

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, peran penting dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia sangatlah signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satu daerah yang menunjukkan perkembangan UMKM cukup pesat adalah Kota Kediri, dimana hasil komoditas yang dimiliki ikut melahirkan pertumbuhan UMKM yang jumlahnya semakin meningkat. Ini dibuktikan dengan pertumbuhan UMKM di Kediri menurut Disperindag tercatat sebesar 2.708 UMKM.¹ Hal tersebut sesuai yang disampaikan Tristanto selaku Kepala Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Tenaga Kerja (UMTK), yaitu Kota Kediri mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, baik di sektor makanan, kerajinan batik, dan yang lain.² Hal ini disebabkan karena UMKM memiliki fleksibilitas yang tinggi, sehingga banyak orang memilih untuk memulai usaha mereka di sektor ini.

Salah satu usaha yang banyak diminati adalah bidang tren *fashion*, karena *fashion* menjadi salah satu kebutuhan manusia dan dapat memengaruhi budaya dan kebiasaan masyarakat. Batik merupakan *fashion* khas Indonesia yang harus dikembangkan. Batik dianggap sebagai simbol

¹ Sayekti Indah Kusumawardhany, *Bentuk Tanggung Jawab Sosial Pada UMKM Industri Tahu Di Kabupaten Kediri*, Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business 2, No. 1 (2022), 56.

² Sri Anugrah Natalina, dkk, *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive UMKM di Masa Pandemi di Kota Kediri*, ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development, Vol. 5, No. 2 (Desember, 2021), 46.

dan tradisinya berbagai budaya yang unik, serta memuat filosofi yang dalam, menjadikannya ikon budaya bangsa Indonesia.³

Sebagai warisan seni budaya, batik memiliki nilai-nilai yang penting untuk dijaga dan dilestarikan. Keberadaan batik telah dikenal sejak zaman dahulu dan terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Batik merupakan hasil perpaduan antara seni dan teknologi, yang terlihat dari motif dan warna yang unik, serta proses pembuatannya yang menunjukkan inovasi teknologi. Saat ini, batik telah menjadi pilihan yang diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga dewasa.⁴

Batik merupakan salah satu metode pembuatan bahan pakaian yang khas. Lebih dari itu, istilah "batik" dapat merujuk pada dua hal. Pertama, adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan lilin untuk menahan pewarnaan sebagian area kain sebelum proses pencelupan. Di tingkat internasional, teknik ini dikenal dengan istilah "wax-resist dyeing". Kedua, batik juga mengacu pada kain atau pakaian yang dibuat dengan teknik tersebut, termasuk dengan motif-motif tertentu yang menjadi ciri khas dan identitas budaya suatu daerah.⁵ Secara fungsional, batik tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan pakaian sehari-hari dan kebutuhan ritual, tetapi juga memiliki nilai estetika yang penting.

Salah satu kunci penting yang harus diperhatikan dalam mempertahankan konsumen yaitu kepuasan konsumen. Kepuasan

³ <https://amp.kontan.co.id>. UNESCO: Batik Adalah Bentuk Budaya, Bukan Warisan Manusia, diakses 25 Januari 2023, pukul 13.00 WIB

⁴ Burhanuddin .F, *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo*, Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol. 01, No.01, (2018), 2.

⁵ Hastuti dan Yuniati, *Pengenalan Teknik Batik Tradisional Sebagai Warisan Budaya Indonesia*, Jurnal Seni dan Desain, (2018), 45.

konsumen dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, diantaranya ialah hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan konsumen untuk datang kembali melakukan pembelian ulang, serta dapat membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai evaluasi subjektif yang dilakukan oleh individu ketika membandingkan antara harapan mereka terhadap suatu produk atau layanan dengan apa yang mereka terima. Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen adalah faktor yang krusial yang harus diperhatikan oleh penjual dalam memasarkan produk barang atau jasa. Hal ini mengacu pada perasaan positif yang timbul saat konsumen merasa bahwa produk atau layanan yang mereka gunakan sesuai dengan harapan mereka. Konsep ini melibatkan respon pelanggan terhadap kesenjangan antara ekspektasi sebelumnya dan kinerja aktual produk atau layanan setelah digunakan.⁶

