

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**ANALISIS KUALITAS PRODUK LOPEK BUGI BU RINA
DI DESA PALUNG RAYA KECAMATAN TAMBANG
KABUPATEN KAMPAR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Pada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



**TISI KIFITRI
NPM : 167210895**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
PEKANBARU
2021**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Tisi Kifitri
NPM : 167210895
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina Di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-bab dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang ujian konferehensif.

Turut Menyetujui,
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Ketua,

Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M.Si

Pekanbaru, Maret 2021
Pembimbing

Indra Safri, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Tisi Kifitri
 NPM : 167210895
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
 Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina Di Desa
 Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana.

Pekanbaru, 08 Juli 2021
 Sekretaris,

Ketua,


 Indra Safri, S.Sos., M.Si


 Rosmita, S.Sos., M.Si
 Anggota


 Dr. Annisa Mardatillah, S.Sos., M.Si

Mengetahui
 Wakil Dekan I


 Indra Safri, S.Sos., M.Si



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tisi Kifitri
 NPM : 167210895
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
 Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina Di Desa
 Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administrasi dan akademis, oleh karena itu dapat disyahkan sebagai sebuah karya ilmiah.

Pekanbaru, 08 Juli 2021
 An. Tim Penguji

Ketua,



Indra Safri, S.Sos., M.Si

Sekretaris,



Rosmita, S.Sos., M.Si

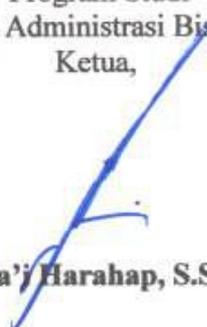
Turut Menyetujui:

Wakil Dekan I,



Indra Safri, S.Sos., M.Si

Program Studi
 Ilmu Administrasi Bisnis
 Ketua,



Arief Rifa' Harahap, S.Sos., M.Si

KATA PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang utama dari segalanya.....

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayangnya telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkan arti kesabaran dan cinta. Atas kurinianya memberikan kemudahan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kehadiran Rasulullah Muhammad SAW.

Ku persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat aku cintai..

Ayahnda dan Ibunda tercinta...

Sebagai tanda bakti dan hormat. Saya mengucapkan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada Ayahnda dan Ibunda yang selalu memberikan kasih sayang dan cinta yang tiada mungkin dapat saya balas. Hanya selembar kertas yang bertuliskan rasa sayang dan terimakasih semoga ini menjadi awal langkah saya membuat Ayah dan Ibu bangga, kerana aku sadar belum bisa menjadi terbaik.

Untuk Ayah dan Ibu terimakasih atas sujud mu yang selalu mendokan aku, menasehatin aku setiap hari dan selalu memotivasi aku untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya.

My brother's and sister.

Untuk adik-adikku yang aku sayangi, maaf belum bisa menjadi panutan yang baik buat kalian, tapi akan aku usahakan selalu menjadi terbaik untuk kalian semua, sekali lagi terimakasih atas doa dan bantuan kalian selama ini akhirnya aku dapat menyelesaikan karya sederhana ini.

My Best friend's

Untuk para sahabat ku ' ilham illahi, Sri Fatmawati, Yora Yonetra, Febri Aisyah Ardi , Sri Nuriani, Zulia Latifah, Tika Haloho. Silvia Anggraini, Irdatul Jannah, Sulung Squad dan semua orang- orang yang aku sayangi' Terima kasih atas segala bantuanya. Doa , nasehat dan semangat yang kalian berikan selama kuliah.

KATA PENGANTAR

Bismilillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadirat Allah Swt, karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Semoga ilmu yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan dapat bermanfaat terutama bagi diri sendiri, penulis dan masyarakat, maupun negara dan di-ridhoi Allah Swt. Shalawat beriringkan salam tak lupa penulis lafaskan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw dengan ucapakan Allahuma Sholli'ala Sayyidna Muhammad Waala Ali Sayyidina Muhammad, mudah-mudahan kita mendapat syafaatnya diyaumul mashar nanti.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, dengan judul “**Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina Di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar**”.

Dalam penulisan skripsi, penulis tidak luput dari kesulitan dan hambatan. Namun, bantuan dan bimbingan yang teramat besar artinya bagi penulis dari berbagai pihak, akhirnya kesulitan dan hambatan itu dapat diatasi. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas menyampaikan rasa terima kasih yang se dalam-dalamnya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Riau Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH., MCL yang menyediakan fasilitas dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.

2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latief, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
3. Bapak Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
4. Bapak Indra Safri, S.Sosi., M.Si selaku dosen pembimbing yang tak henti-hentinya memberikan motivasi sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan pada waktunya.
5. Bapak/Ibu dosen pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memfasilitasi serta memberikan ilmu pengetahuan.
6. Seluruh staf karyawan atau tata usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah membantu penulis menyelesaikan administrasi surat menyurat dan keperluan penulis yang berhubungan dengan penyelesaian skripsi ini.
7. Pemilik usaha Lopek Bugi Bu Rina yang telah bersedia memberikan data awal sebagai bahan penyusunan skripsi ini dan para konsumen lopek bugi Bu Rina yang telah bersedia meluang waktunya dalam pengumpulan data penelitian ini.
8. Kepada Ayahanda dan Ibunda, serta Adik tersayang atas do'a dan motivasi yang selalu diberikan tiada henti-hentinya yang tak bernilai harganya dan tak akan terbalaskan jasanya, bagi penulis. Penulis ucapkan terimakasih atas semua yang telah Ayah dan Ibu berikan, semoga Allah Swt selalu

melimpahkan rahmat, selalu dalam lindungan Allah, kesehatan dan panjang umur.

9. Teman-teman angkatan tahun 2016, terimakasih atas kebersamaan, perjuangan dan kenangan yang tidak terlupakan.

Akhir kata hanya ucapan terima kasih yang bisa diberikan oleh penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah cakrawala pemikiran bagi para pembaca terutama bagi penulis sendiri.

Pekanbaru, Maret 2021

Penulis,

Tisi Kifitri
NPM: 167210895

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
BERITA ACARA UJIAN KONFEREHENSIF SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	10
A. Studi Kepustakaan.....	10
1. Konsep Administrasi.....	10
2. Konsep Organisasi.....	11
3. Konsep Manajemen.....	12
4. Konsep Manajemen Pemasaran.....	13
5. Konsep Bauran Pemasaran.....	13
6. Pengertian Produk.....	21
7. Kualitas Produk.....	22
8. Produk Lopek Bugi.....	26
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pikir.....	28
D. Konsep Operasional.....	30
E. Operasionalisasi Variabel.....	32
F. Teknik Pengukuran.....	33
BAB III : METODE PENELITIAN	38
A. Tipe Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel.....	39
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	39
E. Jenis dan Sumber Data.....	40

F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
G. Teknik Analisis Data.....	42
H. Jadwal Kegiatan Penelitian	42
BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	43
A. Sejarah Singkat.....	43
B. Struktur Organisasi.....	44
C. Fungsi dan Tugas Organisasi	44
D. Aktivitas Industri.....	45
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Identitas Responden	47
B. Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar	52
1. Warna	52
2. Penampilan.....	54
3. Porsi	56
4. Tekstur.....	58
5. Aroma.....	60
6. Tingkat Kematangan	62
7. Rasa	64
8. Ketahanan.....	65
BAB VI : PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran-saran.....	70
DAFTAR KEPUSTAKAAN	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Daftar Jenis Produk dan Harga Jual Produk yang Terdapat di usaha Lopek Bugi Bu Rina di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.....	6
1.2	Daftar Jumlah Modal dan Tenaga Kerja yang Ada di Usaha Lopek Bugi Bu Rina Tahun 2014-2019.....	7
II.1	Penelitian Terdahulu	27
II.2	Operasional Variabel Analisis kualitas Produk Lopek Bugi Ibu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.....	32
II.3	Skala Pengukuran Ordinal	33
III.1	Populasi dan Sampel Penelitian di Usaha Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar..	39
III.2	Perincian Jadwal Kegiatan Penelitian Tentang Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Ibu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar	42
V.1	Keadaan Responden Berdasarkan Tingkatan Usia Responden	47
V.2	Keadaan responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
V.3	Keadaan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
V.4	Keadaan Responden Berdasarkan Durasi Kunjungan	51
V.5	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Warna	53
V.6	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Penampilan	55
V.7	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Porsi	57
V.8	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Tekstur.....	59
V.9	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Aroma	61
V.10	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Tingkat Kematangan	63
V.11	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Rasa	64
V.12	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Ketahanan	66
V.13	Rekapitulasi Hasil Penelitian Tentang Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II.1 Kerangka Pemikiran.....	29
IV.1 Struktur Organisasi Lopek Bugi Bu Rina	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	74
2. Pertanyaan dan Jawaban Wawancara	77
3. Rekapitulasi Data Tanggapan Responden	79
4. Dokumentasi Penelitian	83
5. Surat Keterangan/Rekomendasi Riset dan Keterangan Bebas Plagiasi	91



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian konferehensif skripsi yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tisi Kafitri
NPM : 167210895
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina Di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian konferehensif skripsi ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa, naskah usulan penelitian ini adalah benar hasil karya saya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah;
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas;
3. Bahwa, apabila di kemudian hari ditemukan dan terbukti secara syah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, Juli 2021
Pelaku Pernyataan,

Tisi Kafitri
NPM: 167210895

ABSTRAK**ANALISIS KUALITAS PRODUK LOPEK BUGI BU RINA DI DESA
PALUNG RAYA KECAMATAN TAMBANG KABUPATEN KAMPAR**

Oleh:

**TISI KIFITRI
NPM : 167210895**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina Di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel penelitian ini adalah konsumen yang berjumlah 100 orang dan 1 orang pemilik usaha, dengan teknik penarikan *sampling insidental*. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder, melalui pengumpulan data kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif dari keseluruhan data yang diperoleh untuk menggambarkan data menjelaskan secara lebih rinci bagaimana kenyataan yang sebenarnya. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar sudah berada pada kategori baik. Hasil ini memberikan penjelasan bahwa kualitas produk lopek bugi yang diproduksi bu Rina sangat baik, sehingga memiliki kualitas yang bisa bersaing dengan pesaing dalam usaha yang sama.

Kata Kunci: Kualitas, Produk, Lopek Bugi

ABSTRACT

*ANALYSIS OF THE QUALITY OF LOPEK BUGI PRODUCT BU RINA IN
PALUNG RAYA VILLAGE, TAMBANG DISTRICT, KAMPAR REGENCY*

By:

TISI KIFITRI
NPM: 167210895

The purpose of this study was to determine and analyze the product quality of Lopek Bugi Bu Rina in Palung Raya Village, Tambang District, Kampar Regency. This type of research is descriptive using quantitative methods. The population and sample of this research are 100 consumers and 1 business owner, with incidental sampling technique. The data used are primary and secondary data, through data collection questionnaires, interviews, observations, and documentation. Data analysis was carried out descriptively of all the data obtained to describe the data to explain in more detail how the actual reality was. The results of this study concluded that the product quality of Lopek Bugi Bu Rina in Palung Raya Village, Tambang District, Kampar Regency was in the good category. These results provide an explanation that the quality of lopek bugi products produced by Mrs. Rina is very good, so that it has a quality that can compete with competitors in the same business.

Keywords: Quality, Product, Lopek Bugi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha di Indonesia, akhir ini berkembang sangat pesat, dalam dunia bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas persaingan. Dengan kata lain aktivitas bersaing dalam bisnis antara pembisnis satu dengan pembisnis yang lain tidak dapat dihindari. Untuk mampu bertahan dari persaingan, seorang pembisnis harus mampu mengerahkan semua kemampuan dan memiliki strategi dalam menghadapi persaingan.

Ekonomi di Indonesia tidak terlepas dari peran industri kecil dan menengah yang merupakan perwujudan dari sistem ekonomi kerakyatan yang merupakan bentuk dari sistem perekonomian yang akan ada di Indonesia. Di Indonesia keanekaragaman suku bangsa, budaya, agama, bahasa dan istiadat yang berbeda-beda yang membuat aneka ragam masakan, makanan, minuman, yang menjadi ciri-ciri khas masing-masing daerah. Kuliner menjadi salah satu daya tarik tersendiri di suatu daerah. Di setiap daerah mempunyai makanan khas yang jenisnya sangat banyak sekali tersebar di seluruh Nusantara.

