

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

**ANALISIS VARIASI PRODUK KUE
(STUDI KASUS AROMA PRIMA BAKERY AND CAKE SHOP
CABANG MARPOYAN PEKANBARU)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1)
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Administrasi
Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



OLEH:

**RICHA
FEBRIANTI
NPM :
167210715**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
PEKANBARU
2021**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Richa Febrianti
NPM : 167210715
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)

Format sistematika dan pembahasan masing masing bab dan sub bab dalam Skripsi ini telah di pelajari dan di nilai relatif telah memenuhi ketentuan ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu di nilai layak serta dapat di setujui untuk di uji dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, Maret 2021

Turut Menyetujui,
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Ketua,

Pembimbing

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

Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

=====

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Richa Febrianti
Npm : 167210715
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan subbab dalam skripsi ini, telah dipelajari dan di nilai 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.

Pekanbaru, 22 September 2021

Turut Menyetujui
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis,
Ketua,

Pembimbing

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

Dr.Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Richa Febrianti
Npm : 167210715
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And
Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)

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

Pekanbaru, 22 September 2021

Ketua

Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si

An. Tim Penguji
Sekretaris

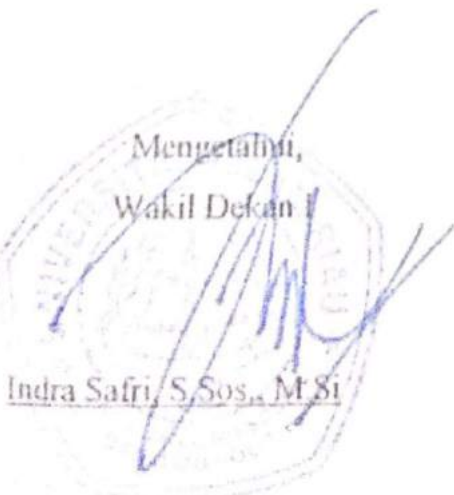
Eko Handrian, S.Sos., M.Si

Anggota

Dr. H. Moris Adidi Yogia, S.Sos., M.Si

Mengetahui,
Wakil Dekan I

Indra Safri, S.Sos., M.Si



Perpustakaan Universitas Islam Riau




Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 1062/UIR-Fs/Kpts/2020 tanggal 06 Juli 2021 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 08 Juli 2021 jam 08.00 – 09.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Richa Febrianti
NPM : 167210715
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : "Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)."
Nilai Ujian : Angka : " 70 " ; Huruf : " B+ "
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Ditunda~~
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si.	Ketua	1. 
2.	Eko Handrian, S.Sos., M.Si	Sekretaris	2. 
3.	Dr. H. Moris Adidi Yogita, M.Si.	Anggota	3. 

Pekanbaru, 08 Juli 2021
An. Dekan


Indra Satri, S.Sos., M.Si
Wakil Dekan I Bid. Akademik

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR : 1062/UJR-FS/KPTS/2021
TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.

Mengingat : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional
2. PP Nomor: 60 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi
3. SK. Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.
4. SK Rektor UIR Nomor: 344/UJR/KPTS/2015 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR
5. SK Rektor UIR Nomor: 258/UJR/KPTS/2020, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2020-2024.

Memperhatikan : Rekomendasi Ka Prodi dan Wakil Dekan I Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

MEMUTUSKAN

Ditetapkan : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :

Nama : Richa Febrianti
N P M : 167210715
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : "Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)."

1. Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si. Sebagai Ketua merangkap Penguji
 2. Eko Handrian, S.Sos., M.Si. Sebagai Sekretaris merangkap Penguji
 3. Dr. H. Moris Adidi Yogya, M.Si. Sebagai Anggota merangkap Penguji
2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.
3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 06 Juli 2021

Dekan

Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si
NPK. 080102337

Disampaikan Kepada
Yth. Bapak Rektor UIR
Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR
Yth. Ketua Jurusan ADMA Binau
ATS : p -----sk penguji

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Richa Febrianti
Npm : 167210715
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh Mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akademis, oleh karena itu dapat disyahkan sebagai sebuah Karya Ilmiah.

Pekanbaru, 22 September 2021

Ketua,



Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si.

An. Tim Penguji

Sekretaris,

Eko Handrian, S.Sos., M.Si.

Turut Menyetujui,

Wakil Dekan I,

Indra Safri, S.Sos., M.Si.

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Ketua,

Arief Rifazi Harahap, S.Sos., M.Si.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahhim

Yang paling utama dari segalanya wujud serta syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kemudahan sehingga akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Serta salam terlimpahkan keharibaan Rasulullah SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang kusayangi dan kukasihi. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih kupersembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tua yang telah memberikan semangat dan kasih sayang tiada terhingga yang tak mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas bertuliskan kata cinta dan persembahan. Doa, segala dukungan dan kerja keras kalianlah yang telah membuat kusampai pada hari ini, semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayahanda dan ibunda bangga. Terimakasih atas seluruh limpahan kasih sayang yang tidak terbatas yang telah beliau berikan kepadaku, semoga Allah SWT tetap melimpahkan rahmat dan karunianya yang tiada terputus kepada beliau serta memberikan kesehatan dan umur yang panjang, Amin.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “**Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)**”. Penyelesaian Skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. H. Syafrinaldi, SH., M.C.L selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan ijin dan fasilitas untuk penyusunan Skripsi ini.
2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memberikan ijin dan fasilitas untuk penyusunan Skripsi ini.
3. Bapak Arief Rifa'i, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Islam Riau yang telah memberikan ijin dan kemudahan untuk penyusunan Skripsi ini.
4. Ibu Dr. H. Rosmayani, S.Sos., M.Si selaku pembimbing yang banyak memberikan bimbingan serta pengetahuan dalam penulisan Skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak dan Ibu para Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau yang telah banyak memberikan Ilmu pengetahuan kepada penulis selama menimba ilmu di Universitas Islam Riau.
6. Karyawan-Karyawati Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Islam Riau yang telah membantu khususnya dalam administrasi

7. Terima kasih tak terhingga buat kedua orang tua Ayahanda Ponijan dan Ibunda Mistingah yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan motivasi dan dukungan selama penulis melaksanakan studi sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan atas motivasi dan semangatnya kepada penulis.

Atas bantuan yang diberikan para pihak, akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, semoga Allah SWT melimpahkan rahmatnya kepada kita semua. Aamin.

Pekanbaru, Maret 2021

Penulis,

Richa Febrianti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	ii
BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI.....	iii
SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL.....	iv
PENGESAHAN.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
SURAT PERNYATAAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	
A. Studi Kepustakaan.....	12
1. Konsep Administrasi Bisnis.....	12
2. Organisasi Bisnis.....	14
3. Konsep Manajemen	16
4. Konsep Manajemen Pemasaran	18
5. Bauran Pemasaran.....	19
6. Variasi Produk.....	25
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran.....	33

D. Konsep Operasional.....	34
E. Operasional Variabel	36
F. Teknik Pengukuran.....	39
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian.....	42
B. Lokasi Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel.....	43
D. Teknik Penarikan Sampel	44
E. Jenis dan Sumber Data.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Teknik Analisis Data	46
BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Aroma Prima Bakery And Cake Shop.....	49
B. Visi dan Misi	50
C. Struktur Organisasi	51
D. Tugas dan Tanggungjawab	53
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Identitas Responden	61
1. Jenis Kelamin Responden	61
2. Tingkat Umur Responden	63
3. Tingkat Pendidikan Responden	65
B. Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery and Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru).....	66
1. Ukuran Produk	68
2. Harga Produk	72
3. Tampilan Produk.....	77
4. Ketersediaan Produk	83
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92

DAFTAR KEPUSTAKAAN94
DOKUMENTASI..... 111



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

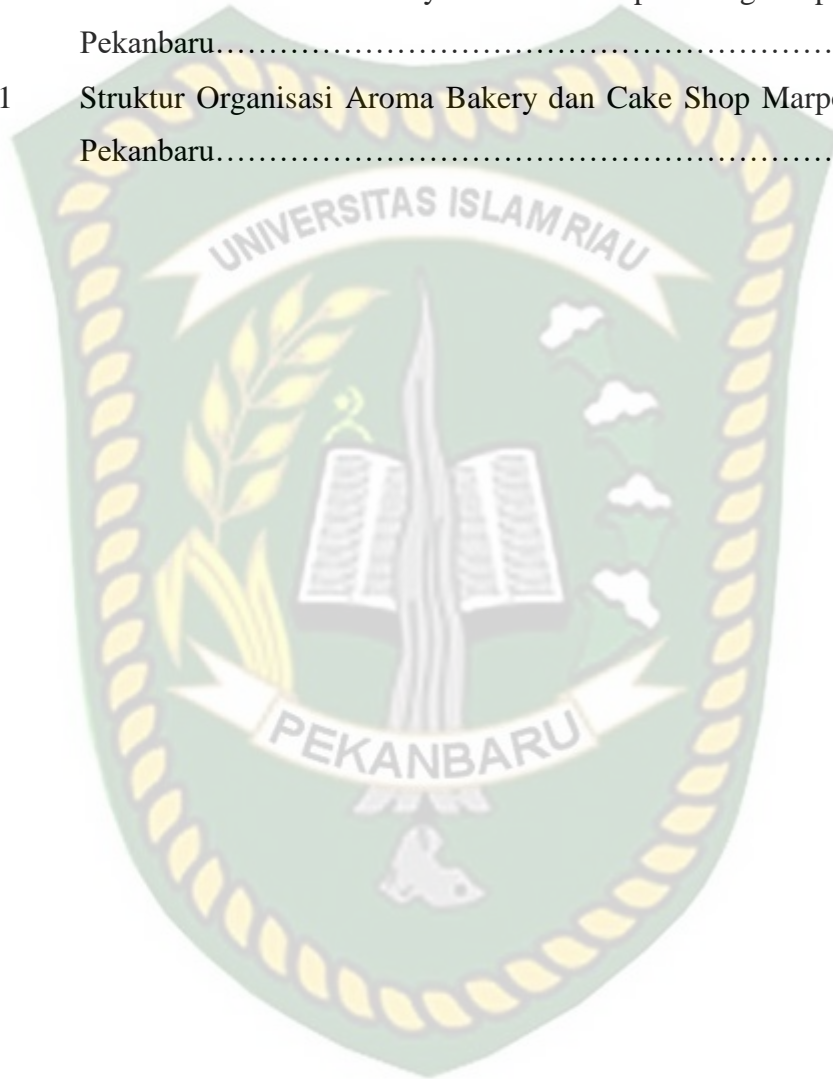
DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1.1	Daftar Menu Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru 2019.....	5
1.2	Jumlah Pelanggan Yang Membeli Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru Pada Tahun 2019.....	4
2.1	Penelitian Terdahulu.....	29
2.2	Operasional Variabel Penelitian Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru).....	37
2.3	Kategori Nilai Skor.....	39
3.1	Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
3.2	Jadwal dan Waktu Kegiatan Penelitian Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru).....	49
5.1	Karakteristik Responden Konsumen Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
5.2	Karakteristik Responden Manager dan Karyawan Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
5.3	Karakteristik Responden Konsumen Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Umur.....	63
5.4	Karakteristik Responden Manager dan Karyawan Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Umur.....	64

55	Karakteristik Responden Konsumen Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Pendidikan.....	65
56	Karakteristik Responden Manager dan Karyawan Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Pendidikan.....	66
57	Tanggapan Responden Terhadap Ukuran Produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru.....	68
58	Tanggapan Responden Terhadap Harga Produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru.....	73
59	Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru	78
5.10	Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan Produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru	84
5.11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
2.1	Kerangka Pikir Tentang Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru.....	34
4.1	Struktur Organisasi Aroma Bakery dan Cake Shop Marpoyan Pekanbaru.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Wawancara Penelitian Untuk Manager Aroma.....	98
Kuisisioner Untuk Konsumen Aroma Prima Bakery and Cake Shop.....	101
Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	107
Dokumentasi Penelitian.....	111
Surat Izin Penelitian PT Arma Anugrah Abadi Pekanbaru.....	116
Surat Keterangan Lulus Plagiasi Skripsi.....	117
Surat Rekomendasi No: 503/DPMPTSP/NON IZIN. RISET/40232 Dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu.....	118
Surat Mohon Rekomendasi Riset No: 1286/E-UIR/27-FS/2021.....	119



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

SURAT PERNYATAAN

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

Nama : Richa Febrianti
NPM : 167210715
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian seminar 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 dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah 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 seminar 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, Maret 2021

Pelaku Pernyataan

Richa Febrianti



Dibuat dengan CamScanner

**ANALISIS VARIASI PRODUK KUE
(STUDI KASUS AROMA PRIMA BAKERY AND CAKE SHOP
CABANG MARPOYAN PEKANBARU)**

ABSTRAK

**Richa
Febrianti
167210715**

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui variasi produk kue (studi kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian diskriptif kuantitatif, dengan indikator penilaiannya adalah ukuran, harga, tampilan dan ketersediaan produk. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder melalui teknik pengumpulan data yaitu kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Sementara itu, penulis menganalisa data dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif yaitu suatu analisa dengan cara mengelompokkan data yang disusun sedemikian rupa, ditabulasikan, dan kemudian menghubungkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang di hadapi oleh perusahaan untuk mengambil kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang dilakukan diketahui indikator ukuran produk berada pada kategori Cukup Baik karena ukuran produk sudah sesuai dengan selera konsumen, untuk indikator harga produk berada pada kategori Cukup Baik karena harga produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru dinilai masih ekonomis, untuk indikator tampilan produk berada pada kategori Cukup Baik karena sudah ada beberapa variasi produk yang dihasilkan dan untuk indikator ketersediaan produk berada pada kategori cukup baik. Setelah di rekapitulasikan hasil dari masing-masing indikator maka hasil penelitian menunjukkan bahwa Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru) sesuai dengan teknik pengukuran berada pada kategori Cukup Baik.