Untuk membangun kepuasan konsumen tentunya memerlukan waktu dan proses yang panjang, contohnya dengan usaha yang dapat dilakukan perusahaan atau pengusaha yaitu dengan meningkatkan kualitas produknya. Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, karena kualitas menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen merasa

⁶ Meysi R.M, Fajrillah, dan Ripka S.G, *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Dancow Di Kota Medan*, Jurnal Teknovasi, Vol. 8, No. 2, (2021).

puas ketika kebutuhannya terpenuhi. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Tjiptono yang menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen meningkat ketika kualitas produk sesuai atau melebihi standar yang diharapkan.⁷

Perkembangan batik di berbagai kabupaten/kota di Jawa Timur telah mengalami kemajuan yang cukup signifikan. Ini terlihat dari banyaknya industri yang terus menghasilkan produk batik dengan beragam motif, serta pewarnaan yang khas yang dipengaruhi oleh karakteristik daerah masing-masing. Batik di Kediri memiliki karakteristik unik, baik dalam kualitas maupun ragam motif yang digunakan. Menurut data dari Disperindag Kota Kediri, terdapat pengrajin batik yang tersebar di berbagai tempat.⁸

Tabel 1. 1

Data Pengrajin Batik Kota Kediri Tahun 2023-2025

| No | Nama Usaha | Alamat |
|-----|------------------------|---|
| 1. | CV. Wecono Asri | Jl. Dandangan I No. 154 Kota Kediri |
| 2. | Dermo Batik | Griya Intan Permai Kel. Dermo Kota Kediri |
| 3. | Numansa Batik | Perum Griya Intan Permai Kel. Dermo Kota Kediri |
| 4. | Galuh Kadiri | Perum Griya Intan Asri Kel. Dermo |
| 5. | CV. Surya 5758 Kediri | Jl. Mayor Bismo No/337 Kel. Semampir |
| 6. | Griya Batik Wakluang | Banjaran GG. Carik No. 54 Kota Kediri |
| 7. | Batik Djajawarsa | Jl. Tosaren III No. 56 Tosaren Kediri |
| 8. | Batik Sekartaji | Jl. Patiunus 60 Kemasan Kota Kediri |
| 9. | Ecoprint Dindim Art | Kel. Ngletih RT. 08 RW. 02 Pesantren |
| 10. | Ecoprint Top Cemerlang | Bandar Lor GG. IX Kec. Mojoroto Kota Kediri |

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Kediri

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2015), 121.

⁸ <https://www.kedirikota.go.id> , diakses 27 Januari 2023, pukul 18.00 WIB.

Dari tabel 1.1 menunjukkan ada 10 pengrajin batik yang berada di Kota Kediri pada tahun 2023-2025. Adapun pengrajin tersebut tersebar di beberapa kelurahan seperti Dandangan, Dermo, Semampir, dan lainnya. Setiap pengrajin memiliki strategi tersendiri dalam mempertahankan identitas budaya lokal sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Dari beberapa pengrajin batik diatas, peneliti memilih 3 pengrajin batik berdasarkan tahun berdirinya. Berikut adalah tabel perbandingan pengrajin batik di Kota Kediri:

Tabel 1. 2
Perbandingan Pengrajin Batik di Kediri

| No | Perbandingan | Wecono Asri | Dermo Batik | Numansa Batik |
|----|---------------|---|--|--|
| 1. | Tahun berdiri | 2012 | 2013 | 2015 |
| 2. | Jenis produk | Batik Jumputan, Tulis, Kombinasi, Cap, Printing | Batik Tulis, Cap, Jumputan | Batik Tulis, Cap, Jumputan |
| 3. | Harga produk | Rp. 100.000 - Rp. 750.000 | Rp. 175.000 - Rp. 500.000 | Rp. 280.000 - Rp.1.700.000 |
| 4. | Desain | Ciri khas kota Kediri (<i>icon</i>) dan batik custom | Tradisional dan kontemporer | Nusantara dan custom |
| 5. | Promosi | Pameran dan bazar (lokal/ luar kota), kegiatan CFD, aktif perlombaan dan pelatihan, media sosial, dan galeri batik. | Pameran, kunjungan wisata, dan melalui media sosial. | Pameran dan bazar (lokal/ luar kota), membuka toko dan melalui media sosial. |