Namun dengan berjalannya waktu, makanan-makanan khas sudah sulit untuk didapatkan sehingga membuat usaha untuk membuka usaha makanan khas agar masyarakat lebih mudah mendapatkannya. Akan tetapi perkembangan usaha bisnis makanan khas saat ini semakin pesat dengan tingkat persaingan produk yang semakin tinggi dan ketat, keadaan tersebut menyebabkan industri pada umumnya berusaha untuk mempertahankan hidup, mengembangkan usaha, dapat

menguatkan posisi dalam menghadapi persaingan, serta memperoleh laba yang optimal, di mana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran, strategi pemasaran yang sangat menentukan keberhasilan penjualan, salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah produk yang ditawarkan oleh usaha. Jika tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan konsumen, maka dapat dipastikan bahwa usaha akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan konsumen.

Untuk mampu bertahan hidup pengusaha sebagai pelaku bisnis dituntut untuk mampu bersaing dengan cara meningkatkan kualitas produk dan mutu kinerjanya, karena hanya mereka yang mempunyai kinerja yang baik akan tetap bertahan hidup. Dalam meningkatkan daya saing pengusaha, hal-hal yang dilakukan oleh pengusaha adalah memberikan kualitas rasa atas produk yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan harga yang kompetitif, tak hanya itu pengusaha harus bisa menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang prima, dengan cara ramah sopan dan bersahabat serta memperhatikan kualitas rasa atas produk yang diinginkan, dan ketetapan waktu yang telah dijanjikan karena pelayanan yang akan menjadi ikon bagi pengusaha di tengah kompetisi.

Menurut (Tjiptono, 2008;95) produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, diminta, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan

organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Konsep total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan. Sementara menurut Kotler dan Amstrong (2008;2273), kualitas produk adalah totalitas filter dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya, untuk memuaskan kebutuhan yang nyatakan atau tersirat.

Dengan demikian jelaslah bahwa suatu produk harus memiliki kualitas tersendiri yang menjadi ciri khasnya, sehingga mampu memenuhi ekspektasi pelanggannya dan mampu bersaing dengan produk yang sejenis. Setiap produk tentunya memiliki keunggulan tersendiri dan pengusaha harus pandai-pandai memanfaatkan keunggulan tersebut untuk menaikkan kualitasnya.

Keberhasilan usaha yang hanyalah sejenis usaha home industri, dengan segala keterbatasan dan kendala baik itu di dalam memproduksi maupun segi pemasaran yang dihadapi akan tetapi bisa mengurangi pengangguran dan menambah pendapatan perekonomian keluarga. Di mana usaha kecil dan menengah merupakan bentuk usaha yang paling banyak ditekuni oleh masyarakat dengan berbagai bentuknya.

Salah satu bentuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah industri makanan yang banyak tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Industri makanan merupakan bentuk usaha yang masuk dalam kelompok industri pengolahan. Industri ini menjadi salah satu alternatif usaha yang diharapkan dapat memberikan

pendapatan bagi para pelakunya. Seiring dengan perkembangan dunia usaha dan industri maka tingkat kebutuhan dan perekonomian tidak dapat dihindari lagi. Bahkan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat menjadi semakin modern karena seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dalam dunia bisnis saat ini sangat dibutuhkan kualitas produk yang baik dalam suatu industri, kualitas produk sangat dibutuhkan untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian produk yang dikelola, kualitas produk merupakan salah satu faktor yang bisa menggambarkan kepuasan konsumen saat menikmati suatu produk.

Makanan tradisional banyak terdapatkan di sepanjang Jalan Pekanbaru-Bangkinang tepatnya di Desa Palung Raya yang merupakan pusat sentral usaha lopek bugi. Lokasi usaha yang berdekatan antara satu dengan yang lainnya. Sehingga dalam menarik konsumen yang datang ditentukan oleh pelayanan dan strategi-strategi persaingan tersendiri yang dilakukan oleh pengusaha lopek bugi untuk menarik pelanggan.

Lepat bugi/lopek bugi yang merupakan makanan khas daerah Kampar. Lepat Bugi ini menjadi Industri makanan tradisional bagi warga Kampar. Lepat bugi terbuat dari tepung ketan, diisi dengan parutan kelapa yang manis di dalamnya, kemudian dikukus dengan bentuk sedemikian rupa dan dibungkus daun pisang. Salah satu usaha kecil yang berkembang di daerah kampar yaitu Usaha Lepat Bugi Asli Ibu Rina, Usaha Lepat Bugi Asli ibu Rina berkembang dengan cepat. Lepat Bugi Asli Ibu Rina berdiri tahun 2010 di Danau Binguang

Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Dengan demikian, menarik untuk diteliti lebih mendalam kiat-kiat yang di tempuh.

Lopek bugi Bu Rina ditawarkan dengan 2 jenis pilihan rasa saja yakni ketan hitam dan putih atau kelapa. Untuk menjaga ciri khas rasa tersebut Lopek Bugi Bu Rina konsisten mempertahankan bahan baku yang digunakan yakni: Kelapa, Tepung Beras/Pulut, Santan, Pandan, Minyak Goreng (Merek Fortune/Mitra).



Pada dasarnya keputusan konsumen untuk membeli suatu produk tertentu sangat dipengaruhi oleh kualitas produk yang ada pada produk tersebut, karena tidak mungkin seorang konsumen membeli suatu produk tanpa mengetahui kualitas produk tersebut. Kualitas produk yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan sangat penting karena berguna untuk menaruh minat beli konsumen. Dalam upaya meningkatkan omzet penjualan, sebagai usaha untuk menjaga dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang, maka perusahaan tersebut perlu meningkatkan kualitas produk-produk lopek bugi yang lebih dari produk-produk yang telah diproduksi sebelumnya. Di

harapkan sesuai dengan keinginan dan permintaan konsumen, sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang.

Tabel I.1 Daftar Jenis Produk dan Harga Jual Produk yang Terdapat di Usaha Lopek Bugi Bu Rina di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

No	Tahun	Produk/Tahun	Harga Jual/kotak
1	2014	610.000 lepat bugi	Rp. 10.000
2	2015	605.000 lepat bugi	Rp. 10.000
3	2016	600.000 lepat bugi	Rp. 10.000
4	2017	580.000 lepat bugi	Rp. 10.000
5	2018	550.000 lepat bugi	Rp. 10.000
6	2019	300.000 lepat bugi	Rp 10.000

Sumber : Industri Lepat Bugi Bu Rina

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa produksi pertahunnya mengalami penurunan sedangkan harga jual tetap sama tidak mengalami kenaikan. Pada tahun 2014 jumlah produksinya sebanyak 610.000 lopek bugi, dengan harga jual Rp 10.000 dan pada tahun 2019 usaha ini memproduksi sebanyak 300.000 lopek bugi dengan harga jual sama dengan tahun sebelumnya yaitu Rp 10.000 usaha lopek bugi ini memang tidak pernah mengalami kenaikan meskipun harga modalnya mengalami kenaikan, tetapi mereka hanya memperkecil ukuran lopek bugi tersebut, dan tanpa harus menaikkan harga jual

Kegiatan produksi ini tidak ada terwujud atau terlaksanakan tanpa adanya alat atau faktor-faktor produksi yang digunakan untuk memproduksi suatu barang. Dalam kegiatan produksi dibutuhkan tempat untuk produksi, peralatan produksi dan orang yang melakukan produksi. Benda-benda atau alat yang digunakan untuk terselenggarakan proses produksi disebut faktor produksi. Faktor produksi

adalah setiap benda dan alat yang digunakan untuk menciptakan, menghasilkan benda atau jasa.

Tabel I.2 Daftar Jumlah Modal dan Tenaga Kerja yang Ada di Usaha Lopek Bugi Bu Rina Tahun 2014-2019

No	Tahun	Jumlah Modal	Jumlah Tenaga Kerja
1	2014	Rp. 140.060.000	6
2	2015	Rp. 164.260.000	6
3	2016	Rp. 202.010.000	5
4	2017	Rp. 239.610.000	4
5	2018	Rp. 278.000.000	4
6	2019	Rp. 213.000.000	3

Sumber: Industri Lopek Bugi Bu Rina

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa jumlah modal uang dikeluarkan oleh Lopek Bugi Bu Rina meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2014 modal yang dikeluarkan oleh Bu Rina sebanyak Rp.164.260.000 dengan jumlah tenaga kerja 6 orang, sedangkan pada tahun 2015 modal yang dikeluarkan Bu Rina sebanyak Rp.164.260.000 dengan jumlah tenaga kerja 6 orang. sedangkan di tahun 2017 Bu Rina mengeluarkan modal sebanyak Rp. 239.610.00 dengan jumlah tenaga kerja 5 orang, dan di tahun 2018 Bu Rina mengeluarkan Modal sebanyak Rp 278.000.000 dengan jumlah tenaga kerja 4 orang, dan terakhir pada tahun 2019 Bu Rina Mengeluarkan Modal sebanyak Rp. 213.000.000 dengan jumlah tenaga kerja 3 orang. Dengan demikian tabel di atas menunjukkan bahwa modal dan jumlah tenaga kerja di usaha Lopek Bugi Bu Rina tidak selalu menunjukkan kenaikan atau pun sama.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan terdapat beberapa fenomena seperti berikut:

1. Dari segi warna, tidak adanya perbedaan warna kemasan pada pilihan rasa yang ditawarkan, yakni rasa hitam (ketan hitam) dan putih (kelapa). Hal ini menyulitkan pembeli untuk memilih pilihan rasa yang disenangi.
2. Dari segi penampilan lopek bugi yang dikemas tidak ada standar pengemasan, sehingga pengemasan lopek bugi tidak sama dalam bentuk dan ukurannya. Selain itu kemasan lopek bugi yang lengket dengan isinya dan juga ada yang terbuka. Hal ini mengkhawatirkan dari segi berkurangnya rasa dari lopek bugi itu sendiri.
3. Dari segi tekstur lopek bugi yang diproduksi terdapat ada yang lengket pada kemasan dan lengket pada lidah, sehingga mengurangi rasa lopek bugi.
4. Lopek bugi yang dijual rata-rata sudah dikemas dalam kotak pembungkus, sehingga sulit membedakan bau dari lopek bugi yang baru dimasak ataupun sudah sehari sebelumnya dimasak.

Dari pemaparan permasalahan yang ada di latar belakang dan fenomena yang ditemui, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam dan menuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul: “**Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Ibu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu “Bagaimana Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina Di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Tambang”.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina Di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.

2. Kegunaan Penelitian

1. Guna Teoritis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana dan informasi dan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan terhadap kualitas produk.
2. Guna Praktis, sebagai sarana penerapan ilmu dalam bidang kualitas produk yang diperoleh pada masa perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi di lapangan ini.
3. Guna Akademis, dapat dijadikan referensi bahan maupun pedoman dalam pengembangan ilmu pengetahuan bagi lembaga pendidikan terkait bidang kualitas produk.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Konsep Administrasi

Menurut Siagian (2014:4), bahwa administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya. Kemudian Liang Gie dalam Siagian (2014:4), mengatakan administrasi adalah suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam bentuk kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga dengan demikian Ilmu Administrasi dapat diartikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari proses, kegiatan dan dinamika kerja sama manusia.

Adapun menurut Nitisusastro (2009:222), secara sempit pengertian administrasi sama dengan kegiatan catat mencatat, sedangkan secara luas administrasi artinya sama dengan manajemen.

Administrasi secara umum adalah keseluruhan orang atau kelompok orang sebagai suatu kesatuan menjalankan proses kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Administrasi sebagai proses yaitu keseluruhan proses yang berupa kegiatan-kegiatan, pemikiran, pengaturan-pengaturan sejak dari penentuan tujuan sampai penyelenggaraan sehingga tercapai suatu tujuan.

Berdasarkan uraian di atas pengertian dari beberapa para pakar maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah suatu bentuk kerja sama antara dua orang

atau lebih yang dilakukan dalam suatu organisasi dalam usaha menetapkan sasaran dan untuk mencapai tujuan tertentu .

2. Konsep Organisasi

Organisasi adalah sekelompok dua orang atau lebih yang secara formal dipersatukan dalam suatu kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Seperti telah diuraikan sebelumnya tentang Manajemen. Pengorganisasian merupakan kedua dalam Manajemen dan Pengorganisasian didefinisikan sebagai proses kegiatan penyusunan struktur organisasi sesuai dengan tujuan-tujuan, sumber-sumber, dan lingkungan.

