a$  terima dan  $H_0$  ditolak.

Hal tersebut menjawab dan membuktikan  $H_a$  yang menyatakan bahwa diduga sikap konsumen terhadap minuman probiotik Yakult diatas kriteria yang telah ditetapkan 70% diterima, ini sejalan dengan penelitian terdahulu Listia Devy, Sudyarto, Indra Tjaha Amir 2019 yang juga menyatakan  $H_a$  di duga sikap konsumen di atas kriteria yang telah di tetapkan 70 %.

**Tabel .5 One Sample Statistic X2 (Kepuasan Konsumen)  
One-Sample Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
KEPUASAN KONSUMEN	96	36.25	4.999	.510

Sumber: Output SPSS Versi 23

Kemudian semua nilai tersebut di substitusikan ke rumus t-test satu sampel dengan menggunakan spss 23.

**Tabel .6 One Sample T-Test X2 (Kepuasan Konsumen)  
One-Sample Test**

	Test Value = 70					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KEPUASAN KONSUMEN	-75.950	95	.000	-38.750	-39.76	-37.74

Sumber: Output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas diketahui  $n_1=96$  sehingga digunakan rumus t-test satu sampel. Nilai  $t_{tabel}$  dapat dihitung dengan menggunakan  $dk=n-1$  ( $96-1=95$ ) dengan derajat kesalahan 5 % (0,05) maka diperoleh nilai  $t_{tabel} = 1,665$  , karena nilai  $t_{hitung}$  lebih

besar dari  $t_{tabel}$  ( $75,950 > 1,665$ ) maka jatuh pada daerah penerimaan  $H_a$  artinya  $H_a$  terima dan  $H_0$  ditolak.

Hal tersebut menjawab dan membuktikan  $H_a$  yang menyatakan bahwa diduga kepuasan konsumen terhadap minuman probiotik Yakult diatas kriteria yang telah ditetapkan 70% diterima, ini sejalan dengan penelitian terdahulu Listia Devy, Sudyarto, Indra Tjaha Amir 2019 yang juga menyatakan  $H_a$  di duga sikap konsumen di atas kriteria yang telah di tetapkan 70 %.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **a. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa sikap konsumen terhadap minuman probiotik yakult di atas kriteria yang telah di tetapkan 70% di terima dan juga kepuasan konsumen terhadap minuman probiotik yakult di atas kriteria yang telah di tetapkan 70% di terima pula.

### **b. Saran**

Saran untuk perusahaan yaitu Perusahaan harus mampu berinovasi agar konsumen merasakan kepuasan kepuasan konsumen akan berdampak pada sikap konsumen terhadap produk. Bagi penilitian selanjunya agar bisa menabah variabel terbaru agar penelitian bisa lebih baik dari penelitian terdahulu dan mencari objek penelitian yang lain.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Damiati ,dkk ISBN 978-602-425-199-4. Hal 36 ,thn 2017

Fredereca dan Chary.2010. pengaruh psikologi konsumen terhadap keputusan kembali smartphone blacberry.jurnal manajemen teory dan terapan. Vol 3. No 2, hal 128-143 di akses 3 maret 2013

Hizkia Elfran Mawey. Motivasi dan sikap konsumen pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado.jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 aDesember 2013.Hal 191-801

Kotler, Philip dan Gerry Amstrong ,(2014): Principle of Marketing, 15th edition. New Jersey: pearson pretice Hall

Kotler ,Philip. 2012. Dasar dasar Nanajemen.BPEE. yogyakarta

Listia Devy, Sudyarto, Indra Tjaha Amir 2019: Analisis sikap dan kepuasan konsumen: Berkala ilmiah Agribisnis AGREDIVINA :Vol 8. No 1 juli 2019

Notoadmojo, Soekidjo,2012 pendidikan dan prilaku kesehatan . Jakarta:Rineka Cipta

Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta. S, Lia Angriani dan kirana

Rangkuti , F. 2011. Riset pemasaran. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta. R. Gulla, S. G . Oroh,. F.Roring. Jurnal EMBA. VOL 3. NO 1. Maret 2015,. Hal. 1313-1322

Sangadji, E.M., Dan Sophia 2013. Perilaku konsumen: pendekatan praktisi di sertai himpunan jurnal peneelitian.yogyakarta penebit andi.

Sangadji, E.M., Dan Sophia 2013. sikap dan presepsi konsumen terhadapat keputusan pembelian online di sungai Lilin Musi bayuansin juriah,GenotAgung Busono, Deni Fadeli Jurnal manajemen vol. 6. No 2 juni 2017

Sartika moha, Sjendry londong. Jurnal EMBA,Vol.4 NO.1. MARET 2016 Hal 575-584

Surya Andik, 2019. profil perusahaan yakult. <https://id.scribd.com/doc/310812240/Profil-Perusahaan-Yakult>