Sumber: Data hasil observasi peneliti, Mei 2024

Berdasarkan data tabel 1.2 diketahui bahwa ketiga pengrajin batik memiliki karakteristik masing-masing yang membedakan satu sama lain. CV. Wecono Asri memiliki keunggulan dalam strategi promosi yang dilakukan dengan aktif mengikuti berbagai pameran, pelatihan, dan perlombaan, serta keberagaman jenis produk yang ditawarkan. Selain itu, Wecono Asri juga mengedepankan kualitas desain dengan ciri khas Kota Kediri sebagai icon dalam pengembangan batik. Oleh karena itu, peneliti memilih Wecono Asri sebagai objek penelitian. Wecono Asri menjadi salah satu pengrajin batik di kota Kediri yang menjadi pelopor terbentuknya usaha-usaha batik di berbagai kelurahan kota Kediri.

Wecono Asri merupakan usaha yang bergerakanya dalam industri pembuatan dan perdagangan batik yang dikelola oleh Ibu Kasiana. Perusahaan tersebut berdiri sejak tahun 2008 yang berlamat di Jl. Dandangan 1 No.154 Kota Kediri Jawa Timur. Wecono Asri baru diresmikan pada tahun 2012 dengan jumlah karyawan sebanyak 12, para karyawan merupakan dari ibu rumah tangga di lingkungan sekitar. Wecono Asri memiliki beberapa jenis batik diantaranya, batik tulis, batik cap, kombinasi jumputan, dan *printing*.

CV. Wecono Asri dalam memproduksi batik selalu menjaga kualitas produknya agar tidak mengecewakan konsumen. Kualitas produk batik secara umum dilihat dari dua aspek utama, yaitu dari kualitas bahan dan kualitas desain. Kualitas bahan yaitu mencakup jenis kain, ketahanan warna, dan kenyamanan pada saat digunakan, sedangkan kualitas desain mencakup

keunikan motif, komposisi warna, dan nilai estetika serta budaya yang terkandung di dalamnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Burhanuddin, menjelaskan bahwa kualitas desain menjadi elemen penting dalam menarik minat konsumen karena tampilan visual merupakan hal pertama yang dilihat konsumen ketika akan melakukan pembelian sebelum mengetahui kualitas bahan dari produk tersebut.⁹ Hal ini juga diperkuat oleh Kotler dan Keller, yang menyatakan bahwa desain merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kualitas produk, karena desain tidak hanya menentukan fungsi, tetapi juga memengaruhi persepsi dan daya tarik konsumen terhadap suatu produk.¹⁰ Oleh karena itu, kualitas desain menjadi salah satu aspek yang mampu menarik perhatian dan minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Proses desain produk adalah proses di mana produk baru diciptakan untuk dijual kepada pelanggan oleh perusahaan.¹¹ Kualitas Desain produk Wecono Asri dipastikan sudah memenuhi kriteria desain produk yang baik. Semakin baik desainnya, semakin besar minat masyarakat untuk membeli produk tersebut.

Kualitas desain Wecono Asri dapat dilihat dari kemampuan produknya dalam menciptakan desain motif yang khas, harmonisasi warna yang menarik. Adapun desain yang dimiliki oleh Wecono Asri secara umum,

⁹ Burhanuddin, *Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo*, 5.

¹⁰ Kotler & Keller, *Marketing Management* (15th ed.), (Pearson Education, 2016), 6.

¹¹ Siti Rochmah, *Buku Ajar Manajemen Operasi 1*, (Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management, 2022), 39.

menampilkan perpaduan antara unsur tradisional dan inovatif, yang mencerminkan identitas budaya lokal Kediri.

Berikut ini disajikan beberapa desain batik Wecono Asri yang menggambarkan tentang ciri khas Kota Kediri. Setiap desain disertai dengan motif, warna, dan simbol yang mencerminkan identitas budaya sehingga memudahkan konsumen memahami karakteristik dari batik tersebut.