Kata Kunci : Analisis; Variasi Produk; Aroma Prima Bakery And Cake Shop

**ANALYSIS OF CAKE PRODUCT
VARIATIONS
(CASE STUDY AROMA PRIMA BAKERY AND CAKE SHOP
MARPOYAN PEKANBARU)**

ABSTRACT

**Richa
Febrianti
167210715**

The purpose of this study is to determine the variation of cake products at Aroma Prima Bakery And Cake Shop Branch Marpoyan Pekanbaru. The research method used in this research is descriptive quantitative research method, with the assessment indicators are size, price, appearance and product availability. Types and sources of data used are primary data and secondary data through data collection techniques, namely questionnaires, interviews, observation and documentation. Meanwhile, the authors analyzed the data using descriptive quantitative methods, namely an analysis by grouping data that were arranged in such a way, tabulated, and then connected with theories related to the problems faced by the company to draw conclusions. Based on the results of the research and analysis carried out, it is known that the product size indicator is in the Good Enough category because the product size is in accordance with consumer tastes, for the product price indicator it is in the Good Enough category because the product price at Aroma Prima Bakery And Cake Shop, Marpoyan Branch Pekanbaru, is still considered economical. , the product display indicator is in the Good Enough category because there are already several variations of the product produced and the product availability indicator is in the pretty good category. After recapitulating the results of each indicator, the results showed that the Variation of Cake Products at the Aroma of Prima Bakery and Cake Shop, Marpoyan Pekanbaru Branch according to the measurement technique was in the Fairly Good category.

Keywords: *Analysis; Product Variations; Aroma Prima Bakery And Cake Shop.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan dalam bidang bisnis cukup pesat di Indonesia. Bebasnya perdagangan saat ini mengakibatkan perusahaan-perusahaan asing bebas masuk ke Indonesia dan berkembang dengan pesat. Perkembangan yang sangat pesat memberikan tantangan tersendiri bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia. Oleh karena itu agar mampu bersaing perlu melakukan strategi agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang ada.

Perusahaan menjalankan bisnis pasti dengan adanya pesaing dari luar perusahaan. Maka dari itu proses ini sangat penting agar perusahaan dapat mempunyai produk yang berbeda dengan pesaing dan memiliki keunggulan yang menonjol sehingga membuat masyarakat tertarik dengan produknya.

Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi setiap perusahaan untuk melakukan strategi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen maka perusahaan dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan jaman dan berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki demi mempertahankan citra merek yang dapat memberi kepuasan untuk konsumen. Kebutuhan dan keinginan yang semakin meningkat membuat banyak orang membuka bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Bisnis semakin meningkat karena banyaknya jenis produk dan jasa yang dibutuhkan masyarakat sehingga menjadikan para pembisnis memiliki peluang yang cukup besar dalam membuka usaha.

Tujuan dalam menciptakan bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan serta bisnis tersebut dapat berkembang dan bertahan didalam pasar. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk menciptakan strategi demi mempertahankan kelangsungan perusahaan. Salah satu bisnis yang sekarang banyak bersaing adalah bisnis yang menghasilkan produk makanan. Hal ini diakibatkan karena produk makanan yang senantiasa dibutuhkan oleh setiap orang sehingga banyak perusahaan yang memproduksi produk tersebut dengan berbagai varian rasa dan menu produk tertentu. Salah satu contoh yang perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah dengan menghasilkan produk yang diminati konsumen.

Salah satu strategi perusahaan untuk mempertahankan dan merebut pangsa pasar yang ada ialah dengan adanya variasi. Menurut Kotler (2009: 72), yaitu variasi sebagai unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri lain. Dengan kata lain variasi produk dapat di cirikan dengan perbedaan ukuran perbedaan harga dan perbedaan tampilan. Menyediakan keberagaman produk yang ditawarkan kepada konsumen, dengan menyediakan pilihan produk yang berbagai macam diharapkan dapat meningkatkan penjualan dengan banyaknya konsmen yang datang ke

dalam toko.

Pentingnya variasi produk dalam suatu toko membuat peneliti tertarik melakukan penelitian dimana dengan variasi kita dapat memilih dan membandingkan beberapa produk dan memilih sesuai dengan kebutuhan yang kita inginkan, dengan demikian konsumen akan memilih untuk datang berbelanja secara terus-menerus dan memilih tempat yang dapat memenuhi berbagai macam

kebutuhan. Mengingat variasi produk merupakan salah satu daya tarik terpenting dalam penjualan. Variasi dapat dilihat dari pandangan dimana kita melihat banyaknya jenis produk maupun ukuran produk yang disediakan, sehingga kita tidak mengambil keputusan secara terpaksa, dalam arti keputusan secara terpaksa yaitu membeli suatu produk karena tidak memiliki pilihan untuk membeli jenis produk lainnya, karena barang yang disediakan hanya satu barang saja.

Bisnis baru yang bermunculan ada beberapa bisnis yang perkembangannya relatif cepat dan persaingan yang begitu ketat. Salah satu bisnis yang merasakan ketatnya persaingan adalah bisnis dibidang kue. Rasanya yang enak, Kandungannya yang penuh gizi, dan kepraktisannya membuat kue mulai menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia terutama bagi orang-orang perkotaan yang membutuhkan mobilitas tinggi. Oleh sebab itu, perkembangan kue di Indonesia makin terus meningkat dari tahun ke tahun dikarenakan pengaruh globalisasi yang masuk ke Indonesia ini. Saat ini telah banyaknya kue yang hadir

bermunculan, salah satunya di kota Pekanbaru yang membuat persaingan dibidang bisnis menjadi semakin ketat. Yang disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan hidangan kue dengan variasi bentuk serta rasa, tekstur, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan. Salah satunya adalah Aroma Prima Bakery And Cake Shop yang beralamat di jalan Kaharuddin Nasution Pekanbaru yang pemilik nya bernama bapak Suhardi. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 11 Agustus 2018 Perusahaan ini merupakan usaha yang bergerak dalam bidang usaha bakery dan cake. Aroma Prima Bakery and Cake Shop menjual berbagai jenis Kue kering, kue tart, minuman, keripik, beraneka ragam roti dan lain sebagainya. Dari beberapa produk yang dijual pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop memfokuskan produk kue dan roti disesuaikan dengan nama perusahaan.

Berikut adalah cabang - cabang Aroma Prima Bakery And Cake Shop yang berada di Pekanbaru :

1. Jl. K.H Nasution No.135, Marpoyan
2. Jl. H.R Soebrantas No.53, Panam
3. Jl. H. Imam Munandar, Kec. Bukit Raya
4. Jl. Hangtuah No.2-3
5. Jl. Paus No.07
6. Jl. Delima No.18
7. Jl. Durian No 3-4

Tabel 1.1 Daftar Menu Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang

Marpoyan Pekanbaru 2019

No	Nama Produk	Harga
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1.	Blondi Special Sedang	32.000
2.	Bika Ambon (Aneka Rasa)	25.000-55.000
3.	Blondi (Aneka Ukuran)	5.000-52.000
4.	Bolu Kenari Moca atau Pandan	35.000
5.	Bolu Gulung (Aneka Rasa dan Ukuran)	30.000-60.000
6.	Bolu Buah Mini	32.000
7.	Bolu Buah	55.000
8.	Bolu Brownis (Aneka Ukuran)	5.000-60.000
9.	Cake Buah	32.000
10.	Cotton Cake (Aneka Rasa dan Ukuran)	20.000-40.000
11.	Choco (Aneka Rasa)	5.000-28.000
12.	Caramel	50.000
13.	Caramel Mini	26.000
14.	Lapis Legit Aroma (Aneka Rasa)	35.000-70.000
15.	Bika mini All Varian (Bika Aneka Rasa)	32.000

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
16.	Kue Tiga Sekawan (Aneka Rasa)	45.000-71.000
17.	Bolu Pisang (Aneka Ukuran)	21.000-72.000
18.	BFR Jaring	80.000
19.	Red Velvet (Aneka Ukuran)	150.000-190.000
20.	BFR (Aneka Rasa dan Ukuran)	110.000-180.000
21.	Minicake (Aneka Rasa)	7.000-40.000
22.	Rainbow Cake (Aneka Rasa dan Ukuran)	30.000-170.000
23.	Tart 20×20 Layers	60.000
24.	Kue Tradisional	2.000
25.	Kue Sus	2.000
26.	Srikaya Biasa (Cup Besar)	13.000
27.	Pie Kacang (kotak)	29.000
28.	Mini Pie Cake	2.500
29.	Bagellen Original	15.000
30.	Bagellen Pandan	15.000
31.	Pastry Cake Aroma (Keju)	55.000
32.	Pastry Cake Aroma (Kacang Merah)	55.000

Sumber : Aroma Prima Bakery and Cake Shop, 2019.

Dari tabel diatas, produk roti dan kue yang dijual oleh Aroma Prima Bakery And Cake Shop memilih konsep modern untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti menyediakan bermacam-macam rasa yang tersedia. Diketahui bahwa harga minimum di Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru memiliki harga minimal Rp. 2.000,- s/d Rp. 190.000 dengan varian, ukuran dan rasa. Harga perbungkus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru terbilang cukup terjangkau dikarenakan semua kalangan dapat menikmatinya. Produk yang sering terjual di Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru ialah bolu pisang dan caramel. Sedangkan produk yang tidak laris terjual di Aroma Prima Bakery And Cake Shop ialah bolu dan donat dan masih tetap dipertahankan untuk dijual. Sehingga pencapaian omset yang ditargetkan oleh Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan tidak terpenuhi dikarenakan produk yang tidak laris terjual tetap dipertahankan untuk melengkapi ketersediaan produk. Untuk mengurangi jumlah produk yang tidak laris terjual maka perusahaan perlu memberikan variasi produk dalam meningkatkan omset penjualan.

Alasan penulis memilih Aroma Prima Bakery And Cake shop sebagai objek penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh variasi produk kue dalam meningkatkan keuntungan yang didapat oleh perusahaan.

**Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan Yang Membeli Aroma Prima Bakery
And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru Pada
Tahun 2019**

No	Bulan	Jumlah Pembeli (Orang)
1.	Januari	1.167
2.	Februari	1.122
3.	Maret	1.217
4.	April	1.084
5.	Mei	1.328
6.	Juni	1.492
7.	Juli	1.214
8.	Agustus	1.173
9.	September	1.107
10.	Oktober	1.078
11.	November	1.017
12.	Desember	1.114
Jumlah		14.113

Sumber : Aroma Prima Bakery and Cake Shop,2019.

Dari uraian tabel diatas dapat disimpulkan bahwa setiap bulannya adanya perbedaan dari banyaknya konsumen yang membeli Aroma Prima Bakery And Cake Shop. Peningkatan jumlah konsumen yang membeli pada tabel diatas terjadi pada bulan Juni. Dikarenakan pada bulan juni bertepatan dengan Hari Raya Idul Fitri sebagai hidangan untuk kerabat atau sanak saudara yang datang. Peningkatan juga terjadi pada hari-hari tertentu seperti tahun baru, natal, hari kemerdekaan, acara ulang tahun, pesta pernikahan dan lain-lain.

Penghasilan yang didapat oleh Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan dalam 1 tahun yaitu kurang lebih Rp. 197.582.000 (seratus sembilan puluh tujuh juta lima ratus delapan puluh dua ribu rupiah) sedangkan perusahaan menargetkan dalam 1 tahun yaitu Rp.200.000.000 (dua ratus juta rupiah) per satu cabang. Untuk mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan maka dari itu diperlukannya menambah variasi produk dan mengganti produk yang tidak laris terjual agar konsumen lebih tertarik untuk membeli. Berdasarkan hasil observasi dilapangan didapati fenomena seperti berikut :

1. Harga tidak tertera pada produk yang dijual sehingga masyarakat yang berbelanja harus bertanya terlebih dahulu sebelum membeli.
2. Pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop cabang Marpoyan Pekanbaru masih ada produk yang tidak laris terjual seperti kue bolu dan donat.

3. Produk yang dijual di Aroma Prima Bakery And Cake Shop cabang Marpoyan Pekanbaru masih terdapat produk yang berkemasan tidak sama dengan produk yang lainnya.

Melalui variasi produk tersebut, diharapkan perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan. Konsumen mengharapkan produk dengan kualitas yang tinggi dan produk yang bervariasi. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu bagaimanakah variasi produk kue (studi kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimanakah variasi produk kue (studi kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru).