Organisasi menurut Darwis (2009; 11), merupakan suatu wadah dari unsur-unsur administrasi yang lainnya dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Organisasi menurut Thoha (2010; 169), organisasi adalah kolektivitas orang-orang yang bekerja sama sama secara sadar dan sengaja untuk mencapai tujuan yang tertentu. Kolektivitas tersebut terstruktur, terbatas, dan beridentifikasi yang dapat dibedakan dengan kolektivitas-kolektivitas lainnya.

Sedangkan menurut Stoner, et .al (dalam Nitisusantro, 2009;158), tujuan organisasi dapat diartikan sebagai maksud yang ingin dicapai oleh organisasi. Organisasi sering kali mempunyai lebih dari satu tujuan. Pada saat seseorang ingin memasuki dunia usaha, pada saat itu ia telah mempunyai tujuan. Pengertian organisasi secara statis adalah wadah berhimpun sejumlah manusia karena memiliki kepentingan yang sama (Nawawi, 2015:8).

Dalam uraian di atas dapat disimpulkan dari beberapa pengertian di atas bahwa pengertian organisasi merupakan suatu alat atau wadah guna untuk

mencapai tujuan organisasi, di mana di dalamnya terdapat sekelompok orang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

3. Konsep Manajemen

Istilah manajemen berasal dari kata *to manage* (Inggris) yang dalam bahasa Indonesia berarti memimpin, mengurus, membina, mengelola, menjalankan atau mengendalikan. Secara sederhana manajemen dapat dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses sistematis dalam usaha pencapaian tujuan yang diterapkan sebelumnya dengan melalui orang (Suparjati, 2000;23)

Adapun menurut Assauri (2012:12), manajemen pemasaran merupakan kegiatan menganalisis, merencanakan, mengoordinasikan atau mengendalikan semua kegiatan yang terkait dengan perencanaan, peluncuran produk, pengomunikasian, promosi dan pendistribusian produk tersebut, menetapkan harga dan mentransaksikannya dengan tujuan agar dapat memuaskan konsumennya sekaligus dapat mencapai tujuan organisasi perusahaan jangka panjang.

Sedangkan menurut Stoner dalam Bintoro (2012;7) mengatakan manajemen adalah proses perencanaan, pengendalian, kepemimpinan dan pengorganisasian dalam upaya anggota organisasi dan penggunaan semua sumber daya manusia organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, dan proses di sini menurut James A.F dalam Bintoro (2012;7), adalah cara yang sistematis untuk melakukan sesuatu, karena manajer apapun keahlian dan keterampilannya terlibat dalam kegiatan-kegiatan yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan organisasi.

4. Konsep Manajemen Pemasaran

Menurut Hasibuan (2010;2), manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Sumber daya manusia merupakan sumber daya organisasi yang terpenting di samping sumber lainnya, dengan kata lain, sarana (*tools*) atau alat manajemen untuk mencapai tujuan adalah *money, machines, methods, materials, men* dan *markets*. Semuanya tersebut disebut sumber daya.

Selanjutnya menurut Alma (2014 : 130) manajemen pemasaran adalah proses untuk meningkatkan efisien dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan. Lebih lanjutnya Alma (2014:130) menjelaskan manajemen pemasaran adalah kegiatan merencanakan, menganalisis, mengimplementasikan, dan mengawasi segala (program) guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

5. Konsep Bauran Pemasaran

Setelah menentukan pasar sasaran serta posisi produk yang di inginkan dalam bentuk konsumen. Maka perusahaan perlu mendesain program agar produk dapat memperoleh respon dari pasar sasaran.

Menurut Kotler dan Keller (2009;24), pemasaran adalah merencanakan aktivitas-aktivitas pemasaran dan membentuk program pemasaran yang terintegrasi penuh untuk menciptakan, mengomunikasi dan menghantarkan nilai kepada pelanggan. Aktivitas pemasaran muncul dalam semua bentuk.

Kotler dan Keller (2009;24), dalam mengklasifikasikan aktivitas-aktivitas ini sebagai sarana bauran pemasaran dari empat jenis yang luas yang disebut 4P dari pemasaran, Produk (*product*) harga (*price*) tempat (*place*) dan promosi (*promotion*)

Menurut Kotler (2009;24), bauran pemasaran merupakan sekumpulan keputusan harga, produk, saluran, distribusi, komunikasi dan manajemen hubungan pelanggan yang merupakan pengimplementasian strategi pemasaran, sehingga dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran merupakan strategi, taktik, instrumen atau alat pemasaran yang tersedia guna mempengaruhi pembeli. Variabel-variabel pemasaran terdiri dari 4P yaitu:

- a. *Product* (produk)
- b. *Price* (harga)
- c. *Promotion* (promosi)
- d. *Place* (tempat/saluran distribusi)

Dari sudut pandang pembeli, setiap perangkat pemasaran dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan (Kotler dan Keller, 2009;24)

1) *Product* (Produk)

Daryanto (2011:49) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan (dikonsumsi, dimanfaatkan, atau dinikmati) (Kotler, 2009 ; 24).

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli, diperhatikan, digunakan atau konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan yang bersangkutan (Tjiptono, 2008;95) Produk apabila dilihat dari aspek berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama (Tjiptono, 2008;98), yaitu:

a) Barang

Merupakan produk berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba atau disentuh, dipegang, disimpan, dipindahkan, dirasa dan mendapat perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam yaitu barang tidak tahan lama dan barang tahan lama.

b) Jasa (*service*)

Merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual

2) *Price* (Harga)

Untuk bertahan dalam pasar yang persaingan sangat kompetitif, perusahaan memerlukan sasaran penetapan harga yang khusus, yang dapat dicapai, dan dapat diukur. Tujuan penetapan harga yang realistis memerlukan pengawasan secara periodik untuk menentukan efektivitas dari strategi perusahaan tersebut.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi organisasi, namun keputusan mengenai harga tidak mudah dilakukan. Di satu sisi harga mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen (Thiptono, 2008 ; 315).

Istilah harga diartikan sebagai jumlah uang (satuan *moneter*), dan atau aspek lain (*non moneter*) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlakukan untuk mendapatkan sebuah produk. Menurut Kotler (2009 : 24), harga merupakan bauran pemasaran dengan kedudukan khusus. Harga merupakan bauran yang akan menghasilkan uang. Di samping untuk menyukseskan program pemasaran, tak berlebihan bila kita mengatakan bahwa unsur harga ini menentukan hidup matinya perusahaan.

Sedangkan menurut Daryanto (2011 ; 57) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk. Pengertian harga menurut ilmu ekonomi secara umum adalah merupakan faktor yang terpenting bagi produsen yang bersangkutan dan harga yang terjadi di pasar merupakan potongan antara penawaran dan permintaan.

Menurut Ginting (2011 ; 141-146) pada dasarnya, faktor-faktor yang mempengaruhi pemberian harga seperti:

a) Faktor Internal

1. Tujuan Pemasaran

Perusahaan menentukan survival bila menghadapi masalah kelebihan, kapasitas, persaingan yang kuat atau perubahan keinginan pelanggan. Maka untuk bertahan, perusahaan menentukan harga rendah, dengan harapan dapat menaikkan permintaan.

2. Strategi bauran pemasaran

Harga hanya salah satu alat pemasaran, karena itu penentuan harga sangat tergantung kepada penggunaan bersama dengan unsur lainnya , desain, distribusi dan promosi.

3. Biaya

Menentukan batas bahwa dari harga perusahaan, tentu saja harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan. Biaya dapat merupakan unsur yang sangat menentukan dalam memberi harga.

4. Pertimbangan organisasi

Yang menentukan harga bisa macam-macam. Pada perusahaan kecil manajer puncak yang menentukan. Pada yang besar oleh kepala divisi atau manajer garis produk. Pada industri bisnis tenaga penjual bisa merunding harga ini.

b) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pemberian harga pasar dan pemerintahannya, pesaingnya, dan juga faktor lingkungannya.

1. Biaya, harga, dan penawaran pesaing

Faktor lain yang harus diperhatikan adalah biaya, harga dan penawaran pesaingannya.

2. Pasar dan permintaan

Bila biaya menentukan batas bawah maka pasar dan permintaannya menentukan batas dan harga.

3. Faktor eksternal lainnya

Dalam menentukan harga seharusnya suatu perusahaan juga memperhatikan faktor luar lainnya.

Selanjutnya menurut Tjiptono (2008 : 317), harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang membutuhkan pertimbangan cermat. Hal ini dikarenakan adanya sejumlah dimensi *strategik* harga dalam hal:

- a. Harga merupakan masalah yang nomor satu yang dihadapi manajer
- b. Harga bersifat fleksibel
- c. Harga mempengaruhi citra dan strategi *positioning*
- d. Harga adalah determinan utama permintaan
- e. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*)
- f. Harga merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli
- g. Harga berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba.

3) *Promotion* (Promosi)

Menurut Kotler (2009 : 24), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi pada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Sedangkan menurut Kasmir (2009 :183-184) ada 3 macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya, baik barang maupun jasa yaitu sebagai berikut:

1. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi penjualan dapat

dilakukan dengan pembelian harga khusus ataupun diskon, pemberian kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu, dan pemberian cinderamata serta kenangan-kenangan lainnya pada konsumen

2. Promosi penjualan (*personal selling*)

Penjualan perseorangan adalah terjadinya interaksi antara individu yang bertatap muka, di tujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

3. Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan perusahaan. tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi ada empat macam yaitu:

- a) Untuk menarik perhatian dan minat konsumen baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik para konsumen
- b) Untuk mengingat kembali kepada konsumen tentang keberadaan atau keunggulan produk yang ditawarkan.
- c) Membangun citra perusahaan untuk jangka panjang, baik untuk produk yang dihasilkan maupun nama perusahaan.
- d) Untuk memberitahu tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan manfaat produk, peluncuran produk, serta keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.

Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Dengan adanya kegiatan promosi diharapkan perusahaan memperoleh kesempatan untuk berkomunikasi dengan pembeli atau calon pembeli yang mungkin berkeinginan untuk membeli produk yang akan dijual sehingga secara maksimal mempunyai tujuan di samping untuk merebut pasar juga dapat menjual sebanyak mungkin produk perusahaan.

Selanjutnya Tjiptono (2008 ; 221) menjelaskan bahwa pada prinsipnya setiap kegiatan promosi diharapkan mampu menyadarkan atau memberitahukan calon konsumen (*prospek*) akan keberadaan suatu produk. Dari informasi yang dimilikinya diharapkan prospek tertarik sehingga menimbulkan minat untuk memilikinya. Dari kondisi tersebut diharapkan konsumen melakukan suatu aksi pembelian.

4) *Place* (Tempat/saluran distribusi)

Menurut Assauri (2012 : 18) saluran distribusi atau penyaluran merupakan mekanisme distribusi yang dipergunakan untuk menyampaikan produk dari titik produksi ke konsumen (dalam hal ini mungkin sebagai titik konsumsi)

Sedangkan menurut Kotler, (2009 : 24) saluran pemasaran adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengangguran akhir.

Adapun menurut Kotler dan Keller (2009 : 113), produsen dan pelanggan akhir merupakan bagian akhir semua saluran, saluran pemasaran dapat dibagi menjadi:

- a. Saluran tingkat nol atau saluran pemasaran langsung/*direct marketing* seperti channel, terdiri dari produsen yang menjual langsung ke pelanggan akhir.
- b. Saluran tingkat satu, mengandung satu perantara penjualan seperti pengecer
- c. Saluran dua tingkat, mengandung dua perantara biasanya pedagang grosir dan pengecer
- d. Saluran tingkat tiga, terdiri dari tiga perantara yaitu pedagang grosir menjual ke pedagang besar, selanjutnya pedagang besar menjual ke pedagang kecil.

6. Pengertian Produk

Menurut Tjiptono (2008;95-96) produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen

melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan.

Masih menurut Tjiptono (2008;96) dalam merencanakan penawaran atau produk, pemasaran perlu memahami lima tingkat produk yaitu;

1. Produk utama/inti (*core benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya yang dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh setiap produk.
2. Produk generik, yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi)
3. Produk harapan (*expected produk*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk untuk dibeli.
4. Produk perlengkapan (*augmented produk*), yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambah berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan atau kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing.
5. Produk potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa mendatang.