Tabel 1. 3

Data Desain Batik CV. Wecono Asri

| No. | Desain Batik | Gambar Desain Batik |
|-----|-------------------------------|---|
| 1. | Jantari (Jaranan Tahu Kediri) |  |
| 2. | Panji Galuh |  |
| 3. | Jaranan |  |
| 4. | Desain Lainnya |  |

Sumber: Dokumen Cv. Wecono Asri yang telah diolah

Pada tabel 1.3 menjelaskan, bahwa desain yang digunakan terinspirasi dari kekayaan budaya sekitar, seperti Jantari (jaranan tahu kediri), Panji Galuh, Jaranan, Jembatan Brawijaya dan masih banyak lagi. Keunikan

desain ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen karena tidak hanya menghadirkan nilai estetika, tetapi juga mengandung makna kultural yang mendalam. Untuk mengetahui desain yang paling diminati konsumen Wecono Asri, maka peneliti melakukan observasi awal dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. 4
Desain Yang Paling Diminati Konsumen CV. Wecono Asri

| No | Desain | Jumlah | Persentase |
|----|----------------|------------|-------------|
| 1 | Jantari | 150 | 46,15% |
| 2 | Panji Galuh | 93 | 28,62% |
| 3 | Jaranan | 50 | 15,38% |
| 4 | Desain lainnya | 32 | 9,85% |
| | Total | 325 | 100% |

Sumber: Hasil observasi (diolah peneliti) pada bulan Januari 2025

Berdasarkan tabel 1.4 diketahui desain paling diminati yaitu jantari dengan jumlah peminat 150 orang. Sedangkan untuk desain panji galuh sebanyak 93 orang, jaranan 50 orang, dan desain lainnya sebanyak 32 orang. Maka dengan alasan tersebut peneliti memilih desain jantari sebagai objek penelitian.

Desain Jantari atau dikenal dengan desain Jaranan dan Tahu Kediri merupakan desain yang dibuat dengan tujuan mengembangkan dan melestarikan khas Kediri. Tahu merupakan salah satu industri makanan yang sudah tidak asing dan identik dengan masyarakat Kediri yang dijadikan sebagai oleh-oleh khas Kediri¹². Seni tari jaranan adalah sebuah pertunjukan tari yang melibatkan penggunaan kostum berbentuk jaran yang dibuat dari anyaman bambu menyerupai bentuk kuda. Kostum tersebut

¹² Sayekti Indah Kusumawardhany, *Bentuk Tanggung Jawab Sosial Pada UMKM Industri Tahu Di Kabupaten Kediri*, 56.

kemudian dihias dengan cat menggunakan warna-warna tertentu. Pertunjukan ini disertai dengan musik tradisional yang menjadi pengiring dari gerakan tarian. Pemilik Wecono Asri terinspirasi membuat desain jaranan dan tahu Kediri tersebut yang kemudian divisualisasikan menjadi karya seni batik.¹³

Ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan perusahaan dituntut bergerak semakin cepat dalam menarik perhatian konsumen. Kepuasan konsumen ialah perasaan yang didapatkan karena menggunakan suatu barang yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Berikut merupakan data pembelian Batik Jantari yang menunjukkan kepuasan konsumen CV. Wecono Asri Tahun 2024

Tabel 1. 5

Data Pembelian Batik Jantari Wecono Asri Tahun 2024

| Bulan | Total Pembeli | Pembeli 1 Kali | Pembeli >1 Kali |
|--------------|----------------------|-----------------------|---------------------------|
| Januari | 10 | 2 | 8 |
| Februari | 11 | 4 | 7 |
| Maret | 12 | 2 | 10 |
| April | 13 | 3 | 10 |
| Mei | 13 | 4 | 9 |
| Juni | 13 | 4 | 9 |
| Juli | 14 | 1 | 13 |
| Agustus | 14 | 3 | 11 |
| September | 13 | 1 | 12 |
| Oktober | 13 | 1 | 12 |
| November | 12 | 2 | 10 |
| Desember | 12 | 3 | 9 |
| Total | 150 | 30 | 120 |

Sumber: Hasil observasi (diolah peneliti) pada Januari 2025

¹³ Rina Astutik, *Potensi Kuliner Lokal sebagai Daya Tarik Wisata di Kediri*. (Jurnal Pariwisata Nusantara 13 (1), 2018) , 45.