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis adalah:

- a. Bagi Peneliti

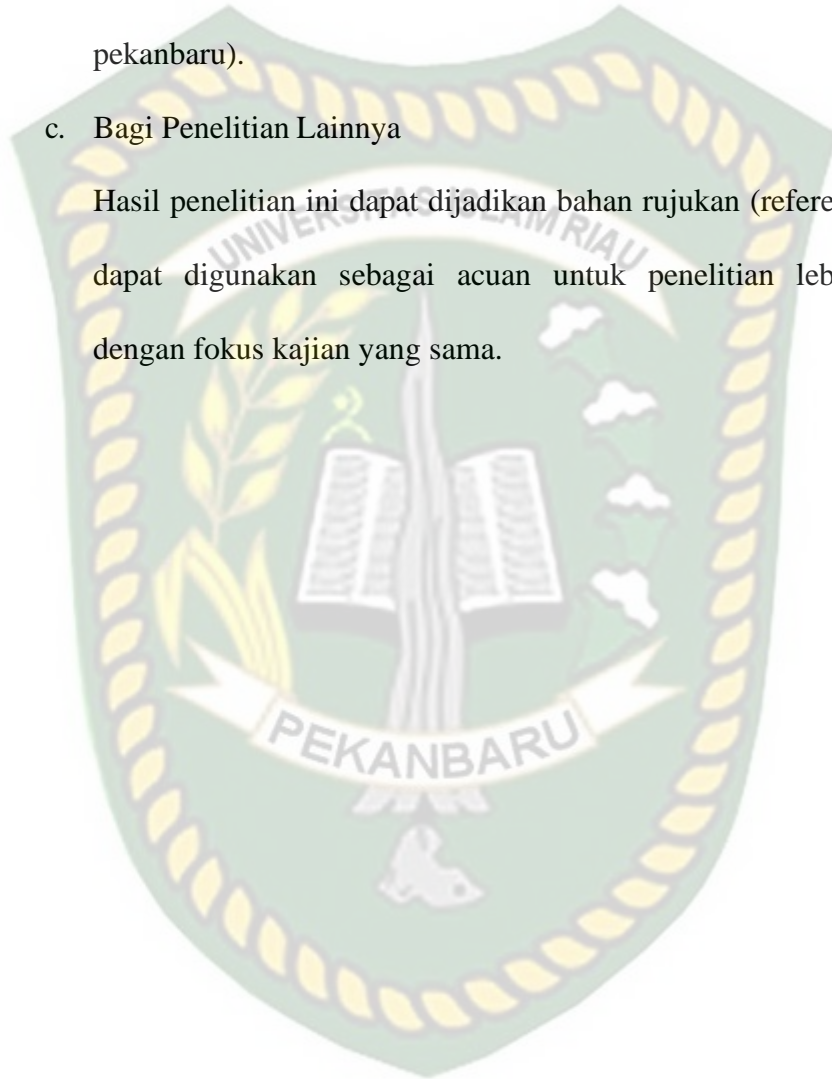
Sebagai sarana pengembangan dan pengaplikasian ilmu pengetahuan teoritis yang telah ditempuh selama dibangku kuliah.

- b. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukkan yang bermanfaat bagi pihak perusahaan mengenai variasi produk kue (studi kasus aroma prima bakery and cake shop cabang marpoyan pekanbaru).

c. Bagi Penelitian Lainnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan (referensi) yang dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut dengan fokus kajian yang sama.



BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

Berdasarkan pada latar belakang usulan penelitian penulis mengembangkan beberapa konsep teori yang diperlukan sebagai landasan teori yang dijadikan sebagai titik tolak ukur pada permasalahan. Adapun pengertian teori ialah serangkaian asumsi konsep dan proposisi untuk menerangkan suatu fenomena sosial secara sistematis dengan cara merumuskan hubungan antara konsep satu dengan konsep lainnya. Oleh karena itu untuk memperoleh jawaban yang empiris terhadap penelitian yang akan dilaksanakan, penulis akan menjelaskan kerangka teori penelitian ini.

1. Konsep Administrasi Bisnis

Administrasi ialah sebuah bangunan hubungan yang tertata secara sistematis yang membentuk sebuah jaringan yang saling bekerjasama satu sama lainnya untuk mendukung terwujudnya suatu mekanisme kerja yang tersusun dan mencapai tujuan yang diharapkan. Administrasi ialah mengurus, mengatur, dan mengelola.

Pengertian administrasi secara umum adalah kegiatan yang berhubungan didalam suatu perusahaan yang bertujuan untuk mencapai laba yang telah ditargetkan oleh perusahaan. Administrasi merupakan

bagian dari ilmu – ilmu sosial yang mempelajari proses kerja sama antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Administrasi bisnis yaitu suatu tata susunan yang mengklasifikasikan dan menjelaskan setiap tahap-tahap pekerjaan dalam bisnis yang disajikan secara jelas dan tegas serta terencana. Tujuan administrasi bisnis antara lain:

- a. Untuk menciptakan arah pekerjaan tertata sesuai dengan visi dan misi manajemen perusahaan.
- b. Untuk membangun pengawasan dan bisa menghindari dari kesalahan yang mungkin timbul selama pekerjaan dilakukan.
- c. Menumbuhkan kepercayaan kepada para *stakeholders* terhadap kinerja perusahaan baik secara jangka pendek atau jangka panjang.

Administrasi bisnis merupakan kegiatan yang berhubungan didalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencapa laba atau keuntungan yang ditargetkan oleh perusahaan. Ilmu administrasi bisnis juga terkait dengan berbagai disiplin ilmu yang berfokus pada perilaku manusia. Administrasi memiliki objek, subjek, dan metode,

Menurut Fayol (dalam buku Soewarno Handyaningrat, 1980:30-31) administrasi merupakan bagian kegiatan dalam badan usaha. Badan usaha adalah yang melaksanakan ke arah suatu sasaran atau tujuan (objektif) dengan usaha mendapatkan keuntungan yang optimum dari semua sumber – sumber yang tersedia.

Selanjutnya menurut siagian (2003:3) mengungkapkan bahwa administrasi adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Definisi tersebut memberikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Administrasi adalah sebagai seni, yaitu suatu proses yang diketahui hanya permulaanya sedangkan akhirnya tidak diketahui.
2. Administrasi mempunyai unsur tertentu yaitu adanya dua manusia atau lebih, adanya tujuan yang hendak dicapai, adanya tugas yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untuk melaksanakan tugas – tugas itu.
3. Administrasi sebagai proses kerjasama bukan merupakan hal yang baru karena ia telah timbul bersama dengan timbulnya peradaban manusia.

Dari pengertian beberapa pakar diatas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah sekelompok orang yang melakukan kerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Organisasi Bisnis

Definisi organisasi banyak ragamnya tergantung pada sudut pandang yang dipakai untuk melihat organisasi. Organisasi dapat dipandang sebagai wadah dan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Namun definisi organisasi yang telah dikemukakan oleh para ahli

organisasi sekurang – kurangnya ada unsur kerja sama dan tujuan bersama yang hendak dipakai.

Organisasi bisnis yaitu suatu organisasi yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai bidang baik jumlah maupun waktunya. Organisasi yaitu berasal dari kata *to- organize*, dalam bahasa Inggris yang berarti mengatur atau menyusun bagian- bagian yang terpisah sehingga menjadi satu kesatuan yang dapat digunakan untuk melakukan pekerjaan. Adapun organisasi berasal dari bahasa Yunani ialah. *organom* yang berarti alat, bagian, anggota atau badan. Bisnis merupakan kegiatan atau usaha yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan tujuan dan target yang diinginkan dalam berbagai macam bidang, baik jumlah maupun waktunya.

Keuntungan ialah tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis baik keuntungan jangka pendek maupun jangka panjang. Bentuk keuntungan yang diharapkan lebih banyak dalam bentuk finansial. Besarnya keuntungan telah ditetapkan sesuai dengan batas waktunya. Bidang usaha yang didapati digeluti beragam. Bagi seorang pembisnis yang sukses diharuskan untuk memiliki suatu organisasi yang memiliki reputasi yang baik dalam artian disegani oleh para mitra bisnis serta para pesaing dan juga dicintai oleh para karyawan.

Dengan menerapkan konsep seperti itu maka organisasi untuk dibentuk dengan hasrat memenuhi keinginan-keinginan para

stakeholders berbagai pihak, terutama pihak pemegang saham yang dianggap sebagai pemilik organisasi. Oleh karena itu peneliti dapat mengartikan organisasi sebagai wadah yang memiliki peran dan didirikan dengan tujuan mampu memberikan serta mewujudkan keinginan berbagai pihak, dan tak terkecuali kepuasan pemiliknya. Disisi lain Stephen P.Robbins menyatakan bahwa organisasi adalah kesatuan atau (*entity*) sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.

Griffin (2002:4) menyatakan bahwa organisasi yaitu sekelompok orang yang bekerja sama dalam struktur dan koordinasi tertentu dalam mencapai serangkaian tujuan tertentu. Dapat peneliti simpulkan bahwa organisasi yaitu serangkaian kegiatan yang dilakukan sekelompok orang dengan penentuan tujuan, pembagian kerja dan tugas-tugas khusus yang diperuntukkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

3. Konsep Manajemen

Manajemen adalah suatu proses menyusun perencanaan, pengorganisasian, serta pengawasan dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen sangatlah dibutuhkan dalam berorganisasi. Karena tanpa adanya manajemen akan sulit dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Hery (2013:7) manajemen yaitu proses mengkoordinir

kegiatan pekerjaan secara efisien dan efektif. Proses disini menggambarkan fungsi – fungsi yang sedang berjalan atau kegiatan utama yang dilakukan oleh manajer mulai dari fungsi perencanaan, pengorganisir, memimpin hingga mengendalikan. Efisien (tepat guna) menggambarkan tingkat kemubaziran sumber daya rendah yaitu perolehan output atau hasil yang maksimal dengan menggunakan input yang seminimal mungkin, mengingat sumber daya yang terbatas. Efektifitas (tepat sasaran) mencerminkan pencapaian sasaran yaitu melakukan segala sesuatu dengan benar dalam membantu organisasi mencapai sasarnya. Jadi efisiensi mengacu pada penggunaan sarana (sumber daya) untuk menyelesaikan sesuatu. Maka efektivitas mengacu pada hasil akhir yaitu pencapaian sasaran organisasi yang ditetapkan.

Menurut Rivai'i (2013;177) manajemen juga diartikan dalam tiga perspektif ialah sebagai berikut:

- a. Menurut perspektif proses manajemen adalah proses pencapaian tujuan melalui kegiatan orang lain, dimana kegiatan diawasi dan diselenggarakan.
- b. Definisi dari perspektif kolektivitas orang, dari sudut ini manajemen diartikan sebagai kolektifitas orang yang melaksanakan pekerjaan- pekerjaan manajerial.
- c. Pengertian manajemen menurut perspektif seni dan ilmu. Manajemen sebagai seni merupakan pengimplementasian dari keterampilan- keterampilan dalam pengelolaan organisasi

berdasarkan pengalaman- pengalaman yang ada dan bermanfaat. Sementara itu, manajemen sebagai ilmu terlihat dari penerapannya terhadap proses mengobservasi, mengumpulkan, dan menganalisis data, fenomena-fenomena, kejadian- kejadian dan lain-lain kemudian diambil beberapa kesimpulan yang mendukung tujuan yang hendak dicapai.

Jadi dapat disimpulkan dari pengertian diatas bahwa konsep manajemen adalah proses perencanaan, pengelolaan serta pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi.

4. Konsep Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler (2009:5) manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian dari program – program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan membeli sasaran untuk mencapai tujuan.

Kotler dan Keller (2007:6) menjelaskan dalam bukunya “Manajemen Pemasaran” edisi kedua belas jilid kesatu , mendefinisikan manajemen pemasaran ialah “Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.”

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Manajemen berarti proses perencanaan, proses

pengorganisasian, proses pelaksanaan dan proses pengawasan. Sedangkan pemasaran berarti perencanaan, implementasi, serta pengendalian atas program yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan proses analisa, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian barang, jasa atau gagasan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Manajemen pemasaran dapat diterapkan dalam semua bidang usaha. Manajemen memiliki fungsi penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan. Tujuan dari manajemen pemasaran adalah untuk mempengaruhi tingkat, jangka waktu, komposisi permintaan, sehingga membantu organisasi mencapai tujuannya. Dan juga untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau perusahaan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan sesuai dengan fungsinya untuk memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan cara melakukan proses perencanaan, pemikiran, penetapan harga, promosi penyaluran gagasan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

5. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran ialah kumpulan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Dalam pemasaran terdapat empat prinsip dasar bauran pemasaran yang terdiri dari *Product*,

Price, Promotion (Kotler, 2005;17- 18).

Dilihat dari bauran pemasaran produk maka pemasaran tersebut terdiri dari empat unsur yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Menurut Wibowo Ari Susanto (2011) empat unsur bauran pemasaran dikenal sebagai 4P antara lain :

a. Produk (*Product*)

Pada dasarnya produk ialah kumpulan atribut-atribut dimana setiap produk barang atau jasa dapat dideskripsikan dan menyebutkan atribut-atributnya. Sumarwan (2004;38) menjelaskan bahwa atribut produk dibedakan dalam atribut fisik maupun atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri fisik dalam suatu produk contohnya ukuran warna dan bentuk. Atribut abstrak menggambarkan karakteristik subyektif dari suatu produk yang berdasarkan persepsi konsumen. Konsumen juga akan mempertimbangkan atribut fisik maupun atribut abstrak dalam menilai suatu produk. Pertimbangan ini yang sangat ditentukan oleh informasi yang tersimpan dalam memorinya.