7. Kualitas Produk

Kualitas Produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual beli yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Akan tetapi suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

Menurut Tjiptono (2006; 51), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan (Tjiptono, 2006; 51).

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap produk, jasa atau perusahaan tertentu konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Garvin dalam Tjiptono (2008; 27) ada delapan dimensi kualitas yang dikembangkan Garvin dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis, terutama untuk produk manufaktur. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

1. Keandalan (*reliability*)

Dimensi keandalan yaitu kemungkinan kecil mengalami kerusakan atau gagal pakai.

2. Daya tahan (*durability*)

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan

3. Keindahan (*aesthetic*)

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

4. Kinerja (*performance*)

Kinerja merupakan karakteristik operasi pokok dari produk.

5. Kemampuan diperbaiki (*serviceability*)

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.

6. Ciri-ciri atau Keistimewaan tambahan (*features*)

Dimensi fitur merupakan karakteristik sekunder atau perlengkapan

7. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

8. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

Di setiap perusahaan harus sangat memperhatikan kualitas produk yang mereka pasarkan, karena pada dasarnya setiap perusahaan pasti memiliki tujuan utama untuk meningkatkan hasil penjualan produknya, yaitu guna meningkatkan hasil penjualan yang maksimal yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dengan demikian, perusahaan tidak boleh berpuas diri apabila telah menghasilkan suatu produk yang memiliki kualitas yang memadai dan bersaing, akan tetapi justru kualitas yang baik adalah hasil dari perbaikan terus-menerus yang tidak pernah berakhir, sejalan dengan selalu berubahnya kebutuhan dan keinginan konsumen yang tidak pernah putus.

Kualitas ditentukan oleh *customer* dan mereka menginginkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya pada suatu tingkat harga tertentu yang menunjukkan nilai produk tersebut.

Sedangkan menurut Philip Kotler (2008 : 49), menyatakan bahwa “kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”

Menurut West, Wood dan Harger, Gaman dan Sherrington serta Jones dalam Margaretha dan Edwin (2012; 1) secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi *food quality* adalah sebagai berikut:

- a. Warna
Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.
- b. Penampilan
Ungkapan “*looks good enough to eat*” bukanlah suatu ungkapan yang berlebihan. Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, di mana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati.
- c. Porsi
Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*.
- d. Bentuk
Bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi, misalnya wortel yang dipotong dengan bentuk dice atau biasa disebut dengan potongan dadu digabungkan dengan selada yang dipotong chiffonade yang merupakan potongan yang tidak beraturan pada sayuran.
- e. Temperatur
Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya. Temperatur juga bisa mempengaruhi rasa, misalnya rasa manis pada sebuah makanan akan lebih terasa saat makanan tersebut masih hangat, sementara rasa asin pada sup akan kurang terasa pada saat sup masih panas.

f. Tekstur

Ada banyak tekstur makanan antara lain halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tingkat tipis dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dari reseptor di mulut.

g. Aroma

Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.

h. Tingkat kematangan

Tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan. Misalnya wortel yang direbus cukup akan menjadi lunak daripada wortel yang direbus lebih cepat. Untuk makanan tertentu seperti steak setiap orang memiliki selera sendiri-sendiri tentang tingkat kematangan steak.

i. Rasa

Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

Dengan demikian dari beberapa pendapat dan teori di atas, maka pada penelitian ini indikator yang ditetapkan mengenai kualitas produk diambil dari pendapat Margaretha dan Edwin (2012; 1) mengenai *food quality* adalah warna, penampilan, porsi, tekstur, dan rasa.

8. Produk Lopek Bugi

Lopek bugi adalah makanan khas masyarakat Kampar yang turun temurun dulunya yang dihidangkan pada acara-acara besar, namun saat ini lopek bugi sudah menjadi khas oleh-oleh Kampar. Lopek bugi ini menggunakan dibuat menggunakan bahan-bahan seperti tepung ketan putih, tepung ketan hitam, santan, garam dan daun pisang yang digunakan sebagai pembungkus lopek Bugi.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi referensi pada penelitian ini adalah sebagaimana tertuang pada tabel berikut:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul	Variabel	Metode	Lokasi	Hasil
1	2	3	4	5	6	7
1	Greifie Lumintang, Rotinsulu Jopia J	Analisis kualitas produk dan kualitas terhadap kepuasan konsumen pada Holland Boulevard Manado	Kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan konsumen	Asosiatif dengan metode adalah analisis Regresi Linear Berganda	Manado	Bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Holland Bakery
2	Tias Windarti & Mariaty Ibrahim	Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu (study pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen	Deskriptif dan Kuantitatif	Donat Madu Cihanjuang g, Jl Suka Karya Kota Pekanbaru Provinsi Riau	Bahwa pelaksanaan pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah positif
3	Monica Maria, Mohamad Yusak Anshori	Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen King Cake	Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen	Deskriptif dan diferensial	Surabaya	Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen King Cake

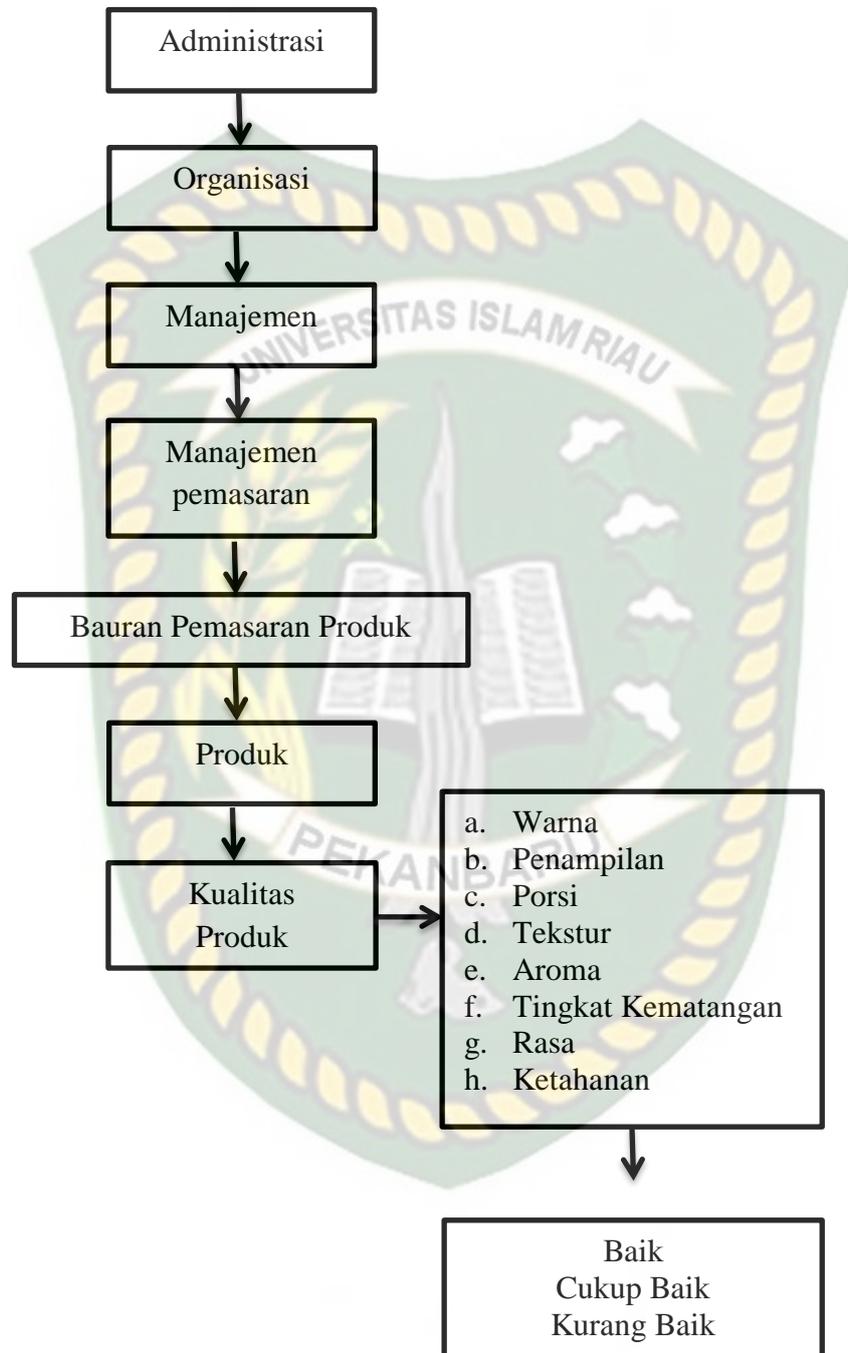
1	2	3	4	5	6	7
4	Dita Putri Anggraeni, Srikandi Kumadji Sunarti	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan	Kualitas Produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan	Kuantitatif	Kota Pasuruan	Pemilik rumah makan sakinah terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk mulai dari rasa, porsi yang pas, variasi lauk yang ditawarkan sampai memberi jaminan halal bagi produk yang ditawarkan
5	Bayu Hadyanto Mulyono, Yoestini, Rini Nugrahen, Mustofa Kamal	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Meditarenia Semarang)	Kualitas produk. Kualitas layanan. Kepuasan konsumen	Deskriptif kuantitatif	Semarang	Kualitas produk dan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sumber: Penelitian Olahan Peneliti, 2020

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan penjelasan teori yang telah penulis kemukakan di atas, maka dibuat skema kerangka pikir mengenai Kualitas Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Untuk melihat kerangka berpikir penelitian dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar II.1 : Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Modifikasi Penulis, 2020

D. Konsep Operasional

Untuk mengetahui kesalahpahaman atau salah interpretasi tentang konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis perlu mengemukakan sebagai berikut:

1. Konsep Administrasi secara adalah keseluruhan orang atau kelompok orang sebagai suatu kesatuan menjalankan proses kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Administrasi sebagai proses yaitu keseluruhan proses yang berupa kegiatan-kegiatan, pemikiran, pengaturan-pengaturan sejak dari penentuan tujuan sampai penyelenggaraan sehingga tercapai suatu tujuan.
2. Konsep Organisasi adalah sekelompok dua orang atau lebih yang secara formal dipersatukan dalam suatu kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Seperti telah diuraikan sebelumnya tentang Manajemen. Pengorganisasian didefinisikan sebagai proses kegiatan penyusunan struktur organisasi sesuai dengan tujuan-tujuan, sumber-sumber, dan lingkungan.
3. Konsep Manajemen Secara sederhana manajemen dapat dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses sistematis dalam usaha pencapaian tujuan yang diterapkan sebelumnya dengan melalui orang.
4. Konsep manajemen pemasaran secara sederhana manajemen dapat dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses sistematis dalam usaha pencapaian tujuan yang diterapkan sebelumnya dengan melalui orang.

5. Bauran pemasaran adalah merencanakan aktivitas-aktivitas pemasaran dan membentuk program pemasaran yang terintegrasi penuh untuk menciptakan, mengomunikasi dan menghantarkan nilai kepada pelanggan.
6. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.
7. Kualitas produk adalah seberapa baik produk dapat berfungsi sesuai dengan kualitas yang di persepsikan dan yang diharapkan oleh konsumen.
8. Margaretha dan Edwin (2012; 1) secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi *food quality* adalah sebagai berikut:

- a. Warna

Warna lopek bugi yang disajikan dilihat dari kesamaan warna kemasan dan ada perbedaan warna sesuai rasa.

- b. Penampilan

Penampilan dari lopek bugi memiliki ciri khas tersendiri berbentuk kerucut dan dibungkus dengan daun pisang.

- c. Porsi

Porsi atau ukuran lopek bugi dilihat dari konsistensi ukuran dan adanya kesamaan ukuran.

- d. Tekstur

Dalam penelitian ini tekstur dilihat dari lembut dan tidak lengket di kemasan.

- e. Aroma

Dalam penelitian ini adalah bau khas yang dikeluarkan dari lopek bugi

f. Tingkat Kematangan

Dalam penelitian ini adalah tingkat kematangan dari lopek bugi yang bisa mempengaruhi rasa

g. Rasa

Rasa dalam penelitian ini adalah adanya konsistensi rasa dan pilihan rasa yang ditawarkan.

h. Ketahanan

Ketahanan dalam penelitian adalah lamanya daya produk setelah diproduksi.