Dari tabel 1.5 menunjukkan bahwa pada tahun 2024 terdapat total 150 pembeli, dengan jumlah 30 orang yang melakukan pembelian 1 kali, dan sebanyak 120 telah melakukan pembelian lebih dari 1 kali. Dari 120 orang tersebut merupakan konsumen tetap CV. Wecono Asri. Itu artinya, konsumen merasa puas dengan produk batik Wecono Asri.

Apabila konsumen yang merasa puas terhadap suatu produk cenderung akan melakukan pembelian lebih dari satu kali atau berulang karena mereka merasa kebutuhan dan harapannya telah terpenuhi. Hal ini sesuai dengan teori dari Lupiyoadi yang menjelaskan bahwa kepuasan konsumen akan tercermin pada perilaku seperti kesediaan untuk membeli ulang (*repeat purchase*).¹⁴

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi diantaranya yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, emosional, harga, dan biaya. Untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, peneliti melakukan observasi dengan menyebarkan kuesioner kepada 70 konsumen sebagai perwakilan yang akan digunakan untuk dugaan sementara manakah faktor yang paling dominan ada pada kepuasan konsumen. Hasil observasi dapat dilihat dari tabel berikut:

¹⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 3)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 178.

Tabel 1. 6**Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen CV. Wecono Asri**

| No | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen | Jumlah Responden |
|--------------|--|-------------------------|
| 1. | Kualitas produk | 35 |
| 2. | Kualitas pelayanan | 17 |
| 3. | Harga | 8 |
| 4. | Emosional | 6 |
| 5. | Biaya | 4 |
| Total | | 70 |

Sumber: Hasil Observasi berdasarkan bulan Januari 2025 yang telah diolah

Berdasarkan data tabel 1.6 menunjukkan bahwa hasil observasi terhadap 70 responden pada bulan Januari 2025 mengenai alasan konsumen yang melakukan pembelian di CV. Wecono Asri yaitu kualitas produk 35 orang, kualitas pelayanan 17 orang, harga 8 orang, emosional 6 orang, dan biaya sebanyak 4 orang. Dapat disimpulkan bahwa, faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen didominasi oleh faktor kualitas produk.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.¹⁵ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Bima Karisma Putra menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi kualitas produk saja, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi bahasan dalam penelitian.¹⁶

Wecono Asri dalam mempertahankan kualitas produknya dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi dan sesuai standar kebutuhan konsumen. Bahan kain yang digunakan, seperti katun primis

¹⁵ Sari, R. M., & Aprileny, I. *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Batik di Kota Semarang. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, (2020)

¹⁶ Bima Karisma Putra, *Pengaruh Kualitas Produk Indo Jamur Crispy Terhadap Kepuasan Konsumen*, Skripsi: IAIN Kediri, 2020.

yang memiliki tekstur halus, nyaman dipakai, serta mampu menyerap warna dengan baik, sehingga menghasilkan warna batik yang tajam dan tidak mudah luntur. Pemilihan bahan ini tidak hanya untuk meningkatkan kenyamanan pemakai, tetapi juga untuk menjaga daya tahan dan nilai estetika batik dalam jangka waktu panjang. Dengan konsistensi dalam penggunaan bahan berkualitas, Wecono Asri mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan dan mendorong pembelian ulang.

Berdasarkan uraian data yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk sesuai dengan lokasi yang telah ditentukan. Dengan demikian, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Batik Jantari Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Wecono Asri”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk batik Jantari di CV. Wecono Asri?
2. Bagaimana kepuasan konsumen di CV. Wecono Asri?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk batik Jantari terhadap kepuasan konsumen di CV. Wecono Asri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk batik Jantari di CV. Wecono Asri.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen di CV. Wecono Asri.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk batik Jantari terhadap kepuasan konsumen di CV. Wecono Asri.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dan literatur tentang kualitas produk batik, serta mengidentifikasi indikator-indikator yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan baru tentang teori kepuasan konsumen, khususnya bagi penulis dan pembaca yang dapat menggunakannya sebagai referensi untuk penelitian mendatang.