Menurut Tjiptono (2007:96) dalam melaksanakan penawaran atau produk pemasaran harus memahami lima tingkatan produk antara lain :

1. Produk utama ialah manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
2. Produk generik ialah produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling benar.
3. Produk harapan ialah produk formal yang ditawarkan dengan

berbagai atribut dan kondisi secara normal.

4. Produk pelengkap ialah berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambah berbagai manfaat dan layanan.
5. Produk potensial ialah segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang.

Menurut Kotler (2002:450) setiap produk berkaitan secara hirarki produk tertentu lainnya dimana hirarki produk terdiri dari tujuh tingkatan anantara lain :

1. Rumpun kebutuhan
2. Kelas produk
3. Lini produk
4. Jenis produk
5. Merek unit produk

Adapun tahap-tahap dalam daur hidup produk dalam riwayat penjualan anantara lain :

1. Tahap pengenalan.
2. Tahap pertumbuhan.
3. Tahap kedewasaan.
4. Tahap kemunduran.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi permintaan Menurut Indriyo Gitosudarmo, 2014, harga merupakan ukuran yang

mencerminkan kepuasan seseorang terhadap segala sesuatu yang sudah dibeli dan dikonsumsi. Penetapan harga jual berasal dari harga produk barang sedangkan harga pokok barang ditentukan oleh beberapa besar biaya yang dikorbankan untuk memperoleh barang pada umumnya penjualan memiliki tujuan dalam penetapan harga produknya antara lain:

1. Mendapatkan laba maksimum.
2. Mendapatkan pengambilan investasi yang ditargetkan.
3. Mencegah atau mengurangi persaingan.
4. Mempertahankan atau memperbaiki market share.

Dasar penetapan harga bisa berorientasi pada empat hal antara lain:

1. Penetapan harga berorientasi biaya ialah lebih melihat harga terutama didasarkan biaya baik biaya magial atau biaya lokal termasuk overhead.
2. Penetapan harga berorientasi kompertisi ialah lebih melihat pada kondisi permintaan daripada biaya menetapkan harga. Dimana penjual mengestimasi beberapa besar nilai pembeli terhadap penawar kemudian harga yang sesuai baru bisa ditentukan.
3. Penetapan harga berorientasi kompetisi ialah bila perusahaan menetapkan harga berdasarkan perusahaan pesaing. Hal ini disebut sebagai berorientasi berkompetisi yang biasanya dipilih pesaing
4. Penetapan harga pokok line metode penetapan harga yang

dipakai oleh perusahaan dalam memproduksi lebih dari satu jenis barang sehingga dalam penetapan harga produsen sangat tergantung pada sifat biaya yang dikeluarkan untuk berbagai produk

Tjiptono (2008) mendefinisikan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga antara lain :

1. Faktor Internal Perusahaan

Seperti tujuan pemasaran perusahaan , strategi bauran pemasaran biaya dan organisasi.

2. Faktor lingkungan eksternal

Sepeti fakto faktor yang telah dijelaskan diatas perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi, kebijakan ataupun peraturan pemerintah dan aspek sosial

c. Tempat (*Place*)

Philip Kotler (2007:240) mendefinisikan sistem distribusi ialah sumber daya eksternal utama yang biasanya diperlukan bertahun-tahun untuk membangun dan tidak dapat diubah dengan mudah, tujuan dari saluran distribusi ialah untuk mencapai pasar-pasar tertentu dalam melakukan kegiatan distribusi maka peran kegiatan pengangkutan sangat menentukan terhadap pelaksana barang atau jasa sektor konsumen.

d. Promosi (*Promotion*)

Yaitu berhubungan dengan berbagai usaha dalam memberikan informasi pada pasar tentang produk atau jasa yang dijual, tempat dan

sebagainya. Ada beberapa macam cara menyebarkan informasi seperti periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan publisitas (*publicity*).

Kegiatan promosi dapat dilakukan secara promosi langsung maupun melalui media masa. kegiatan mana yang akan dipilih tergantung dari berbagai faktor adalah sebagai berikut :

1. Jumlah dana promosi yang tersedia
2. Masa tahapan kehidupan produk
3. Pemberian sasaran yang akan dituju
4. Sifat khusus dari produk

Tujuan utama promosi ialah menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan konsumen akan suatu produk. Tijptono (2007:221) menjelaskan tujuan tersebut antara lain:

- a. Menentukan tujuan
- b. Mengidentifikasi pasar yang dituju
- c. Menyusun anggaran
- d. Memilih berita
- e. Menentukan promotional mix
- f. Memilih bauran media
- g. Mengukur efektivitas
- h. Mengendalikan dan memodifikasi kampanye promosi.

6. Variasi Produk

a. Pengertian Variasi Produk

Variasi produk (*product mix*) merupakan kumpulan seluruh produk dan barang-barang yang ditawarkan penjualan tertentu kepada konsumen. Variasi produk suatu perusahaan dapat diklasifikasikan menurut panjang, lebar, kedalaman dan konsistensi. (Kotler dan Keller, 2008:15)

Menurut Tjiptono (2008:97) variasi produk merupakan suatu unit khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau lain sebagainya. Variasi produk dengan kata lain yaitu keanekaragaman yang ada pada produk yang memiliki perbedaan – perbedaan yang dapat dilihat secara langsung dan dapat dibedakan secara kasat mata. Dalam menciptakan variasi produk dibutuhkan perbandingan antara satu produk dengan lain secara bersamaan. Dimana dapat dilihat dari perbedaan ukuran produk yang kecil hingga ukuran produk yang besar sehingga konsumen dapat membandingkan ukuran yang berbeda dan akan mempengaruhi harga jualnya.

Vaiasi dapat juga dilihat dari ketersediaan barang yang disediakan dan juga dari tampilannya. Banyaknya jenis produk yang disediakan tentu saja akan menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap konsumen untuk membeli. Dari banyaknya pilihan yang telah disediakan membuat konsumen memiliki ketertarikan untuk membeli produk dan membuat

konsumen akan datang kembali karena merasa produk yang disediakan lengkap.

Variasi ialah merupakan nilai tambah yang penting dari segi perspektif pelanggan. Variasi produk bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan dan nilai tambah bagi konsumen. Pentingnya variasi produk yaitu untuk memberikan kesempatan bagi konsumen untuk membandingkan membedakan dan memilih beberapa solusi yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Produk yang tidak memiliki variasi cenderung membuat konsumen merasa jenuh atau bosan jika sedang berbelanja. Dimana konsumen ingin membeli produk yang dicari namun cenderung mencari referensi dan perbandingan dari produk tersebut.

Kotler dan Keller (2008:82) menyatakan indikator variasi produk antara lain yaitu:

- 1) Ukuran

Ukuran adalah sebagai bentuk, model dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur.

- 2) Harga

Harga yaitu sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa.

- 3) Tampilan

Tampilan ialah segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut. Tampilan merupakan daya tarik produk yang dilihat

secara langsung oleh konsumen. Tampilan dalam sebuah kemasan produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

4) Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk adalah banyaknya barang yang tersedia di dalam toko membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian dalam toko tersebut telah habis di rak maka dapat diisi lagi.

Dapat disimpulkan bahwa variasi produk adalah produk yang beraneka ragam dari harga, ukuran, bentuk dan memiliki perbedaan-perbedaan yang dapat dilihat secara langsung.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Mencari Variasi Produk

Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (dalam Pramesti Kharisma Dewi) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mencari variasi produk, antara lain yaitu:

1. *Exploratory Purchase Behavior* (perilaku pembelian yang bersifat penyelidikan) Merupakan keputusan dalam mencari variasi produk untuk mendapatkan pengalaman baru dan alternatif yang lebih baik dari produk sebelumnya.
2. *Vicarious Exploration* (penyelidikan berdasarkan pengalaman orang lain) Merupakan keputusan dalam mencari variasi

produk dengan mencari informasi sedetail mungkin mengenai produk baru atau alternatif tertentu yang berbeda dengan mencoba menggunakannya.

3. *Use Innovativeness* (keinovativan pemakaian) Merupakan keputusan dalam mencari variasi produk dengan menggunakan sebuah produk yang diikuti pencarian alternatif inovasi yang lebih baru dengan diimbangi teknologi yang lebih tinggi.

c. Tujuan Variasi Produk

Tujuan sebuah pemasar dalam menciptakan variasi produk, yaitu:

1. Konsumen memiliki selera dan keinginan yang tidak sama antara satu dengan lainnya sehingga apabila pemasar dapat menyediakan menu atau jenis produk yang beraneka ragam, maka dapat menarik konsumen untuk melakukan perilaku pembelian.
2. Semakin banyak variasi produk atau menu yang disediakan pemasar, maka akan semakin memudahkan konsumen dalam memilih sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini antara lain :

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Jurnal	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Rahma Oktavia (2018)	Pengaruh Variasi Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aice Di Bengkulu	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pembelian es krim <i>Alice</i> di Bengkulu.	Sama mencari pengaruh variasi produk. Banyaknya variable yang diteliti berbeda
2.	B. Lena Nuryanti dan Anisa Yunita (2014)	Pengaruh Variasi Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variasi dan kemasan produk terhadap	Sama – sama mencari pengaruh variasi produk. Jumlah variabel dan

		<p>Pembelian The Kotak Ultrajaya (Survei pada mahasiswa fpiips Universitas Pendidikan Indonesia)</p>	<p>keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan dengan pengaruh sebesar 67,93% atau bisa dikategorikan ke dalam korelasi kuat, sedangkan sebesar 32,07% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.</p>	<p>produk yang diteliti berbeda.</p>
3.	Isti Faradisa (2016)	<p>Analisis Variasi Produk, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian</p>	<p>Dari hasil peneitian dan pembahasan sesuai perumusan masalah maka dapat ditarik kesimpulan variasi produk berpengaruh positif secara langsung terhadap minat beli ulang konsumen di I-cos Café Semarang maka akan semakin</p>	<p>Sama – sama untuk mengetahui pengaruh variasi produk. Banyaknya variabel yang diteliti berbeda</p>

		<p>Coffeshop Semarang (ICOS CAFÉ)</p>	<p>tinggi minat beli ulang konsumen di I-cos Café Semarang. Namun sebaliknya, semakin rendah atau sedikit variasi produk yang ada di I-cos Café Semarang maka semakin rendah pula minat beli ulang konsumen di I-cos Café Semarang.</p>	
4.	<p>Indra Nurrahman (2016)</p>	<p>Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli smartphone Nokia seriesX di BEC Bandung)</p>	<p>Hasil penelitian secara parsial menunjukkan pengaruh antara ukuran (X1) terhadap keputusan pembelian sebesar 41,8%, harga (X2) terhadap keputusan pembelian sebesar 12,9%, tampilan (X3) terhadap keputusan</p>	<p>Sama – sama mengetahui pengaruh variasi produk. Produk yang diteliti berbeda.</p>

			pembelian sebesar 8,5% dan bahan-bahan (X4) terhadap keputusan pembelian sebesar 36,8%.	
5.	Wahyu Nurul Faroh (2018)	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan Di Portal Network Six Store Cabang Depok	Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada bahan bangunan portal network six store cabang Depok dengan hasil uji koefisien korelasi (r) yaitu sebesar 0.6458. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian mempunyai pengaruh yang kuat dan positif.	Sama- sama untuk mengetahui variasi produk. Jumlah variabel berbeda dan produk yang diteliti berbeda.

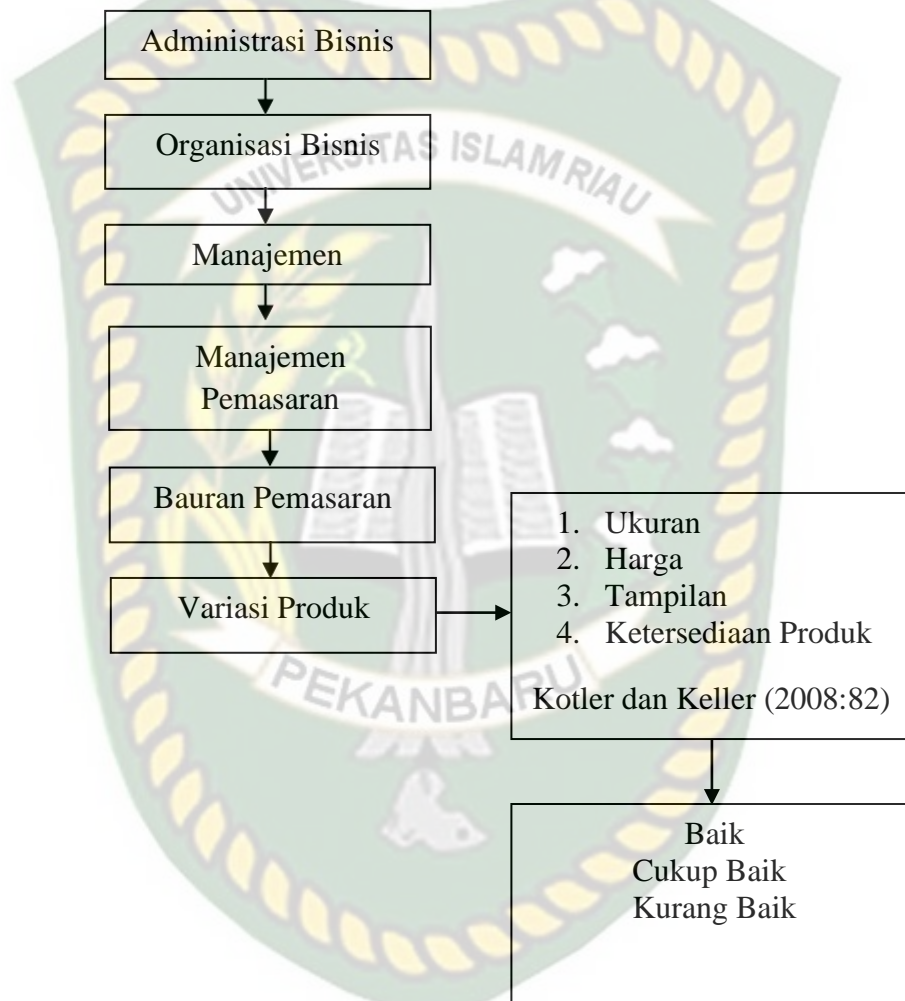
A. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah penjabaran secara lisan maupun tulisan menurut logika, alur cerita atau cara pandang seseorang tentang salah satu kondisi fenomena tertentu yang sedang dan dijadikan objek pengamatan sehubungan dengan minat beli konsumen. Pedoman utama untuk memenuhi maksud ini maka penjabaran kerangka pemikiran yang dipergunakan adalah tingkat pemahaman seseorang terhadap teori dan kepustakaan sesuai dengan fenomena yang menjadi objek pengamatannya.