E. Operasional Variabel

Tabel II.2 Operasional Variabel Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Ibu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

Konsep	Variabel	Indikator	Dimensi (Subindikator)	Skala Ukuran
1	2	3	4	5
Produk merupakan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, keahlian, kegunaan, atau konsumsi yang memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler dalam Rangkuti,	Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk. Jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Thiptono (2006; 51)	1. Warna	a. Menggunakan pewarna alami b. Warna lopek bugi yang menarik	Ordinal
		2. Penampilan	a. Dibentuk secara menarik b. Dibungkus dengan bahan alami	Ordinal
		3. Porsi	a. Konsistensi ukuran lopek bugi b. Disajikan dalam kemasan yang sama	Ordinal
		4. Tekstur	a. Tidak lengket di kemasan	Ordinal

2009;126)			b. Lembut dan mudah di konsumsi	
		5. Aroma	a. Membangkitkan selera b. Memiliki aroma yang khas	Ordinal
		6. Tingkat kematangan	a. Tingkat kematangan yang sama rata b. Adanya perubahan rasa bila kurang matang	Ordinal
		7. Rasa	a. Kesamaan rasa atau tidak ada perubahan b. Rasa yang enak	Ordinal
		8. Ketahanan	a. Daya tahan produk cukup lama	

F. Teknik Pengukuran

Dalam rangka menjawab tujuan penelitian ini, maka perlu ditetapkan pengukuran untuk variabel maupun indikator variabel. Untuk indikator variabel dalam penelitian ini diklasifikasikan dalam 3 kategori yaitu: Baik, Cukup Baik, dan Kurang Baik. Untuk mengarahkan analisis data, uraian dari masing-masing pengukuran variabel dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel II.3 Skala Pengukuran Ordinal

No	Pilihan	Bobot
1	Baik	3
2	Cukup Baik	2
3	Kurang Baik	1

Berdasarkan konsep operasional, maka indikator-indikator yang terdapat dalam Kualitas Produk Usaha yang dilakukan oleh Lopek Bugi Bu Rina do Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar di kategorikan:

Baik : Jika semua indikator berada pada kategori baik pada persentase 67%- 100%

Cukup Baik : Jika sebagian besar atau 2 dari 3 indikator variabel berada pada 34%-66%

Kurang Baik : Apabila satu atau tidak sama sekali hasil kriteria penelitian yang dilaksanakan dengan atau hasil dari rekapitulasi jawaban responden berkisar antara 1%-33%.

Untuk mengetahui masing-masing penelitian variabel kualitas produk yang terdiri dari 5 indikator sebagai berikut

1. Warna

Baik : Apabila skor yang di peroleh dari kuesioner berada pada kategori baik pada persentase 67%- 100%

Cukup Baik : Jika sebagian besar atau 2 dari 3 indikator variabel berada pada 34%-66%

Kurang Baik : Apabila satu atau tidak sama sekali hasil kriteria penelitian yang dilaksanakan dengan atau hasil dari rekapitulasi jawaban responden berkisar antara 1%-33%.

2. Penampilan

Baik : Apabila skor yang di peroleh dari kuesioner berada pada kategori baik pada persentase 67%- 100%

Cukup Baik : Jika sebagian besar atau 2 dari 3 indikator variabel berada pada 34%-66%

Kurang Baik : Apabila satu atau tidak sama sekali hasil kriteria penelitian yang dilaksanakan dengan atau hasil dari rekapitulasi jawaban responden berkisar antara 1%-33%.

3. Porsi

Baik : Apabila skor yang di peroleh dari kuesioner berada pada kategori baik pada persentase 67%- 100%.

Cukup Baik : Jika sebagian besar atau 2 dari 3 indikator variabel berada pada 34%-66%.

Kurang Baik : Apabila satu atau tidak sama sekali hasil kriteria penelitian yang dilaksanakan dengan atau hasil dari rekapitulasi jawaban responden berkisar antara 1%-33%.

4. Tekstur

Baik : Apabila skor yang di peroleh dari kuesioner berada pada kategori baik pada persentase 67%- 100%.

Cukup Baik : Jika sebagian besar atau 2 dari 3 indikator variabel berada pada 34%-66%.

Kurang Baik : Apabila satu atau tidak sama sekali hasil kriteria penelitian yang dilaksanakan dengan atau hasil dari rekapitulasi jawaban responden berkisar antara 1%-33%.

5. Aroma

Baik : Apabila skor yang di peroleh dari kuesioner berada pada kategori baik pada persentase 67%- 100%.

Cukup Baik : Jika sebagian besar atau 2 dari 3 indikator variabel berada pada 34%-66%.

Kurang Baik : Apabila satu atau tidak sama sekali hasil kriteria penelitian yang dilaksanakan dengan atau hasil dari rekapitulasi jawaban responden berkisar antara 1%-33%.

6. Tingkat Kematangan

Baik : Apabila skor yang di peroleh dari kuesioner berada pada kategori baik pada persentase 67%- 100%.

Cukup Baik : Jika sebagian besar atau 2 dari 3 indikator variabel berada pada 34%-66%.

Kurang Baik : Apabila satu atau tidak sama sekali hasil kriteria penelitian yang dilaksanakan dengan atau hasil dari rekapitulasi jawaban responden berkisar antara 1%-33%.

7. Rasa

Baik : Apabila skor yang di peroleh dari kuesioner berada pada kategori baik pada persentase 67%- 100%.

Cukup Baik : Jika sebagian besar atau 2 dari 3 indikator variabel berada pada 34%-66%.

Kurang Baik : Apabila satu atau tidak sama sekali hasil kriteria penelitian yang dilaksanakan dengan atau hasil dari rekapitulasi jawaban responden berkisar antara 1%-33%.

8. Ketahanan

Baik : Apabila skor yang di peroleh dari kuesioner berada pada kategori baik pada persentase 67%- 100%.

Cukup Baik : Jika sebagian besar atau 2 dari 3 indikator variabel berada pada 34%-66%.

Kurang Baik : Apabila satu atau tidak sama sekali hasil kriteria penelitian yang dilaksanakan dengan atau hasil dari rekapitulasi jawaban responden berkisar antara 1%-33%.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif, alasannya karena peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan di tempat penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2018:14) merupakan data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan. Pendekatan kuantitatif yaitu pencairan data/informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep/teori yang digunakan.

Alasan penulis menggunakan tipe penelitian ini untuk mengetahui secara jelas dan rinci tentang “Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar”.

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian terdapat di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Alasan penulis melakukan penelitian di lokasi ini karena lopek bugi yang dijual Bu Rina yang merupakan salah satu makanan khas daerah Kampar itu sendiri, lopek bugi/lepat bugi biasa orang menyebutnya adalah kuliner khas Kampar dan ingin mengetahui atau menganalisis kualitas lopek bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.

C. Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018:92) sampel adalah sebagian jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut oleh karena itu penulis menjadikan populasi dan sampel penelitian ini adalah konsumen dan pemilik industri. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu peneliti. Maka peneliti hanya mengambil sampel sebanyak 100 orang yang ditemui dan bersedia meluangkan waktunya pada saat penelitian. Sementara 1 orang dijadikan sumber informan penelitian untuk mengetahui lebih jauh mengenai kualitas produk yang diproduksi dan dijual yakni pemilik usaha Lopek Bugi Bu Rina sebagai Key Informan.

Tabel III.1 Populasi dan Sampel Penelitian di Usaha Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

No.	Keterangan	Populasi	Sampel	Persentase (%)
1	Pemilik Usaha	1	1	100%
2	Konsumen yang melakukan pembelian Lopek Bugi Bu Rina	~	100	-
Jumlah		-	101	-

Sumber: *Data Olahan Penelitian, 2020.*

D. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel,

bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono,2018;144). Dengan demikian jelaslah bahwa sampel pada penelitian ini merupakan bagian dari populasi yang diambil pada saat penelitian dan berkesempatan bertemu langsung serta bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan tanggapan atas pertanyaan pada penelitian yang akan dilaksanakan.

E. Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data di lapangan seperti hasil wawancara dan pengisian angket. Dan dalam penelitian ini adalah hasil dari data wawancara langsung kepada pemilik warung lopek bugi

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada seperti jurnal, buku, internet, dokumentasi dan lain- lain. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa keterangan meliputi sejarah perkembangan lopek bugi di desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data ini adalah melalui studi lapangan yaitu, dengan melakukan penelitian langsung dengan cara:

a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012;199), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ataupun pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam teknik ini, penelitian memberi seperangkat atau beberapa pertanyaan dan pertanyaan tertulis kepada responden. Selain itu apabila responden cukup besar dan tersebar di wilayah luas kuesioner ini sangat cocok. Pertanyaan kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui pos dan internet.

b. Wawancara

Wawancara menurut Sugiyono (2018 : 220), digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ini melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Dalam teknik ini penulis melakukan wawancara langsung dan mengajukan pertanyaan kepada pemilik usaha lopek bugi untuk memperoleh informasi terkait kualitas produk lopek Bu Rina di desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.

c. Teknik Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan pengamatan analisis kualitas produk lopek bugi ibu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

G. Teknik Analisis Data

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder serta bahan-bahan yang diperlukan telah berhasil dikumpulkan, dan kemudian dipisahkan atau dikelompokkan sesuai dengan keperluan dan kegunaan penelitian. Analisis data dilakukan secara deskriptif dari keseluruhan data yang diperoleh untuk menggambarkan data menjelaskan secara lebih rinci bagaimana kenyataan yang sebenarnya.

H. Jadwal Kegiatan Penelitian

Tabel III.2 Perincian Jadwal Kegiatan Penelitian Tentang Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Ibu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

No	Kegiatan	Bulan, Minggu Dan Tahun 2020/2021																											
		Agst				Sept- Oktb				Nov-Des				Jan-Feb				Mar- April				Mei-Jun				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																												
2	Ujian Proposal																												
3	Revisi Proposal																												
4	Kuesioner																												
5	Rekomendasi Survai																												
6	Survai Lapangan																												
7	Analisis Data																												
8	Penyusunan Laporan hasil penelitian																												
9	Konsultasi revisi skripsi																												
10	Ujian konferensi skripsi																												
11	Revisi Skripsi																												
12	Penggandaan skripsi																												

Sumber: *Data Modifikasi penelitian, 2020*

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat

Lopek Bugi Bu Rina didirikan pada tahun 2011 dengan tujuan awal untuk memenuhi kebutuhan finansialnya, dengan modal awal yang berasal dari uang tabungan sendiri. Lopek Bugi Bu Rina beralamat di Jalan Lintas Pekanbaru – Bangkinang tepatnya berada di Desa Palung Kabupaten Kampar.

Bu Rina juga berantusias awal buka usaha ini dengan harapan usaha ini maju. Dalam memproduksi Lopek Bugi ini Bu Rina selalu mengutamakan citra rasa, agar rasanya selalu sama dan tidak berubah hingga saat ini Lopek Bugi Bu Rina masih berjalan dengan baik dan memiliki pelanggan tetap.

Lopek Bugi berasal dari kata lepat dan bugi. Lepat adalah sebutan untuk penganan yang berasal dari ketan yang dibungkus dengan daun pisang, sedangkan bugi adalah sebutan orang Kampar untuk beras ketan yang di tumbuk halus menggunakan lesung. Jadi kata bugi pada lopek bugi Kampar bukan berasal dari kata “Bugis”.

Bahan dasar yang digunakan untuk membuat lopek bugi adalah tepung ketan, santan, kelapa parut, gula pasir dan daun pisang sebagai pembungkus. Cara pembuatannya juga sederhana. Campurkan tepung ketan dan santan kemudian tambahkan garam dan air secukupnya. Lalu aduk adonan hingga merata dan kalis. Untuk membuat isinya, campurkan kelapa parut dengan gula pasir kemudian di sangrai, tetapi tidak sampai kering. Proses penyangraian dilakukan agar isinya

tidak cepat basi. Kemudian, bentuk adonan menjadi bulat lalu isi dengan parutan kelapa, dan dibungkus dengan daun pisang. Terakhir, kukus hingga matang lebih kurang 30 menit.

Lopek bugi memiliki cita rasa yang manis dan gurih serta tekstur yang sedikit liat dan lembut. Lopek bugi biasanya berwarna hitam atau putih, tergantung dari beras ketan yang digunakan. Rasanya yang lezat ini menjadikan lopek bugi sebagai oleh-oleh yang wajib dibawa jika melewati Desa Palung Raya menuju Pekanbaru atau ke Padang.

B. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi dalam usaha Lopek Bugi Bu Rina dapat dijabarkan dalam bentuk gambar berikut:

Gambar IV.1 Struktur Organisasi Lopek Bugi Bu Rina



Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021.

C. Fungsi dan Tugas Organisasi

Tugas dan wewenang serta tanggung jawab dari tiap-tiap unit dalam struktur organisasi Lopek Bugi Bu Rina sebagai berikut;

1. Pimpinan/Pemilik

Fungsi dari pimpinan yang juga pemilik yaitu sebagai berikut:

- a. Bertanggungjawab sepenuhnya atas aktivitas industri
- b. Membuat sebuah kebijakan untuk kemajuan industri
- c. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing
- d. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien
- e. Menyusun fungsi manajemen secara baik.

2. Bagian Produksi

Fungsi dan tugas dari bagian produksi yaitu menciptakan dan memproduksi barang secara efektif dan efisien sehingga dapat memenuhi target produksi yang telah ditentukan.

3. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran berfungsi untuk memasarkan barang dan mengantarkan barang ke pasaran.

D. Aktivitas Industri

Usaha Lopek Bugi Bu Rina merupakan suatu industri yang bergerak di bidang makanan khas Kampar. Untuk mendukung proses pembuatan lopek bugi maka dibutuhkan bahan baku utama berupa tepung pulut dan tepung beras di mana industri Lopek Bugi Bu Rina merupakan makanan khas Kampar yaitu Lopek Bugi.

Proses produksi memerlukan waktu sekitar satu sampai dua jam karena proses pembuatan harus dilakukan dengan waktu yang pas agar rasa benar-benar enak dan proses kukus juga tidak boleh terlalu lama karena takut akan mengakibatkan terlalu lembek. Hasil dari proses produksi yang berupa lopek bugi di pasarkan langsung di kedai Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Sebelum dibahas mengenai Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, terlebih dahulu diuraikan identitas responden dalam penelitian. Kuesioner yang disebar sebanyak 100 eksampler kepada konsumen yang datang membeli produk Lopek Bugi Bu Rina

1. Tingkatan Usia Responden

Tingkat usia merupakan salah satu karakteristik yang melekat pada seseorang, sehingga tingkat usia perlu dijadikan sebagai tolak ukur untuk melihat tanggapan yang diberikan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel V.1 : Keadaan Responden Berdasarkan Tingkatan Usia Responden

No.	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
1	< 20 Tahun	12	12%
2	21 – 30 Tahun	37	37%
3	31 – 40 Tahun	25	25%
4	41 – 50 Tahun	16	16%
	> 51 Tahun	10	10%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Hasil olahan Penelitian, 2021

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden tersebut sejumlah 12 orang atau sebesar 12% berada pada tingkatan usia < 20 tahun. Kemudian terdapat 37 orang atau sebesar 37% yang termasuk kelompok usia 21-30 tahun. Sedangkan untuk kelompok usia 31-40 tahun sebanyak 25 orang atau sebesar 25%, dan kelompok usia antara 41-50 terdapat sejumlah 16 orang atau sebesar 16%, serta kelompok usia di atas 51 tahun sejumlah 10 orang atau sebesar 10%.

Dengan demikian jelaslah bahwa responden pada penelitian ini berada pada tingkat usia yang bervariasi dan yang paling banyak berasal dari tingkatan usia 20 – 40 tahun. Hasil ini menjelaskan bahwa responden yang adalah konsumen yang membeli lopek bugi Bu Rina memiliki tingkat usia yang beragam, sehingga dapat dikatakan lopek bugi disenangi semua kalangan usia.

2. Jenis Kelamin Responden

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai identitas responden, maka berikut ini penulis akan menguraikan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel V.2 : Keadaan responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	35	35%
2	Perempuan	65	65%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil olahan Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden terdapat seluruhnya 35 orang atau sebesar 35% adalah berjenis kelamin laki-laki dan responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 65 orang atau sebesar 65%.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa responden terbanyak berasal dari jenis kelamin perempuan. Dengan demikian jelaslah bahwa penelitian ini sudah terwakili dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan, yang mana pembeli sekaligus responden telah terwakili dari jenis kelamin. Identitas dari jenis kelamin ini diharapkan dapat menggambarkan secara objektif mengenai kualitas dari Lopek Bugi Bu Rina.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan adalah sarana untuk mengembangkan diri, sebab dengan pendidikan kita dapat mengukur kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah. Selanjutnya diuraikan tingkat pendidikan responden yang terdiri dari 100 orang. Untuk lebih jelas, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.3 : Keadaan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	14	14%
2	SMP/Sederajat	21	21%
3	SMA/Sederajat	48	48%
4	Strata Satu (S-1)	17	17%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil olahan Penelitian, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 100 orang yang menjadi responden dalam penelitian ini, untuk responden yang menamatkan pendidikan SD sebanyak 14 orang atau sebesar 14%, responden yang memiliki tingkat pendidikan SMP/Sederajat sebanyak 21 orang atau sebesar 21%, responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 48 orang atau sebesar 48%, dan responden dengan pendidikan Strata Satu (S1) sebanyak 17 orang atau sebesar 17%.

Dengan demikian, maka jelaslah bahwa tingkat pendidikan responden pada penelitian ini berada pada tingkat pendidikan mulai dari SD sampai Sarjana. Hasil ini mengindikasikan bahwa konsumen yang datang membeli lopek bugi bila dilihat dari tingkat pendidikan berasal dari beragam jenis latar belakang pendidikan. Di mana dengan tingkat pendidikan yang dimiliki ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif mengenai kualitas dari Lopek Bugi Bu Rina.

4. Durasi Kunjungan

Durasi kunjungan merupakan masa kunjungan yang sudah dilakukan konsumen untuk membeli produk lopek bu Bu Rina. Durasi kunjung menjadi penting untuk dilihat sebagai salah satu bentuk pengambilan keputusan dalam membeli konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Untuk lebih jelas mengenai tanggapan yang diberikan responden, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.4 : Keadaan Responden Berdasarkan Durasi Kunjungan

No.	Durasi Kunjungan	Frekuensi	Persentase
1	Baru 1 kali/Pertama	43	43%
2	1 – 2 Kali	41	41%
3	Lebih dari 3 kali	17	17%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil olahan Penelitian, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 100 orang yang menjadi responden dalam penelitian ini, untuk responden yang telah datang berkunjung ke usaha Lopek Bugi Bu Rina. Di mana terdapat responden yang baru pertama kali berkunjung sebanyak 43 orang atau 43%, sementara yang telah berkunjung lebih 1 – 2 kali sebanyak 41 orang atau 41%. Kemudian terdapat sebanyak 17 orang atau 17% yang sudah datang berkunjung membeli lopek bugi Bu Rina lebih dari 3 kali.

Dengan demikian maka jelaslah bahwa responden pada penelitian ini merupakan konsumen yang datang membeli dan sudah merasakan lopek bugi Bu Rina, sehingga konsumen banyak yang datang berulang kali untuk melakukan pembelian kembali lopek bugi. Hasil ini tentunya memberikan indikasi akan berbagai keunggulan yang dimiliki lopek bugi bu Rina, seperti rasa dan sebagainya. Untuk itu diharapkan dengan masa kunjungan ini mampu memberikan gambaran mengenai kualitas lopek bugi yang diproduksi dan dijual pada usaha lopek bugi Bu Rina.

B. Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

Kualitas suatu produk menjadi penting untuk dijaga dalam setiap produksi. Hal ini dikarenakan konsistensi kualitas dari suatu produk sangat penting, sebagai jaminan dari mutu yang terjaga. Begitu juga dengan kualitas produk lopek bugi yang diproduksi pada usaha lopek bugi Bu Rina, sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam kemampuan bertahan dari persaingan usaha yang ada.

Pada penelitian ini untuk melihat kualitas produk lopek bugi yang diproduksi pada usaha lopek bugi Bu Rina ditetapkan 8 indikator sebagai tolak ukur dari kualitas. Di mana dari ke delapan indikator ini disajikan dalam bentuk pertanyaan tertutup atau pilihan yang diberikan kepada responden dan juga merupakan konsumen yang membeli produk lopek bugi Bu Rina.

Untuk lebih jelasnya mengenai kualitas produk yang dihasilkan pada lopek bugi Bu Rina, maka dapat diuraikan satu persatu indikator penelitian sebagai berikut:

1. Warna

Warna merupakan spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna, sehingga menghasilkan beragam corak yang berbeda sesuai dengan besar kecilnya pencahayaan. Warna dalam penelitian ini adalah tampil dalam bentuk warna digunakan dan yang diperlihatkan pada lopek bugi yang diproduksi Bu Rina.

Untuk lebih jelasnya mengenai indikator ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.5 : Distribusi Tanggapan Responden Tentang Warna

No.	Pertanyaan	Kriteria Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Menggunakan pewarna alami	75 (225)	25 (50)	-	100 (275)
2	Warna lopek bugi yang menarik	73 (219)	27 (54)	-	100 (273)
Perolehan Skor		444	104	-	548
Skor Tertinggi (2x3x100)					600
Persentase Skor					91,3%
Rentang Skor		67% – 100%			
Kategori Penilaian		Baik			

Sumber : Data olahan Hasil Penelitian, 2021

Tanggapan yang disampaikan para responden pada tabel di atas memberikan gambaran bahwa sebagian besar memberikan jawaban berada pada kategori baik dengan skor yang diperoleh sebesar 91,3%. Di mana terdapat sebanyak 75 orang menyatakan bahwa penggunaan warna pada lopek bugi Bu Rina yakni dengan menggunakan pewarna alami dan menghasilkan warna yang menarik seperti warna hijau dari daun pandan dan hitam yang berasal dari beras ketan hitam. Sementara sebanyak 25 orang menyatakan cukup baik tentang pewarna alami yang digunakan pada lopek bugi Bu Rina dan menghasilkan warna yang menarik.

Dari segi warna lopek bugi yang menarik terdapat sebanyak 73 orang menyatakan baik, dikarenakan warna yang terdapat pada lopek bugi menarik. Kemudian sebanyak 27 orang menyatakan cukup baik atas warna yang ditampilkan pada produk lopek bugi bu Rina. Hasil ini memberikan gambaran bahwa warna yang terbentuk pada lopek bugi menarik perhatian para konsumen,

sehingga dengan warna atau tampilan yang ada menambah daya tarik dari lopek bugi dan juga bisa membedakan rasa hitam dan putih.

Pengamatan yang penulis lakukan terlihat bahwa dalam memproduksi lopek bugi Bu Rina telah menggunakan pewarna alami sebagai pewarnanya yakni daun pandan untuk menghasilkan warna hijau dan warna yang dikeluarkan dari beras pulut/ketan. Penggunaan warna alami yang diterapkan lopek bugi Bu Rina sangat menarik, sehingga membuka selera untuk mencicipinya.

Hasil ini memberikan gambaran bahwa lopek bugi bu Rina dalam memproduksi menggunakan pewarna yang alami, sehingga dengan warna yang alami produk yang dihasilkan menjadi aman untuk dikonsumsi dan tentunya juga memiliki ciri rasa yang alami. Penggunaan warna yang alami juga memberi daya tarik tersendiri bagi konsumen, sehingga warna produk sangat penting dalam menghasilkan produk yang berkualitas terutama pada lopek bugi.

Dengan demikian jelaslah bahwa pada indikator warna ini dapat dikatakan sudah berada pada kategori baik. Di mana sebagian responden mengatakan tentang warna alami yang digunakan dan warna yang menarik ditanggapi dengan baik dan cukup baik.

2. Penampilan

Penampilan merupakan tampilan yang dibentuk pada lopek bugi produksi Bu Rina. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.6 : Distribusi Tanggapan Responden Tentang Penampilan

No.	Pertanyaan	Kriteria Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Dibentuk secara menarik	80 (240)	20 (40)	-	100 (280)
2	Dibungkus dengan daun pisang	72 (216)	28 (56)	-	100 (264)
Perolehan Skor		456	96	-	552
Skor Tertinggi (2x3x100)					600
Persentase Skor					92%
Rentang Skor		67% – 100%			
Kategori Penilaian		Baik			

Sumber : Data olahan Hasil Penelitian, 2021

Tanggapan yang disampaikan para responden pada tabel di atas memberikan gambaran bahwa sebagian besar memberikan jawaban mengenai penampilan lopek bugi Bu Rina pada kategori baik. Hasil penelitian ini menunjukkan berada pada rentang skor 61% – 100% atau berkategori baik dengan skor yang diperoleh sebesar 92%. Di mana terdapat sebanyak 80 orang menyatakan lopek bugi Bu Rina dibentuk secara menarik seperti kerucut. Sementara sebanyak 20 orang menyatakan cukup baik tentang bentuk lopek bugi Bu Rina yang seperti kerucut.