- b. Bagi pemilik CV. Wecono Asri

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan masukan kepada CV. Wecono Asri dalam pengembangan kualitas produk agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen, serta meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dalam menghadapi persaingan pasar.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian

yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁷ Dalam penelitian ini, terdapat dua hipotesis yang diajukan:

H₀: Tidak adanya pengaruh kualitas produk batik Jantari terhadap kepuasan konsumen pada CV. Wecono Asri

H_a: Adanya pengaruh kualitas produk batik Jantari terhadap kepuasan konsumen pada CV. Wecono Asri

F. Penelitian Terdahulu

Berikut Penelitian Terdahulu yang digunakan penulis:

1. Skripsi berjudul "*Pengaruh Kualitas Produk Indo Jamur Crispy Terhadap Kepuasan Konsumen*" oleh Bima Karisma Putra (2021), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kualitas produk, kepuasan konsumen, serta dampak kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen di Home Industri Indo Jamur Crispy di Desa Tanjung, Kecamatan Pagu, Kabupaten Kediri. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kausal asosiatif, yang berfokus pada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Selain itu, berdasarkan data yang ada, penelitian ini juga masuk dalam kategori penelitian kuantitatif.¹⁸ Meskipun penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam meneliti tentang kepuasan konsumen, perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian

¹⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi Edisi KE-1, (Bandung: CV Alfabeta, 2019), 70.

¹⁸ Bima Karisma Putra, *Pengaruh Kualitas Produk Indo Jamur Crispy Terhadap Kepuasan Konsumen*, Skripsi: IAIN Kediri, 2020.

sebelumnya berkaitan dengan produk jamur, sementara penelitian yang sedang dilakukan peneliti saat ini berfokus pada produk batik.

2. Jurnal berjudul “*Pengaruh Harga, Desain, serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Umah Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi*” oleh Arini Isfahila, dkk. (2018), Universitas Muhammadiyah Jember.

Penelitian ini memiliki pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh harga, desain, dan kualitas produk dari Umah Sayu Wiwit Banyuwangi.¹⁹ Perbedaan utama dengan penelitian sebelumnya adalah bahwa penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas, sementara penelitian sebelumnya hanya menggunakan satu variabel bebas. Namun, persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah keduanya membahas tentang kepuasan konsumen dengan memfokuskan pada variabel kualitas produk batik.

3. Skripsi berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu Kulit (Studi Kasus Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. PB. Sudirman Pare, Kediri)*” oleh Rika Alip Nur Fadilah (2024), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini tidak terhingga karena jumlah konsumen yang datang setiap hari nya tidak tentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis deskriptif variabel kualitas produk berada pada kategori sangat baik dan

¹⁹ Arini Isfahila, dkk. *Pengaruh Harga, Desain, serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Umah Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi*, Jurnal: Universitas Muhammadiyah Jember, 2018.

kepuasan konsumen berada pada kategori sangat luas.²⁰ Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan untuk kedua penelitian ini yaitu terletak pada jenis produk yang diteliti, penelitian sebelumnya mengenai produk minuman sedangkan penelitian ini mengenai produk batik.

4. Skripsi berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri)*” oleh Belinda Debby Nur Farida 2024), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Dalam hal pengambilan sampel, peneliti menggunakan angket/ kuesioner dengan metode *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan perhitungan SPSS 21.²¹ Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan untuk kedua penelitian ini yaitu terletak pada jenis produk yang diteliti, penelitian sebelumnya mengenai produk makanan sedangkan penelitian ini mengenai produk batik.

²⁰ Rika Alip Nur Fadilah, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu Kulit (Studi Kasus Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. PB. Sudirman Pare, Kediri)*, Skripsi: IAIN Kediri, 2024.

²¹ Belinda Debby Nur Farida, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pangsit Mie Ayam Surabaya Wates Kediri)*, Skripsi: IAIN Kediri, 2024.

5. Jurnal berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan*” oleh Devina Martina .L, dkk. (2021), Universitas Katolik Darma Cendika.²²

Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini yaitu kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kualitas pelayanan dan store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan.

Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan untuk kedua penelitian ini yaitu terletak pada jenis produk yang diteliti, penelitian sebelumnya mengenai produk kuliner sedangkan penelitian ini mengenai produk batik.

²² Devina Martina .L, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal: Universitas Katolik Darma Cendika, 2021, 96.