Disamping itu hasil-hasil percobaan ilmiah yang relevan juga dapat dijadikan sebagai pedoman. Oleh karena itu kerangka pemikiran ini mempermudah makna dari penjabaran kerangka pemikiran itu kepada audiens atau pembaca dalam bentuk gambar atau diagram jalur.

Sehubungan dengan hal yang akan dibahas mengenai analisis variasi produk kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop cabang Marpoyan Pekanbaru), maka kerangka pikiran dapat dilihat pada gambar berikut ini:

**Gambar 2.1 Kerangka Pikir Tentang Analisis Variasi Produk Kue
(Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop
Cabang Marpoyan Pekanbaru)**



Sumber : *Olahan Peneliti, 2020.*

A. Konsep Operasional

Untuk memperjelas konsep teoritis yang telah dicantumkan dan untuk memperjelas kesamaan pengertian maka penulis mengoperasionalkan konsep tersebut untuk mempermudah pemahaman dalam penelitian ini. Peneliti akan menjelaskan beberapa konsep yang

berhubungan langsung dengan penelitian ini yaitu :

1. Administrasi adalah sekelompok orang atau organisasi yang melakukan kerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
2. Organisasi adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan sekelompok orang dengan penentuan tujuan, pembagian kerja dan tugas – tugas khusus yang diperuntukkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
3. Manajemen adalah suatu proses menyusun perencanaan, pengorganisasian, serta pengawasan dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.
4. Manajemen pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan sesuai dengan fungsinya untuk memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan cara melakukan proses perencanaan, pemikiran, penetapan harga, promosi penyaluran gagasan barang atau jasa untu memenuhi kebutuhan konsumen.
5. Bauran pemasaran ialah kumpulan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran.
6. Variasi produk adalah produk yang beranekaragam dari harga, ukuran, bentuk dan memiliki prbedaan-perbedaan yang dapat dilihat secara langsung.

- a. Ukuran adalah sebagai bentuk, model dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur.
 - b. Harga yaitu sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa. Tampilan ialah segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut. Tampilan merupakan daya tarik produk yang dilihat secara langsung oleh konsumen. Tampilan dalam sebuah kemasan produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
 - c. Ketersediaan produk adalah banyaknya barang yang tersedia di dalam toko membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian dalam toko tersebut telah habis di rak maka dapat diisi lagi.
7. Aroma Prima Bakery And Cake Shop adalah usaha dalam bidang produksi roti yang menjual berbagai macam jenis roti.

B. Operasional Variabel

Untuk memahami arah penelitian ini terdiri dari satu variabel dengan beberapa indikator, maka dilakukan operasional variabel sebagaimana tertuang pada tabel berikut:

Tabel 2.2 Operasional Variabel Penelitian Analisis Variasi Produk
Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop
Cabang Marpoyan Pekanbaru)

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Variasi produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjualan tertentu kepada konsumen. Variasi produk suatu perusahaan dapat diklasifikasikan menurut lebar, panjang, kedalaman dan konsistensi (Kotler dan Keller, 2008:15).	Variasi Produk	1. Ukuran	a) Sebagai bentuk dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur. b) Suatu model dari suatu produk yang dapat dilihat dengan nyata dan dapat diukur.	Likert
			c) Sebagai struktur fisik dari suatu produk yang dapat dilihat dengan nyata dan dapat diukur.	Likert
		2. Harga	a) Sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan	Likert

		3. Tampilan	a) Sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut merupakan daya tarik yang dapat dilihat secara langsung oleh konsumen	Likert
		4. Ketersediaan Produk	a) Banyaknya macam- macam produk yang tersedia di dalam toko membuat para konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian.	Likert

Sumber : Olahan Peneliti, 2020.

C. Teknik Pengukuran

Dalam menganalisa data yang terkumpul penulis menggunakan pengukuran masing-masing. Pengisian kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Sugiyono 2007 mengemukakan bahwa “Skala Likert” digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan juga persepsi seorang maupun sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Pengukuran indikator variabel diklasifikasikan dalam 3 bagian kategori penelitian antara lain baik, cukup baik dan kurang baik. Dalam setiap item pertanyaan yang diajukan perindikator variabel alternatif masing-masing jawabannya terdiri dalam 3 kategori dengan nilai skor sebagai berikut

Tabel 2.3 Kategori Nilai Skor

Options	Bobot
Baik	3
Cukup Baik	2
Kurang Baik	1

Sumber : Skala Likert.

Variabel variasi produk memiliki 4 indikator : Ukuran, Harga, Tampilan, Ketersediaan produk. Dengan demikian penelitian variabel dinyatakan sebagai berikut :

1. Ukuran

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator ukuran, berada pada

Interval 66% - 100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator ukuran, berada pada Interval 34% - 65%.

Kurang Baik : Apabila persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator ukuran, berada pada Interval, berada pada Interval 1% - 33%.

2. Harga

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator Harga, berada pada Interval 66% - 100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator Harga, berada pada Interval 34% - 65%.

Kurang Baik : Apabila persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator Harga, berada pada Interval, berada pada Interval 1% - 33%.

3. Tampilan

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator Tampilan, berada pada Interval 66% - 100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator Tampilan, berada

pada Interval 34% - 65%.

Kurang Baik : Apabila persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator Tampilan, berada pada Interval, berada pada Interval 1% - 33%.

4. Ketersediaan Produk

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator Ketersediaan Produk, berada pada Interval 66% - 100%.

Cukup Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator Ketersediaan Produk, berada pada Interval 34% - 65%.

Kurang Baik : Apabila persentase yang diperoleh dari kuisisioner mengenai indikator Ketersediaan Produk, berada pada Interval, berada pada Interval 1% - 33%.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan yaitu adalah tipe penelitian survey deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif karena peneliti mengumpulkan data dengan menganalisa data dan dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian.

Menurut sugiyono (2015:20) metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan kepada filsafat positivisme. Digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan secara random. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tipe penelitian ini digunakan agar dapat mengetahui “Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)”.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Aroma Prima Bakery Cake And Shop Jalan Kaharudin Nasution No. 135 Marpoyan Pekanbaru.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Aroma Prima Bakery And Cake pada tahun 2019 sebanyak 14.113 konsumen dalam penelitian ini penulis menetapkan sampel konsumen, manager, dan karyawan sebanyak 99 responden pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 konsumen, manager, dan karyawan sebagai responden yang bersifat mewakili. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini digunakan rumus Slovin yang dirumuskan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel

Diketahui :

$$n = \frac{14.113}{1 + ((14.113 (0,10^2))$$

$$n = 99,2$$

$$n = 99$$

Jadi, sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah sebanyak 99 orang konsumen yang membeli Aroma Prima Bakery And Cake Shop di Pekanbaru.

Untuk mendapatkan informasi penulis mengambil 3 orang sampel dari salah satu manager perusahaan dan karyawan sebagai key informan pada Aroma Prima Bakery Cake And Shop Cabang Marpoyan yaitu seorang mengatur dan mengarahkan agar tercapainya suatu tujuan perusahaan. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel III .1 Jumlah Populasi dan Sampel Penelitian

No	Keterangan	Populasi	Sampel	Persentase (%)
1.	Manager	1	1	100%
2.	Karyawan	2	2	100%
3.	Konsumen yang membeli Aroma Prima Bakery And Cke Shop	~	~	100%

Sumber : Olahan Peneliti, 2020.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik sampling *Insedental Sampling*. *Insedental Sampling* ialah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, menurut Sugiyono (2015:175) siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipandang orang yang

bersangkutan layak digunakan sebagai sumber data.

Dalam penarikan sampel pada penelitian ini, cara yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan memberikan kuesioner kepada konsumen yang sudah pernah berbelanja di Aroma Prima Bakery And Cake Shop.

E. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Ialah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini adalah angket atau kuesioner yang diperoleh dari sampel penelitian.

b. Data Sekunder

Ialah data dari pihak yang kedua berupa keterangan-keterangan yang rela diberikan untuk dapat menunjang objek penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data-data dan informasi yang dibutuhkan peneliti sebagai rujukan penelitian, maka digunakan teknik pengumpulan data baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini pengambilan data dikumpulkan antara lain yaitu :

1. Teknik Wawancara (*Interview*)

Adalah dengan mengadakan tanya jawab langsung secara langsung kepada pemilik atau karyawan Aroma Prima Bakery And Cake Shop mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang

diteliti.

2. Teknik Observasi

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti mengenai analisis variasi produk kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru).

3. Teknik Kuesioner

Adalah pengumpulan data dengan melakukan penyebaran pertanyaan tertulis kepada manager, karyawan dan konsumen yang didalamnya menyangkut masalah yang diteliti tentang analisis variasi produk kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru) untuk diisi sesuai dengan alternative jawaban yang telah disediakan.

4. Teknik Dokumentasi

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan sesuai dengan masalah penelitian, dengan melakukan pengumpulan dokumen-dokumentasi yang ada pengambilan dokumentasi disaat penelitian. Dalam teknik dokumentasi peneliti mengumpulkan data dengan cara mengambil gambar atau foto tempat penelitian dilakukan.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini memusatkan perhatian secara intensif terhadap suatu objek tertentu yang kemudian dipelajari sebagai suatu kasus, dimana objek yang diteliti adalah Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma

Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru), penulis menganalisa data dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif yaitu suatu analisa dengan cara mengelompokkan data yang disusun sedemikian rupa, ditabulasikan, dan kemudian menghubungkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang di hadapi oleh perusahaan untuk mengambil kesimpulan.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Aroma Prima Bakery And Cake Shop

Aroma Prima Bakery And Cake Shop yang berlokasi di Jl Kaharudin Nasution No 135 Marpoyan Pekanbaru adalah suatu usaha yang bergerak dalam bidang usaha dagang kuliner bakery dan cake, didirikan oleh bapak Suhardi pada tanggal 11 agustus 2018 yang berpusat di kota Medan. aroma prima bakery and cake shop memproduksi berbagai jenis-jenis roti dan kue. Aroma prima bakery and cake shop memiliki toko-toko sendiri yang menjual hasil produksi perusahaanya. Aroma prima bakery and cake shop ini memiliki 4 orang karyawan yang terdiri dari 1 orang SPG (*Sales Promotion Girl*), 2 orang kasir, 1 orang kepala toko, dan 1 orang asisten kepala toko (*Supervisor*), serta shif yang telah ditentukan, shif pertama mulai dari jam 07.00 pagi sampai jam 16.00 sore dan shift kedua dari jam 13.30 – 22.30 malam. Aroma prima bakery mempunyai 11 unit yang ada di daerah Riau antara lain, yaitu :

1. Pekanbaru (7 unit)
2. Duri (2 unit)
3. Bagan Batu (2 unit)

Outlet Aroma bakery and cake shop di Pekanbaru ada 7 unit

diantaranya,

yaitu :

1. Jl K.H Nasution No 135, Marpoyan
2. Jl H.R Soebrantas No 53, Panam
3. Jl. Durian No 3-4
4. Jl H. Imam Munandar, Tangkerang
5. Jl Hangtuah No 2-3
6. Jl Delima No 18

Banyaknya alternatif pilihan tidak membuat Aroma menjadi sepi terlihat dari outlet nya yang selalu ramai dipadati pengunjung. Pengunjungnya berasal dari segala usia mulai anak-anak sampai orang dewasa.

B. Visi dan Misi

1. Visi

Menyediakan produk yang berkualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau yang bersaing serta memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan.