Kemudian terdapat sebanyak 72 orang menyatakan lopek bugi Bu Rina dibungkus dengan daun pisang, sehingga menambah kesan alami dari jajanan ini. Sementara sebanyak 28 orang menyatakan cukup baik tentang lopek bugi Bu Rina dibungkus dengan daun pisang.

Tanggapan yang disampaikan responden memberikan penjelasan bahwa lopek bugi Bu Rina telah dikemas secara menarik dan menggunakan daun pisang sebagai kemasan pembungkus. Pengemasan yang menarik terlihat dari bentuk

yang dibuat secara kerucut, sehingga memberikan kesan ciri khas dari lopek bugi. Kemudian kemasan yang berasal dari daun pisang memberikan kesan alami yang aman untuk dikonsumsi dan juga memberikan aroma yang khas.

Hasil pengamatan lapangan yang peneliti laksanakan terlihat bahwa bungkus lopek bugi berasal daun pisang yang kemudian dibentuk seperti kerucut, sehingga lopek bugi memiliki ciri khas seperti kerucut. Di mana dengan dibentuk secara menarik dan berasal dari bahan pembungkus yang alami tentunya sangat menarik bagi konsumen.

Lopak bugi dibentuk secara menarik seperti kerucut yang berbentuk piramida, sehingga memiliki ciri khas khusus yang memudahkan konsumen untuk dapat mengetahui bahwa panganan tersebut adalah lopek bugi. Selain itu dengan bentuk seperti kerucut ini tentunya sangat menarik yang bisa membedakan dengan panganan lainnya. Kemudian untuk pembungkus lopek bugi berasal dari daun pisang yang merupakan pembungkus alami dan juga mampu memberikan aroma khas yang mengundang selera konsumen untuk mengonsumsinya.

Dengan demikian jelaslah bahwa pada indikator penampilan ini dapat dikatakan sudah berada pada kategori baik. Di mana sebagian responden mengatakan tentang bentuk dan dibungkus dengan daun pisang merupakan bahan alami dengan jawaban baik dan cukup baik.

3. Porsi

Porsi merupakan ukuran yang dibuat pada setiap lopek bugi produk Bu Rina yang kemudian dijual atau dipasarkan kepada konsumen. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.7 : Distribusi Tanggapan Responden Tentang Porsi

No.	Pertanyaan	Kriteria Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Konsistensi ukuran lopek bugi	68 (204)	32 (64)	-	100 (268)
2	Disajikan dalam kemasan yang sama	70 (210)	30 (60)	-	100 (270)
Perolehan Skor		414	124	-	538
Skor Tertinggi (2x3x100)					600
Persentase Skor					89,7%
Rentang Skor		67% – 100%			
Kategori Penilaian		Baik			

Sumber : Data olahan Hasil Penelitian, 2021

Tanggapan yang disampaikan para responden pada tabel di atas memberikan gambaran bahwa sebagian besar memberikan jawaban bahwa indikator porsi ini berada pada kategori baik dengan peroleh total skor sebesar 89,7%. Di mana terdapat sebanyak 68 orang menyatakan ukuran lopek bugi Bu Rina konsisten atau sama besarnya antara satu dengan lainnya. Sementara sebanyak 32 orang menyatakan cukup baik tentang konsistensi ukuran lopek bugi Bu Rina yang diproduksi.

Kemudian terdapat sebanyak 70 orang menyatakan lopek bugi Bu Rina disajikan dalam kemasan yang sama yakni dibungkus dengan daun pisang dan dikemas pada kotak plastik transparan. Sementara sebanyak 30 orang menyatakan cukup baik tentang penyajian lopek bugi bu Rina dalam kemasan yang sama yakni kotak plastik transparan.

Hasil yang diperoleh ini memberikan penjelasan bahwa lopek bugi Bu Rina telah dikemas dengan ukuran secara konsisten yakni sama besar, sehingga tidak ada perbedaan yang terlalu terlihat antar satu dengan lainnya. Sementara

untuk pengemasan disajikan dalam bungkus yang sama yakni berasal dari daun pisang.

Pengamatan yang peneliti lakukan terlihat bahwa pada saat melakukan pengemasan ukuran yang dibuat untuk masing-masing lopek bugi hampir seluruhnya sama besar atau adanya konsistensi ukuran yang ditetapkan. Sementara dari penyajiannya dikemas pada jenis kemasan yang sama yakni daun pisang, kemudian untuk dijual dikemas dengan pembungkus atau kotak plastik yang sama ukurannya. Dengan demikian dari segi porsi lopek bugi Bu Rina tidak ada perbedaan dari segi ukuran dan kemasan yang digunakan.

Dengan demikian jelaslah bahwa pada indikator porsi ini dapat dikatakan sudah berada pada kategori baik. Di mana sebagian responden mengatakan tentang konsistensi ukuran pada setiap produk lopek bugi dan telah disajikan pada kemasan yang sama.

4. Tekstur

Tekstur adalah penilaian yang diberikan atas produksi lopek bugi dilihat dari mudah dikonsumsi dan lembut di lidah. Di mana dalam suatu makanan tekstur sangat mempengaruhi pembelinya, sehingga dengan tekstur penganan yang lembut dan mudah untuk dikonsumsi menjadi salah satu bagian dipertimbangkan konsumen untuk melakukan pembelian. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.8 : Distribusi Tanggapan Responden Tentang Tekstur

No.	Pertanyaan	Kriteria Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Tidak lengket di kemasan	60 (180)	40 (80)	-	100 (260)
2	Lembut dan mudah di konsumsi	80 (240)	20 (40)	-	100 (280)
Perolehan Skor		420	120	-	540
Skor Tertinggi (2x3x100)					600
Persentase Skor					90%
Rentang Skor		67% – 100%			
Kategori Penilaian		Baik			

Sumber : Data olahan Hasil Penelitian, 2021

Tanggapan yang disampaikan para responden pada tabel di atas memberikan gambaran bahwa sebagian besar memberikan jawaban pada indikator tekstur ini berada pada kategori baik dengan tolak skor yang diperoleh sebesar 540 atau 90%. Di mana terdapat sebanyak 60 orang menyatakan lopek bugi Bu Rina tidak lengket di kemasan, sehingga memudahkan pada saat untuk mengonsumsinya. Sementara sebanyak 40 orang menyatakan cukup baik tentang lopek bugi Bu Rina yang tidak lengket di kemasan, dikarenakan terdapat beberapa lopek bugi yang lengket dan sulit untuk dipisahkan dari pembungkusnya.

Kemudian terdapat sebanyak 80 orang menyatakan lopek bugi Bu Rina lembut serta mudah di konsumsi. Sementara sebanyak 20 orang menyatakan cukup baik tentang lopek bugi Bu Rina yang mudah dikonsumsi.

Tanggapan yang disampaikan responden memberikan penjelasan bahwa tekstur dari lopek bugi Bu Rina dilihat tidak lengket di kemasan, sehingga memudahkan konsumen untuk mengonsumsinya karena mudah untuk dipisahkan antara isi dengan pembungkusnya. Sementara dari tekstur yang lembut dan mudah

dikonsumsi, sehingga lopek bugi bisa dinikmati siapa saja dikarenakan memiliki tekstur yang lembut.

Pengamatan yang penulis lakukan terlihat bahwa dari segi tekstur tidak seluruh lopek bugi yang diproduksi dan dijual memiliki kesamaan dalam hal mudah untuk dipisahkan antara isi dengan pembungkusnya. Di mana terdapat beberapa lopek bugi yang sulit dipisahkan antara isi dengan pembungkusnya, sehingga terkadang ada isi yang menempel lengket di pembungkus. Sedangkan dari tekstur lainnya, lopek bugi memiliki tekstur yang lembut dan mudah untuk dikonsumsi, sehingga lopek bugi bisa dikonsumsi oleh seluruh kalangan tingkatan usia.

Dengan demikian jelaslah bahwa pada indikator tekstur ini dapat dikatakan sudah berada pada kategori baik. Di mana sebagian responden mengatakan tentang lopek bugi Bu Rina tidak lengket di kemasan dan lembut atau mudah untuk dikonsumsi.

5. Aroma

Aroma merupakan bau yang dikeluarkan dari lopek bugi produksi Bu Rina dalam mengundang selera dan memiliki aroma yang khas. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.9 : Distribusi Tanggapan Responden Tentang Aroma

No.	Pertanyaan	Kriteria Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Membangkitkan selera	80 (240)	20 (40)	-	100 (280)
2	Memiliki aroma yang khas	76 (228)	24 (48)	-	100 (276)
Perolehan Skor		468	88	-	556
Skor Tertinggi (2x3x100)					600
Persentase Skor					92,7%
Rentang Skor		67% – 100%			
Kategori Penilaian		Baik			

Sumber : Data olahan Hasil Penelitian, 2021

Tanggapan yang disampaikan para responden pada tabel di atas memberikan gambaran bahwa sebagian besar memberikan jawaban pada indikator aroma ini berada pada kategori baik dengan total skor yang diperoleh sebesar 556 atau sebesar 92,7%. Di mana terdapat sebanyak 80 orang menyatakan aroma yang dikeluarkan dari lopek bugi Bu Rina membangkitkan selera yang akan mengonsumsinya. Sementara sebanyak 20 orang menyatakan cukup baik tentang aroma lopek bugi Bu Rina yang membangkitkan selera.

Kemudian terdapat sebanyak 76 orang menyatakan lopek bugi Bu Rina memiliki aroma yang khas. Sementara sebanyak 24 orang menyatakan cukup baik tentang aroma lopek bugi Bu Rina yang memiliki aroma yang khas. Dengan demikian jelaslah bahwa lopek bugi produksi Bu Rina memiliki aroma yang mampu membangkitkan selera dan ada aroma khas yang dikeluarkan dari perpaduan daun pisang dan daun pandan.

Hasil tanggapan yang disampaikan responden memberikan gambaran bahwa aroma lopek bugi yang diproduksi oleh lopek bugi Bu Rina sangat

menggugah selera, dikarenakan lopek bugi memiliki aroma yang khas berasal dari wewangian daun pandan dan aroma daun pisang. Hal ini tentunya memberi kesan bahwa lopek bugi memiliki ciri khas aroma yang mampu membuka selera konsumennya untuk mengonsumsi.

Pengamatan yang telah peneliti lakukan terlihat jelas bahwa pada saat penyajian setelah matang lopek bugi memiliki aroma yang khas berasal dari perpaduan bau-bau daun pandan dan daun pisang, sehingga dengan aroma yang ada membuka selera siapa saja yang menciumnya.

Dengan demikian jelaslah bahwa pada indikator aroma ini dapat dikatakan sudah berada pada kategori baik. Di mana sebagian responden mengatakan tentang aroma yang dikeluarkan dari lopek bugi produksi Bu Rina memiliki aroma yang mengundang selera dan memiliki aroma yang khas, sehingga menggugah konsumen untuk mengonsumsinya.

6. Tingkat Kematangan

Tingkat kematangan merupakan kematangan produk berupa lopek bugi yang diproduksi Bu Rina untuk siap dijual kepada konsumen yang membelinya. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator tingkat kematangan ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.10 : Distribusi Tanggapan Responden Tentang Tingkat Kematangan

No.	Pertanyaan	Kriteria Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Tingkatan kematangan yang sama rata	48 (144)	52 (104)	-	100 (248)
2	Adanya perubahan rasa bila kurang matang	56 (168)	44 (88)	-	100 (256)
Perolehan Skor		312	192	-	504
Skor Tertinggi (2x3x100)					600
Persentase Skor					84%
Rentang Skor		67% – 100%			
Kategori Penilaian		Baik			

Sumber : Data olahan Hasil Penelitian, 2021

Tanggapan yang disampaikan para responden pada tabel di atas memberikan gambaran bahwa sebagian besar memberikan jawaban tentang indikator tingkat kematangan berada pada kategori baik dengan total skor yang diperoleh sebesar 504 atau sebesar 84%. Di mana terdapat sebanyak 48 orang menyatakan tingkat kematangan lopek bugi Bu Rina telah sama rata. Sementara sebanyak 52 orang menyatakan cukup baik tentang tingkat kematangan yang sama rata dari lopek bugi yang diproduksi bu Rina.