2. Misi

Menjadikan Aroma Prima Bakery And Cake Shop menjadi toko roti pilihan utama para masyarakat sebagai toko roti yang menyediakan produk roti yang disukai oleh masyarakat nasional hingga mancanegara.

C. Struktur Organisasi

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi. Perusahaan yang mempunyai struktur organisasi berbeda-beda satu dengan yang lainnya tergantung dari tujuan perusahaan tersebut, sumber daya yang dimilikinya dan sumber lingkungan yang melingkupinya. Namun hakekatnya mempunyai prinsip yang sama agar tercapai tujuan yang efektif dan efisien. Struktur organisasi dapat dikatakan sebagai hubungan kerja antara satu bagian dengan bagian lainnya agar semua kegiatan perusahaan selesai pada waktunya, yang pada dasarnya bertujuan untuk mencapai kepuasan baik terhadap kebijakan perusahaan sebagai pengelola maupun tenaga kerja sebagai operasionalnya. Sebuah perusahaan yang besar maupun kecil tentunya sangat memerlukan adanya struktur organisasi perusahaan yang menerangkan kepada seluruh karyawan untuk mengerti apa tugas dan batasan-batasan tugasnya, kepada siapa dia bertanggung jawab sehingga pada akhirnya aktivitas akan berjalan secara sistematis dan terkoordinir.

Struktur organisasi merupakan kerangka pembagian tanggung jawab dan fungsional kepada unit-unit organisasi yang dibentuk untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan dan agar dapat berjalan kearah tujuan yang diinginkan.

Struktur organisasi berguna untuk mencegah adanya kesenjangan maupun tumpang tindihnya wewenang dan tanggung jawab serta memudahkan pimpinan perusahaan dalam mengawasi aktifitas yang

dilakukan sehari-hari.

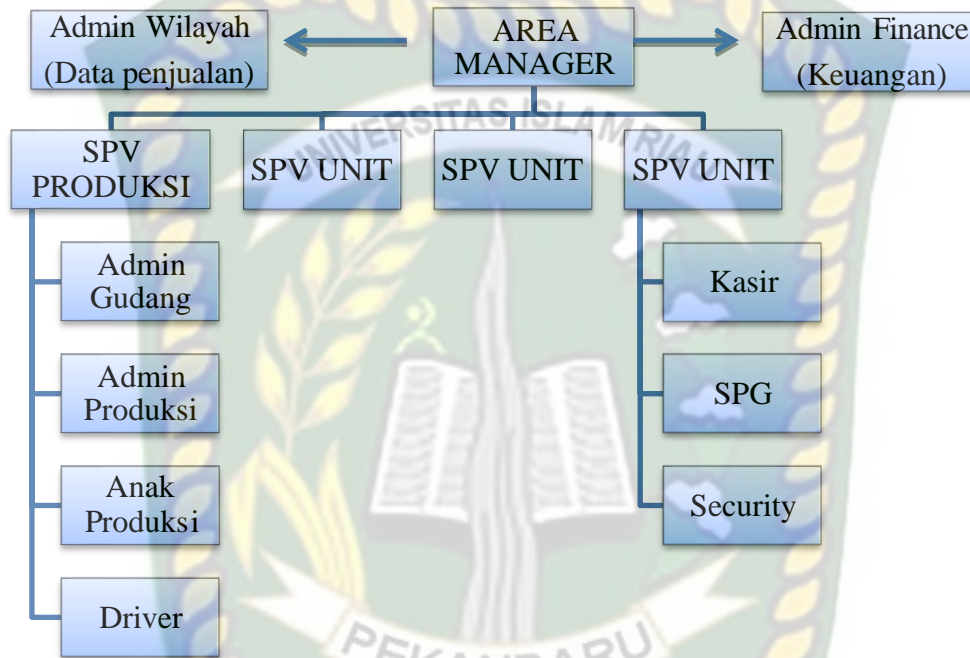
Menurut Bambang Riyanto (2001: 75) struktur organisasi adalah kerangka dan susunan perwujudan pola tetap, hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian, posisi-posisi, maupun orang-orang yang diwujudkan dalam bentuk kedudukan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi.

Dengan adanya struktur organisasi yang telah dibuat oleh perusahaan maka akan membantu memberikan pengertian yang jelas kepada setiap karyawan tentang sumber perintah kerja, wewenang dan kepada siapa karyawan tersebut bertanggung jawab dan masing-masing unit kerja saling mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan, lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar IV.1

Struktur Organisasi Aroma Prima Bakery And Cake Shop

Marpoyan Pekanbaru



Sumber: Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, 2021.

Adapun tugas dari masing-masing posisi atau jabatan yaitu :

1. Manager : adalah seorang yang mampu untuk mengarahkan, memimpin, mengordinir, serta melakukan pengembangan terhadap perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan.

Tugas manager di Aroma Prima Bakery And Cake adalah :

- a) Pencapaian sales / target yang diberikan perusahaan untuk seluruh wilayah riau
- b) Bertanggung jawab terhadap operasional untuk wilayah riau
- c) Bertanggung terhadap seluruh kinerja karyawan

- d) Bertanggung jawab mengenai pelayanan karyawan terhadap customer
2. Bertanggung jawab untuk memastikan SOP berjalan sesuai aturan yang berlaku SPV Produksi : berikut ini adalah tugas seorang supervisor produksi yang biasa bekerja di industri pabrik :
- a) Menyusun perencanaan dan permintaan barang-barang kebutuhan produksi
 - b) Mengatur, mengkoordinir serta mengawasi tugas anak buahnya yaitu para staf produksi agar sesuai dengan perencanaan, prosedur, serta standar perusahaan
 - c) Bertanggung jawab untuk bisa memenuhi target dan kualitas produksi yang telah ditetapkan oleh perusahaan
 - d) Memberikan bimbingan dan arahan pada para staf produksi dalam meningkatkan kualitas dan kemampuannya
 - e) Melakukan penilaian kinerja para staf produksi agar tetap sesuai dengan standar perusahaan
 - f) Bertanggung jawab pada kedisiplinan staf produksi yang menjadi bawahannya
 - g) Membuat laporan kerja secara berkala mengenai analisa permasalahan kerja dan hasil kerja
 - h) Bertanggung jawab mengenai kebersihan lingkungan dan staf produksi yang menjadi bawahannya tersebut
3. SPV Unit : untuk mengawasi, serta mengelola sebuah produksi dan

pelayanan kepada konsumen, juga membimbing dan mengatur rekan kerja bawahannya guna mencapai tujuan perusahaan.

4. Admin Gudang : melakukan penerimaan akan permintaan dan pesanan dari bagian gudang, mengurus data-data pengiriman, lalu menjaga kualitas layanan pengiriman barang pada konsumen.
5. Admin Produksi : mengumpulkan data hasil produksi, memproses dan mengontrol data produksi, membuat laporan harian, menyusun jadwal (shift) kerja operator produksi, dan engarsipkan data.
6. Driver : Menstransfer barang atau bahan produksi, ini adalah hal utama yang dilakukan seorang sopr barang, merawat mobil barang, sopir barang juga harus selalu menjaga dan merawat mobil barang, mengantar menu pesanan (*Delivery*) dan mengerjakan laporam aktivitas sopir barang.
 1. Kasir
 - Menjalankan proses penjualan dan pembayaran
 - Melakukan pencatatan atas semua transaksi
 - Membantu pelanggan dalam memberikan informasi mengenai suatu produk
 - Melakukan proses transaksi pelayanan jual beliserta melakukan pembungkusan
 - Melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang

2. SPG (*Sales Promotion Girl*)

- Membantu koordinator lapangan beserta supervisor untuk mengelola produk, penataan dan penjualan
- Mengajak pengunjung untuk mampir ke stand penjualan
- Memberikan penawaran sebuah produksi
- Memerkenalkan sebuah produk dan memberikan informasi produk
- Melakukan pencatatan penjualan
- Membangun kepercayaan terhadap konsumen
- Membantu konsumen menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan
- Memberikan jawaban terhadap semua pertanyaan konsumen dan menganggapi komplain yang dilakukan pelanggan dengan baik
- Memberikan informasi mengenai kekurangan kelebihan produk
- Melaksanakan perintah atasan dengan baik

3. Security: menyelenggarakan keamanan dan ketertiban dilingkungan/tempat kerjanya yang meliputi aspek pengamanan fisik, personel, informasi dan pengamanan teknis lainnya. Mengurus dan mengusahakan sesuatu (seperti memelihara, merawat), melakukan atau melaksanakan (perintah, peraturan)

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Identitas responden ini diperlukan untuk memberikan gambaran yang signifikan (jelas) antara data dari responden dengan analisa yang dilakukan. Identitas responden ini juga diperlukan untuk menjawab tujuan dari penelitian. Adapun identitas responden yang penulis paparkan dalam penelitian ini adalah terdiri dari beberapa hal, diantaranya mengenai jenis kelamin responden, usia responden dan pendidikan terakhir responden.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui jenis kelamin responden terhadap Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel V.I Karakteristik Responden Konsumen Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-laki	36	36 %
2.	Perempuan	63	64 %
Jumlah		99	100 %

Sumber : Data Olahan Lapangan, 2021.

Dari tabel di atas diketahui bahwa jika dilihat dari jenis kelamin responden pada usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru yaitu untuk jenis kelamin laki-laki sebanyak 36 orang atau sebesar 36% dan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang atau sebesar 64%. Maka dari gambaran tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak adalah berjenis kelamin

perempuan. Selanjutnya akan dijelaskan karakteristik responden dari Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, yaitu : Tabel V.2 Karakteristik Responden Manager dan Karyawan Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-laki	2	67 %
2.	Perempuan	1	33 %
Jumlah		3	100 %

Sumber : Data Olahan Lapangan, 2021.

Dari tabel di atas diketahui bahwa jika dilihat dari jenis kelamin responden Manager dan Karyawan pada usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru yaitu untuk jenis kelamin laki-laki sebanyak 2 orang atau sebesar 67% dan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 1 orang atau sebesar 33%. Maka dari gambaran tersebut dapat diketahui bahwa responden paling banyak adalah berjenis kelamin laki-laki.

2. Responden Berdasarkan Umur

Tingkat umur sangat menentukan kemampuan seseorang dalam befikir dan bertindak karena tingkat umur sangat erat hubungannya dengan pengalaman. Maka semakin tinggi atau tua umur seseorang maka akan semakin baik pengalamannya dan menentukan keputusan untuk bertindak atau bertingkah laku dibandingkan dengan yang berumur lebih muda. Untuk lebih jelasnya tentang tingkat umur responden pada penelitian ini dapat dilihat tabel berikut : Tabel V.3 Karakteristik Responden Konsumen Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Umur

No	Umur Responden	Jumlah	Persentase %
1.	21 – 30 Tahun	39	39 %
2.	31 – 40 Tahun	33	33 %
3.	41 – 50 Tahun	18	19 %
4.	51 – 60 Tahun	9	9 %
Jumlah		99	100 %

Sumber : Data Olahan Lapangan, 2021.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang berumur 21-30 tahun sebanyak 39 orang atau 39%, yang berumur 31-40 tahun sebanyak 33 orang atau 33%, yang berumur 41-50 tahun sebanyak 18 orang atau 19%, dan responden yang berumur >51 tahun sebanyak 9 orang atau 9%. Jadi berdasarkan gambaran tersebut dapat ketahui bahwa rata-rata responden

dalam penelitian ini masih muda yaitu 21-30 orang yang di jadikan responden sebanyak 39 orang atau 39% dari keseluruhan responden. Selanjutnya akan dijelaskan karakteristik umur responden pihak Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, yaitu :

paling banyak adalah dengan tingkat pendidikan SMA yaitu sebanyak 30 orang dari keseluruhan responden. Selanjutnya dijelaskan pendidikan responden Manager dan karyawan Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, yaitu :

Tabel V.4 Karakteristik Responden Manager dan Karyawan Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Umur

No	Umur Responden	Jumlah	Persentase %
1.	21 – 30 Tahun	2	67 %
2.	31 – 40 Tahun	-	-
3.	41 – 50 Tahun	1	33 %
4.	51 – 60 Tahun	-	-
Jumlah		3	100 %

Sumber : Data Olahan Lapangan, 2021.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang berumur 21-30 tahun sebanyak 2 orang atau 67%, dan responden yang berumur 41-50 tahun sebanyak 1 orang atau 33%, dan tidak ada responden yang berumur 31-40 tahun dan responden yang berumur >51 tahun.

3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan merupakan unsur penting dalam proses peningkatan sumber daya manusia yang bertujuan untuk menciptakan keserasian dalam melaksanakan pekerjaan semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin berkualitas orang tersebut. Pendidikan memang peran yang penting dalam upaya meningkatkan kemampuan seseorang, seseorang yang berpendidikan lebih tinggi pada pembelajaran yang diberikan kepadanya dibandingkan dengan seseorang yang berpendidikan lebih rendah. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel V.5 Karakteristik Responden Konsumen Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan Responden	Jumlah	Persentase %
1.	SD	16	16 %
2.	SMP	21	21 %
3.	SMA	30	30 %
4.	DIPLOMA	18	19 %
5.	S-1	14	15 %
Jumlah		99	100 %

Sumber : Data Olahan Lapangan, 2021.

Dari tabel di atas dapat dilihat dengan jelas bahwa tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini sangat bervariasi yaitu yang SD sebanyak 16 orang atau 16%, SMP sebanyak 21 orang atau 21%, SMA sebanyak 30 orang atau 30%,

Diploma sebanyak 18 orang atau 19% dan Sarjana sebanyak 14 orang atau 15%. Maka dari gambaran tersebut dapat diketahui bahwa responden

Tabel V.6 Karakteristik Responden Manager dan Karyawan Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan Responden	Jumlah	Persentase %
1.	SD	-	-
2.	SMP	-	-
3.	SMA	2	67 %
4.	DIPLOMA	-	-
5.	S-1	1	33 %
Jumlah		3	100 %

Sumber : Data Olahan Lapangan, 2021.

Dari tabel di atas dapat dilihat dengan jelas bahwa tingkat pendidikan responden Manager dan Karyawan dalam penelitian ini sangat bervariasi yaitu SMA sebanyak 2 orang atau 67%, Sarjana sebanyak 1 orang atau 33%, dan tidak ada karyawan yang memiliki tingkat pendidikan SD, SMP serta Diploma.

B. Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)

Variasi produk (*Product Mix*) merupakan kumpulan seluruh produk dan barang-barang yang ditawarkan penjualan tertentu kepada konsumen. Variasi produk suatu perusahaan dapat diklasifikasikan menurut panjang, lebar, kedalaman dan konsistensi.

Variasi produk merupakan suatu unit khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau lain sebagainya. Variasi produk dengan kata lain yaitu keanekaragaman yang ada pada produk yang memiliki perbedaan-

perbedaan yang dapat dilihat secara langsung dan dapat dibedakan secara kasat mata. Dalam menciptakan variasi produk dibutuhkan perbandingan antara satu produk dengan lain secara bersamaan. Dimana dapat dilihat dari perbedaan ukuran produk yang kecil hingga ukuran produk yang besar sehingga konsumen dapat membandingkan ukuran yang berbeda dan akan mempengaruhi harga jualnya.

Variasi dapat juga dilihat dari ketersediaan barang yang disediakan dan juga dari tampilannya. Banyaknya jenis produk yang disediakan tentu saja akan menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap konsumen untuk membeli. Dari banyaknya pilihan yang telah disediakan membuat konsumen memiliki ketertarikan untuk membeli produk dan membuat konsumen akan datang kembali karena merasa produk yang disediakan lengkap.

Variasi ialah merupakan nilai tambah yang penting dari segi perspektif pelanggan. Variasi produk bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan dan nilai tambah bagi konsumen. Pentingnya variasi produk yaitu untuk memberikan kesempatan bagi konsumen untuk membandingkan membedakan dan memilih beberapa solusi yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Produk yang tidak memiliki variasi cenderung membuat konsumen merasa jenuh atau bosan jika sedang berbelanja. Dimana konsumen ingin membeli produk yang dicari namun cenderung mencari referensi dan perbandingan dari produk tersebut.

1. Untuk menganalisis variasi produk kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru), maka akan peneliti uraikan dari beberapa indikator variasi produk seperti dibawah ini Ukuran Ukuran adalah sebagai bentuk, model dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur. Ukuran produk yang di produksi perusahaan bertujuan untuk memberikan pilihan produk mana yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan konsumen. Indikator yang digunakan dalam variabel ukuran produk biasanya mencakup :

- a) Penambahan ukuran volume atau isi
- b) Ukuran berbeda pada setiap jenis kemasan
- c) Ukuran sesuai dengan keinginan konsumen

Sehubungan dengan indikator ukuran produk yang dimiliki oleh usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru di ukur beberapa sub indikator ukuran, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.7 Tanggapan Responden Terhadap Ukuran Produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru

No	Ukuran Produk	Pengukuran Variabel			Keterangan
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Penilaian Bapak/Ibu terhadap ukuran kue Pada Aroma Prima	32	51	16	

	Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru	(32%)	(52%)	(16%)	99
2.	Berdasarkan ukuran pada saat ini apakah sudah tergolong kepada produk yang baik	20 (20%)	49 (49%)	30 (31%)	99
3.	Apakah ukuran produk yang membuat Bapak/Ibu tertarik	36 (36%)	32 (32%)	31 (32%)	99
	Jumlah	88	132	77	297
	Rata-Rata	29	44	26	99
	Persentase	29%	44%	27%	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Dari tabel diatas dapat dilihat jawaban responden tentang Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru) dilihat dari indikator ukuran diketahui tentang bagaimana penilaian responden terhadap ukuran kue Pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, responden yang menjawab Baik sebanyak 32 orang dalam persentase yaitu 32%, kemudian responden yang menjawab Cukup Baik sebanyak 51 orang dalam persentase 52%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 16 orang dengan

persentase 16%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator pertama berada pada kategori cukup baik dengan persentase sebesar 52%.

Kemudian jawaban responden tentang ukuran produk yang dihasilkan oleh Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, apakah sudah tergolong kepada produk yang baik, responden yang menjawab Baik berjumlah 20 responden dengan persentase 20%, responden yang menjawab Cukup Baik berjumlah 49 orang dengan persentase 49%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 21 responden dalam persentase 30%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator kedua berada pada kategori cukup baik dengan persentase sebesar 49%.

Selanjutnya jawaban responden tentang jika produk dari Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru memiliki ukuran yang kurang besar bagaimana tanggapan Bapak/Ibu, responden yang menjawab Baik berjumlah 36 responden dengan persentase 36%, responden yang menjawab Cukup Baik berjumlah 32 orang dengan persentase 32%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 31 responden dalam persentase 32%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator ketiga berada pada kategori cukup baik dengan persentase sebesar 36%.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 11 Januari 2021 dengan Manager Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru mengenai ukuran produk yang dihasilkan, Beliau mengatakan:

“Saya rasa ukuran kue itu sudah sesuai tidak terlalu besar dan tidak juga terlalu kecil. Jadi seperti ini sebenarnya, kami kan menyediakan bermacam jenis roti mulai roti yang paling besar sampai yang terkecil, jadi pelanggan bebas memilih sesuai dengan kebutuhan mereka. Disitu lah jenis variasinya ya yang pertama itu dari ukurannya. Kalau sama saja ukuran semuanya tidak bervariasi namanyakan”.

Jadi, manager pada usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru menjelaskan produk yang dihasilkan itu ukurannya bervariasi sehingga pelanggan atau konsumen bebas memilih produk mana yang sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru) dilihat dari ukuran produk tergolong kepada kategori Cukup Baik dengan persentase 44%.

Sedangkan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, peneliti menemukan informasi bahwa ukuran produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru banyak variasi produk yang besar dan sedikit variasi produk yang kecil, sehingga peneliti menilai bahwa ukuran produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru masih kurang memuaskan.

Menurut Rodiah, dkk (2016) Ukuran produk yang di produksi perusahaan bertujuan untuk memberikan pilihan produk mana yang

dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan konsumen. Indikator yang digunakan dalam variabel ukuran produk adalah:

1. Penambahan ukuran volume atau isi
2. Ukuran berbeda pada setiap jenis kemasan
3. Ukuran sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dan teknik pengukuran dilihat dari Indikator ukuran produk yaitu sebagai bentuk, model dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata dan dapat diukur pada usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru tergolong kepada kategori Cukup Baik dengan persentase 44%.

2. Harga

Harga yaitu sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan.

Sehubungan dengan indikator harga produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru di ukur dari beberapa sub indikator harga, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.8 Tanggapan Responden Terhadap Harga Produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru

No	Harga Produk	Pengukuran Variabel			Keterangan
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Penilaian Bapak/Ibu terhadap harga kue/roti pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru	10 (10%)	65 (65%)	24 (25%)	99
2.	Harga kue pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru mengalami kenaikan bagaimana tanggapan Bapak/Ibu	10 (10%)	29 (30%)	60 (60%)	99
3.	Apakah sudah sesuai harga dengan produk	21	34	44	

	Aroma Prima Bakery And Cake Shop	(21%)	(35%)	(45%)	99
	Jumlah	41	128	128	297
	Rata-Rata	15	42	42	99
	Persentase	16%	42%	42%	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Dari tabel diatas dapat dilihat jawaban responden tentang Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru) dilihat dari indikator harga diketahui tentang bagaimana penilaian Bapak/Ibu terhadap harga kue/ roti pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, responden yang menjawab Baik sebanyak 10 orang dalam persentase yaitu 10%, kemudian responden yang menjawab Cukup Baik sebanyak 65 orang dalam persentase 65%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 24 orang dengan persentase 25%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator pertama berada pada kategori cukup baik dengan persentase sebesar 65%.

Kemudian jawaban responden tentang harga kue pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru mengalami kenaikan bagaimana tanggapan Bapak/Ibu, responden yang menjawab Baik berjumlah 10 responden dengan persentase 10%, responden yang menjawab Cukup Baik berjumlah 29 orang dengan persentase 30%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 60 responden dalam

persentase 60%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator kedua berada pada kategori cukup baik dengan persentase sebesar 60%.

Selanjutnya jawaban responden tentang apakah sudah sesuai harga dengan produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, responden yang menjawab Baik berjumlah 21 responden dengan persentase 21%, responden yang menjawab Cukup Baik berjumlah 34 orang dengan persentase 35%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 44 responden dalam persentase 44%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator ketiga juga berada pada kategori cukup baik dengan persentase sebesar 44%.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 11 Januari 2021 dengan Manager Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru mengenai harga produk, Beliau mengatakan: "Harga produk yang kami hasilkan itu ya sesuai dengan ukuran dan jenisnya, kalau konsumen meminta ukuran yang lebih besar secara otomatis harganya akan sedikit lebih tinggi dari produk yang kecil. Pokoknya penyesuaiannya saja dan kami sara rasa tidak pula sembarangan meletakkan harga suatu produk. Kalau mahal-mahal nanti tentu tidak ada orang yang mau membelinya kan".

Jadi, manager pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru menjelaskan harga produk yang dihasilkan oleh Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru bervariasi sesuai dengan ukuran dan permintaan pelanggan. Dari data di

atas dapat disimpulkan bahwa Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru) dilihat dari harga produk tergolong kepada kategori Cukup Baik dengan persentase 42%.

Sedangkan berdasarkan hasil observasi di lapangan, peneliti menemukan informasi bahwa harga dari setiap produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru berbeda-beda. Harga pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru tidak tergantung kepada ukuran dari suatu produk tetapi dilihat dari ketahanan suatu produk, ada produk yang ukurannya tidak terlalu besar tetapi memiliki harga yang lebih mahal dari produk yang berukuran besar dan begitu juga sebaliknya. Bukan hanya itu, peneliti juga menemukan di informasi di lokasi penelitian bahwa masih ada sebagian besar dari produk yang dimiliki Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru belum memiliki label harga sehingga konsumen ragu-ragu untuk membelinya sebab tidak tau apakah harga produk yang diinginkan konsumen mahal atau murah. Dengan demikian penelitian menilai bahwa harga produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru bervariasi tergantung jenis produknya.

Menurut Riyono dan Budiharja (2016) harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu,

harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. dalam variabel harga adabeberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran.

Berdasarkan hasil penelitian dan teknik pengukuran dilihat dari Indikator harga produk yaitu sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa pada usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru tergolong kepada kategori Cukup Baik dengan persentase 42%.

3. Tampilan

Tampilan ialah segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut. Tampilan merupakan daya tarik produk yang dilihat secara langsung oleh konsumen. Tampilan dalam sebuah kemasan produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Penampilan produk berkaitan dengan berbagai hal seperti wujud atau bentuk produk, warna, dan bahan pembuatnya. Bentuk produk yang menarik akan meningkatkan daya beli konsumen untuk menggunakan produknya. Penampilan bagi konsumen merupakan kesan yang ditimbulkan oleh produk. Semakin bagus penampilan produk, konsumen akan menjadikan pertimbangan tersendiri untuk membelinya.

Namun demikian, penampilan produk sekarang tidak hanya terlihat

dari faktor fisiknya saja, tetapi juga dilihat dari isi yang terdapat dalam produk tersebut. Terkadang banyak dijumpai produk sejenis dengan tampilan yang bagus, namun isi di dalamnya tidak sesuai dengan kemasannya

Sehubungan dengan indikator tampilan produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru di ukur dari beberapa sub indikator tampilan, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.9 Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru

No	Tampilan Produk	Pengukuran Variabel			Keterangan
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Tampilan produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru	22 (22%)	48 (48%)	29 (30%)	99
2.	Kemasan produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru	35 (35%)	45 (45%)	19 (20%)	99
3.	Label halal pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop	67 (67%)	26 (26%)	6 (7%)	99

	Marpoyan Pekanbaru				
	Jumlah	124	119	54	297
	Rata-Rata	41	40	18	99
	Persentase	41%	40%	19%	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Dari tabel diatas dapat dilihat jawaban responden tentang Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru) dilihat dari indikator tampilan diketahui tentang bagaimana tampilan produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, responden yang menjawab Baik sebanyak 22 orang dalam persentase yaitu 22%, kemudian responden yang menjawab Cukup Baik sebanyak 48 orang dalam persentase 48%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 29 orang dengan persentase 30%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator pertama berada pada kategori cukup baik dengan persentase sebesar 48%.