Kemudian terdapat sebanyak 56 orang menyatakan lopek bugi Bu Rina adanya perubahan rasa bila kurang matang. Sementara sebanyak 44 orang menyatakan cukup baik tentang adanya perubahan rasa bila kurang matang.

Pengamatan yang penulis lakukan terlihat bahwa pada saat melakukan perebusan atau memasaknya sudah dilakukan dalam waktu yang cukup lama. Namun masih terdapat lopek bugi yang tidak sama tingkat kematangannya, dikarenakan pada saat memasak jumlah lopek bugi sangat banyak sehingga

mempengaruhi tingkat kematangan. Dari segi rasa, bila terdapat lopek bugi yang kurang matang tentunya akan merubah rasa menjadi kurang gurih dan lembut.

Dengan demikian jelaslah bahwa pada indikator tingkat kematangan ini dapat dikatakan sudah berada pada kategori baik. Di mana sebagian responden mengatakan tentang tingkat kematangan yang sama rata dan adanya perubahan rasa bila kurang matang tidak ditemukan konsumen, sehingga seluruh produk lopek bugi yang di produksi sudah baik.

7. Rasa

Rasa merupakan rasa lopek bugi Bu Rina yang sama rata atau tidak ada perubahan dari awal sampai saat ini seta rasa yang tepat enak. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.11 : Distribusi Tanggapan Responden Tentang Rasa

No.	Pertanyaan	Kriteria Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Kesamaan rasa atau tidak ada perubahan	75 (225)	25 (50)	-	100 (275)
2	Rasa yang enak	73 (219)	27 (54)	-	100 (273)
Perolehan Skor		444	104	-	548
Skor Tertinggi (2x3x100)					600
Persentase Skor					91,3%
Rentang Skor		67% – 100%			
Kategori Penilaian		Baik			

Sumber : Data olahan Hasil Penelitian, 2021

Tanggapan yang disampaikan para responden pada tabel di atas memberikan gambaran bahwa sebagian besar memberikan jawaban indikator rasa berada pada kategori baik berada pada kategori baik dengan total skor yang diperoleh sebesar 548 atau sebesar 91,3%. Di mana terdapat sebanyak 75 orang

menyatakan rasa dari lopek bugi Bu Rina terdapat kesamaan rasa atau tidak ada perubahan dari awal sampai saat ini atau konsisten. Sementara sebanyak 25 orang menyatakan cukup baik tentang lopek bugi Bu Rina yang memiliki kesamaan rasa atau tidak ada perubahan. Kemudian terdapat sebanyak 73 orang menyatakan rasa dari lopek bugi Bu Rina memiliki rasa yang enak. Sementara sebanyak 27 orang menyatakan cukup baik tentang lopek bugi Bu Rina yang memiliki rasa yang enak.

Pengamatan lapangan yang penulis lakukan terlihat bahwa lopek bugi diproduksi dalam jumlah yang besar, namun dari hasil produksi memiliki rasa yang sama atau dari segi rasa masih sangat konsisten antara satu lopek bugi dengan lopek bugi lainnya. Mengenai rasa tentunya setiap orang memiliki penilaian tersendiri, namun secara umum rasa yang ditawarkan lopek bugi sangat enak dilidah.

Dengan demikian jelaslah bahwa pada indikator rasa ini dapat dikatakan sudah berada pada kategori baik. Di mana sebagian besar responden mengatakan tentang kesamaan rasa atau tidak ada perubahan dan rasa yang enak terus dipertahankan Bu Rina dalam menjaga mutu atau kualitas dari produk lopek bugi yang diusahakannya, sehingga usaha ini tetap bertahan dan mampu bersaing dengan para pesaingnya.

8. Ketahanan

Ketahanan merupakan ketahanan dari lopek bugi hasil produksi Bu Rina jangka waktu yang bisa dikonsumsi setelah diproduksi. Untuk lebih jelasnya mengenai indikator ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.12 : Distribusi Tanggapan Responden Tentang Ketahanan

No.	Pertanyaan	Kriteria Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Daya tahan produk yang cukup lama	71 (213)	29 (58)		100 (271)
Perolehan Skor		213	58	-	271
Skor Tertinggi (1x3x100)					300
Persentase Skor					90,3%
Rentang Skor		67% – 100%			
Kategori Penilaian					Baik

Sumber : Data olahan Hasil Penelitian, 2021

Tanggapan yang disampaikan para responden pada tabel di atas memberikan gambaran bahwa sebagian besar memberikan jawaban mengenai indikator ketahanan ini berada pada kategori baik dengan total skor 271 atau sebesar 90,3%. Di mana terdapat sebanyak 71 orang menyatakan lopek bugi Bu Rina memiliki daya tahan produk yang cukup lama yakni 24 jam atau 1 hari. Sementara sebanyak 29 orang menyatakan cukup baik tentang daya tahan produk yang cukup lama.

Hasil pengamatan yang penulis lakukan terlihat bahwa lopek bugi Bu Rina hanya tahan lebih kurang 24 jam dari selesai di produksi. Di mana daya tahan lopek bugi bisa saja lebih lama dari 24 jam, bila dimasukkan dalam prezer. Namun secara umum ketahanan lopek bugi dari sejak selesai di masak hanya 1 hari atau 24 jam saja.

Dengan demikian jelaslah bahwa pada indikator ketahanan ini dapat dikatakan sudah berada pada kategori baik. Di mana sebagian responden mengatakan daya tahan dari produk lopek bugi Bu Rina cukup lama yakni 24 jam

atau 1 hari setelah di produksi, sehingga waktu mengkonsumsinya bisa lebih lama semenjak dibeli.

Berdasarkan pemaparan dari masing-masing indikator penelitian yang digunakan, maka selanjutnya dilakukan distribusi data secara keseluruhan agar terlihat dengan jelas mengenai kualitas produk lopek bugi Bu Rina. Untuk lebih jelasnya, maka dapat dilihat tabel rekapitulasi penelitian berikut:

Tabel V.13 : Rekapitulasi Hasil Penelitian Tentang Analisis Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

No.	Indikator	Kriteria Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Warna	75	25	-	100
2	Penampilan	60	40	-	100
3	Porsi	68	32	-	100
4	Tekstur	70	30	-	100
4	Aroma	80	20		100
5	Tingkat Kematangan	48	52		100
6	Rasa	75	25		100
8	Ketahanan	71	29		100
Perolehan Skor		1.641	506	-	2.147
Skor Tertinggi (8x3x100)					2.400
Persentase Skor					89%
Rentang Skor		67% – 100%			
Kategori Penilaian		Baik			

Sumber : Data olahan Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel rekapitulasi pada penelitian ini secara keseluruhan mengenai Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar sudah berada pada kategori baik atau sebesar 89%. Hasil ini memberikan penjelasan bahwa kualitas produk lopek bugi yang diproduksi bu Rina sangat baik, sehingga memiliki kualitas yang bisa bersaing dengan pesaing dalam usaha yang sama.

Hasil yang telah diperoleh ini memberikan gambaran bahwa kualitas produk lopek bugi Bu Rina yang diproduksi menggunakan pewarna alami dan menarik minat konsumen, kemudian dibentuk secara menarik seperti kerucut lalu dibungkus dengan daun pisang sehingga memiliki keunikan tersendiri dan sepiintas lalu sudah dapat diketahui bahwa itu adalah lopek bugi. Kemudian dari segi porsi atau ukuran dari lopek bugi selalu sama atau konsisten untuk masing-masing lopek bugi dan disajikan dengan cara yang sama, sehingga sulit untuk dibedakan dari segi jenis putih atau hitam.

Tekstur dari lopek bugi sangat lembut di lidah dan mudah untuk dikonsumsi, tetapi sering kali ada beberapa lopek bugi yang sulit untuk dipisahkan dari pembungkusnya atau lengket antara isi dan bungkusannya. Dari segi aroma yang disajikan sangat mengundang selera dan memiliki aroma khas yang dikeluarkan dari bau ketan dan dipadu dengan aroma daun pisang sebagai pembungkusnya.

Tingkat kematangan pada setiap produksi tidak sama rata, sehingga menimbulkan ada yang kurang matang, karena bila kurang matang akan merubah rasa dari lopek bugi dan isinya lengket dibungkus. Rasa yang ditawarkan dari dulu sampai saat ini tetap konsistensi sehingga lopek bugi masih tetap enak dikonsumsi. Pada segi ketahanan daya tahan produk lopek bugi sejak dari matang diproduksi masih bisa dikonsumsi lebih kurang 24 jam atau 1 harian.

Dengan demikian jelaslah bahwa dari hasil penelitian ini Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar sudah sangat baik, sehingga pantas sampai saat ini masih terus bertahan

dan mampu bersaing dengan pesaing yang ada di sekitar lokasi dengan jenis yang sama. Dengan hasil ini diharapkan usaha ini terus bertahan dan berkembang serta melakukan evaluasi atas kelemahan-kelemahan yang ada serta mengkreasikan agar bisa lebih banyak lagi jenis atau varians serta tahan lama.



Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk Lopek Bugi Bu Rina di Desa Palung Raya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar sudah berada pada kategori baik atau sebesar 89%. Hasil ini memberikan penjelasan bahwa kualitas produk lopek bugi yang diproduksi bu Rina sudah baik, sehingga memiliki kualitas yang bisa bersaing dengan pesaing dalam usaha yang sama.

B. Saran-saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan, penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut :

1. Hendaknya lopek Bugi Bu Rina memperhatikan tingkat kematangan setiap produk, sehingga dapat dipastikan produk yang dijual memiliki tingkat kematangan yang sama dan isi tidak lengket di bungkusannya.
2. Hendaknya lopek bugi Bu Rina mengembangkan varians rasa atau jenis rasa baru sebagai bagian dari pengembangan usaha seperti menggunakan rasa jagung, rasa durian, rasa nenas dan rasa lainnya. Agar konsumen bisa lebih dimanjakan dari beragam varians rasa dari lopek bugi ini.
3. Hendaknya lopek bugi Bu Rina yang di produk pada saat memasak atau direbus menggunakan takaran air yang pas, sehingga tidak sampai mengenai

produk. Pemasakan dengan mengandalkan perebusan yang tepat akan memberikan waktu ketahanan produk lebih dari 2 hari. Untuk itu hendaknya Bu Rina sangat memperhatikan pengemasan setelah dimasak di tiris sampai kering, sehingga tidak menimbulkan penguapan yang menyebabkan cepat basi.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Buku-buku:

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri Sofyan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali-Gramedia Pustaka Utama.
- Bintoro, & Daryanto. 2012. *Manajemen Diklat*. Yogyakarta: Gava Media
- Kasmir. 2009. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Daryanto. 2011. *Intisari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Darwis, Eni Yulinda, dan Lamun Bathara. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pelatihan Universitas Riau.
- Ginting, Hastimbul dan Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Hasibuan. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstron, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid 1 dan 2. Edisi 12 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 2. Jakarta: Prenhalilind.
- Nawawi, 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia* Cetakan Kedua, Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Siagian, Sondang P. 2014. *Filsafat Administrasi* . Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suparjati, Tuginem dan Pudji Rahayu. 2000. *Tata Usaha dan Kearsipan*. Yogyakarta: Kanisius.

Thoha, Miftah. 2010. *Ilmu Administrasi Publik Kontemporer*. Jakarta : Kencana.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama Yogyakarta; Andi

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Andi.

Jurnal/Skripsi/Tesis:

Bayu Hadyanto Mulyono, Yoestini, Rini Nugraheni dan Mustofa Kamal. 2007. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang), *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* Volume 4, No 2, Juli, Tahun 2007.

Dita Putri Anggraeni, Srikandi Kumadji dan Sunarti. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Naso Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 37 No 1 Agustus 2016.

Grafie Lumintang dan Rotinsulu Jopie, 2016. Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulev ARD Manado, *Jurnal* : ISSN 2303-1174.

Margaretha Fiani S. Dan Edwin Japarianto. 2012. Analisa Pengaruh *Food Quality* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 1, (2012) 1-6. Universitas Kristen Petra.

Monica Maria dan Muhamad Yusak Anshori. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* Tahun 6 No, 1 April 2013.

Tias Windarti dan Mariaty Ibrahim, 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjung- Pekanbaru), *Joms FISIP* Volume 4 No. 2 oktober 2017