Kemudian jawaban responden tentang kemasan produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, responden yang menjawab Baik berjumlah 35 responden dengan persentase 35%, responden yang menjawab Cukup Baik berjumlah 45 orang dengan persentase 45%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 19 responden dalam persentase 20%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator kedua berada pada kategori cukup baik dengan persentase

sebesar 45%.

Selanjutnya jawaban responden tentang label halal pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, responden yang menjawab Baik berjumlah 67 responden dengan persentase 67%, responden yang menjawab Cukup Baik berjumlah 26 orang dengan persentase 26%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 6 responden dalam persentase 7%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator ketiga berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 67%.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 11 Januari 2021 dengan Manager Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru mengenai tampilan produk, beliau mengatakan: “Kalau masalah tampilan saya rasa kami tidak meragukannya lagi sebab kami juga tau bahwasannya untuk menarik minat konsumen salah satu yang harus dimaksimalkan itu ialah kemasan dari produk itu sendiri. Jika kemasan suatu produk itu baik maka akan semakin besar peluang untuk menarik minat konsumen itu membeli”.

Jadi, manager pada usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru memastikan bahwasannya kemasan yang terdapat pada produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru sudah maksimal dan sudah terjamin apalagi sudah ada label halal yang menjadi faktor pendukung untuk menarik minat orang lain. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan

Pekanbaru) dilihat dari tampilan produk tergolong kepada kategori Cukup Baik dengan persentase 41%.

Sedangkan berdasarkan hasil observasi di lapangan, peneliti menemukan informasi bahwa tampilan produk kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru) dinilai cukup baik, hal di tandai dengan kemasan yang diberikan kepada produk yang dihasilkan, serta adanya label halal pada kemasan produk dan bentuk produk dengan warna menarik sehingga konsumen akan tertarik untuk membelinya. Tetapi untuk tampilan produk tersebut di temukan informasi bahwa produk yang dimiliki oleh Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru masih monoton atau memiliki tampilan yang tidak berubah atau bisa dikatakan belum ada tampilan produk dari Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru memiliki inovasi, yang sebenarnya jika dilakukan upaya-upaya dalam menambah variasi produk seperti adanya rasa baru produk atau pun ada kemasan model baru dari suatu produk hal itu akan menambah minat konsumen.

Tetapi untuk kemasan yang dimiliki oleh Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru sudah memiliki inovasi terbaru, yaitu produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru tidak sama dengan produk-produk lainnya, salah satu produk yang memiliki ciri khas atau unik yaitu produk brownis yang dimiliki oleh Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan

Pekanbaru.

Sedangkan menurut Ridwan (2019) Tampilan produk adalah upaya dari sebuah perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuatnya lebih diinginkan atau spesial.

Tampilan produk meliputi:

a) Bentuk (*Form*). Bentuk sebuah produk dapat meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.

b) Fitur (*Feature*). Melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.

Penyesuaian (*Customization*). Pemasar dapat mendiferensiasikan produk dengan menyesuaikan produk tersebut dengan keinginan perorangan.

c) Kualitas Kinerja (*Performance Quality*). Tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.

d) Kesesuaian Kualitas (*Conformance Quality*). Tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi yang dijanjikan.

e) Ketahanan (*Durability*). Ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk-produk tertentu.

f) Keandalan (*Reliability*). Ukuran kemungkinan produk tidak akan mengalami kerusakan atau kegagalan dalam periode waktu tertentu.

g) Kemudahan Perbaikan (*Repairability*). Ukuran kemudahan

perbaiki produk ketika produk itu tidak berfungsi atau gagal.

- h) *Gaya (Style)*. Gaya menggambarkan tampilan produk dan rasa kepada pembeli dan menciptakan kekhasan yang sulit untuk menyalin.
- i) *Desain (Design)*. Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi cara produk terlihat, terasa, dan fungsi untuk konsumen. Ini menawarkan manfaat fungsional dan estetika dan sebagai pembandingan rasional dan emosional kita.

Berdasarkan hasil penelitian dan teknik pengukuran dilihat dari Indikator tampilan produk yaitu segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut. Tampilan merupakan daya tarik produk yang dilihat secara langsung oleh konsumen. Tampilan dalam sebuah kemasan produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru tergolong kepada kategori Cukup Baik dengan persentase 41%.

4. Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk adalah banyaknya barang yang tersedia di dalam toko membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian dalam toko tersebut telah habis di rak maka dapat diisi lagi. Ketersediaan produk adalah suatu faktor yang berkaitan dengan ketersediaan produk ataupun kemudahan untuk memperoleh produk tersebut, serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam

rangka mengkonsumsi produk tersebut.

Sehubungan dengan indikator ketersediaan produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru di ukur dari beberapa sub indikator ketersediaan, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.10 Tanggapan Responden Terhadap Ketersediaan Produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru

No	Ketersediaan Produk	Pengukuran Variabel			Keterangan
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Bagaimanakah menurut Bapak/Ibu dengan jenis produk yang ada pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru	28 (28%)	49 (49%)	22 (23%)	99
2.	Jika jenis kue yang Bapak/Ibu inginkan tidak ada dan pihak perusahaan mengganti dengan jenis kue Lainnya	18 (18%)	42 (42%)	39 (40%)	99

3.	Produk yang ada di toko Aroma Prima	30 (30%)	42 (42%)	27 (28%)	99
	Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, menurut Bapak/Ibu apakah sudah mencukupi untuk memenuhi permintaan dari pelanggan				
	Jumlah	76	133	88	297
	Rata-Rata	26	44	29	99
	Persentase	26%	44%	30%	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2021.

Dari tabel diatas dapat dilihat jawaban responden tentang Variasi Produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru dilihat dari indikator ketersediaan produk diketahui tentang jenis produk yang ada pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, responden yang menjawab Baik sebanyak 28 orang dalam persentase yaitu 28%, kemudian responden yang menjawab Cukup Baik sebanyak 49 orang dalam persentase 49%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 22 orang dengan persentase 23%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator pertama berada pada kategori

cukup baik dengan persentase sebesar 49%.

Kemudian jawaban responden tentang jika jenis kue yang Bapak/Ibu inginkan tidak ada dan pihak perusahaan mengganti dengan jenis kue lainnya, responden yang menjawab Baik berjumlah 1 responden dengan persentase 18%, responden yang menjawab Cukup Baik berjumlah 42 orang dengan persentase 42%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 39 responden dalam persentase 40%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator kedua berada pada kategori cukup baik dengan persentase sebesar 42%.

Selanjutnya jawaban responden tentang produk yang ada di toko Aroma Prima Bakery And Cake Shop Marpoyan Pekanbaru, menurut Bapak/Ibu apakah sudah mencukupi untuk memenuhi permintaan dari pelanggan, responden yang menjawab Baik berjumlah 30 responden dengan persentase 30%, responden yang menjawab Cukup Baik berjumlah 42 orang dengan persentase 42%, dan responden yang menjawab Kurang Baik berjumlah 27 responden dalam persentase 28%. Dapat disimpulkan bahwa untuk sub indikator ketiga berada pada kategori baik dengan persentase sebesar 42%.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 11 Januari 2021 dengan Manager Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru mengenai ketersediaan produk, beliau mengatakan: “Ketersediaan produk pada usaha kami rasanya sudah cukup untuk pelanggan, jika ada kekurangan produk sementara masih banyak yang

meminta kami bisa merrekomendasikan produk yang hampir sama dengan apa yang diminta oleh pelanggan sehingga pelanggan tetap memberi produk kami”.

Jadi, manager pada usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru merasa cukup dengan ketersediaan stok produk di toko Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru, jika masih ada yang kurang maka pihak toko akan merekomendasikan pelanggan dengan produk yang hampir sama dengan produk yang diminta oleh pelanggan. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa Variasi Produk pada usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru dilihat dari ketersediaan produk tergolong kepada kategori Cukup Baik dengan persentase 44%.

Sedangkan berdasarkan hasil observasi di lapangan, peneliti menemukan informasi bahwa ketersediaan produk pada usaha Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru tidak begitu lengkap, hal ini dilihat dari masih banyak konsumen yang tidak mendapatkan produk yang diinginkan mereka karena sedikitnya stok produk yang disediakan, pihak Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru tidak mau mengalami kerugian jika produk tersebut tidak terjual habis. Selanjutnya jika suatu produk yang dimiliki oleh Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru tidak terjual habis, maka pihak Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru akan mengganti variasi produknya salah

satunya yaitu pada produk donat, jika tidak terjual maka untuk menarik minat pelanggan pihak Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru akan mengganti topingnya dengan hal yang baru dan lebih menarik.

Menurut Sugiharto dan Renata (2012) Ketersediaan produk dan harga merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian. Seringkali semakintinggi harga sebuah produk maka semakin banyak ketersediaan produk tersebut. Konsumen bersedia mengeluarkan biaya yang lebih jika kualitas, pengorbanan konsumen dan ketersediaan sebuah produk sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

Indikator Ketersediaan Produk yaitu :

- a) Layout penjualan (tata letak produk di display)
- b) Persediaan produk selalu ada
- c) Distribusi produk merata tersedia diberbagai outlet
- d) Kemudahan melakukan pembelian
- e) Kelengkapan produk yang ada di outlet.

Berdasarkan hasil penelitian dan teknik pengukuran dilihat dari Indikator ketersediaan produk yaitu banyaknya barang yang tersedia di dalam toko membuat konsumen semakin tertarik untuk melakukan keputusan pembelian dalam toko tersebut telah habis di rak.

Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru tergolong kepada kategori Cukup Baik dengan persentase 44%.

**Tabel V.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variasi
Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake
Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru)**

No	Variasi Produk	Pengukuran Variabel			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1.	Ukuran	29 (29%)	44 (44%)	26 (27%)	99
2.	Harga	15 (16%)	42 (42%)	42 (42%)	99
3.	Tampilan	41 (41%)	40 (40%)	18 (19%)	99
4.	Ketersediaan Produk	26 (26%)	44 (44%)	29 (30%)	99
Jumlah		111	170	115	396
Rata-Rata		28	42	29	99
Persentase		28%	43%	29%	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021.

Dari tabel di atas, diketahui hasil jawaban responden tentang Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru) sesuai dengan hasil penelitian dan teknik pengukuran dengan persentase 43% tergolong kepada kategori Cukup Baik dengan rentang 34% - 66%.

Variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Atau variasi produk merupakan jenis atau macam produk yang tersedia (Kotler, 2009:72). Variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Atau variasi produk merupakan jenis atau macam produk yang tersedia (Spark dan Legault, 2005:18).

Variasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganeekaragamkan produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya. Variasi produk merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produk, jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk yang lain. Setiap konsumen memiliki selera makan yang tidak selalu sama. Jika restoran menyediakan menu yang beraneka ragam, akan lebih memudahkan restoran untuk menarik konsumen agar bersantap ditempatnya. Karena semakin banyaknya pilihan yang disediakan restoran, maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu sesuai keinginannya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dengan teknik pengukuran dan teori yang dikemukakan, maka Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru) dinilai sudah Cukup Baik.

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah penulis lakukan mengenai Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru), maka dapat penulis mengambil kesimpulan dan saran-saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah penulis lakukan mengenai Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru). Sesuai hasil penelitian bahwa: untuk indikator ukuran produk berada pada kategori cukup baik hal ini dilihat dari bervariasinya ukuran produk pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru, untuk indikator harga produk berada pada kategori cukup baik, untuk indikator tampilan produk berada pada kategori cukup baik hal ini dilihat dari kemasan dan label halal pada kemasan produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru dan untuk indikator ketersediaan produk berada pada kategori cukup baik hal ini diliat dari banyaknya stok produk yang disimpan oleh toko Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru untuk memenuhi permintaan dari konsumen. Dengan hasil di atas, setelah di rekapitulasikan hasil dari masing-masing indikator maka hasil penelitian menunjukkan bahwa Variasi Produk Kue Pada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang

Marpoyan Pekanbaru sesuai dengan teknik pengukuran berada pada kategori Cukup Baik.

B. Saran

1. Adapun saran penulis berikan sebagai masukan dalam Analisis Variasi Produk Kue (Studi Kasus Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru), adalah sebagai berikut : Pihak Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru disarankan lebih menambah desain kemasan produk tersebut sehingga konsumen semakin tertarik untuk membelinya.
2. Disarankan kepada pihak Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru untuk memberikan jaminan ketahanan produk sehingga pelanggan tidak perlu khawatir produk tersebut akan basi.
3. Disarankan kepada pihak Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru untuk membuat desain pada produk itu sendiri sehingga tidak terlihat monoton dan itu-itu saja.
4. Disarankan kepada Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru untuk berani menyediakan stok produk lebih banyak lagi, sehingga konsumen tidak kecewa karena produk yang diinginkan sudah habis.
5. Untuk ukuran produk Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru harusnya lebih memperhatikan ukuran dari masing- masing produk, sehingga tidak ada perbedaan

ukuran antar produk dengan jenis kue yang sama.

6. Kepada pihak Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru jika suatu produk tidak mampu menarik minat pelanggan seharusnya produk tersebut diganti dengan produk baru sehingga hal itu bisa meminimalisir kerugian dari pihak pihak Aroma Prima Bakery And Cake Shop Cabang Marpoyan Pekanbaru itu sendiri.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

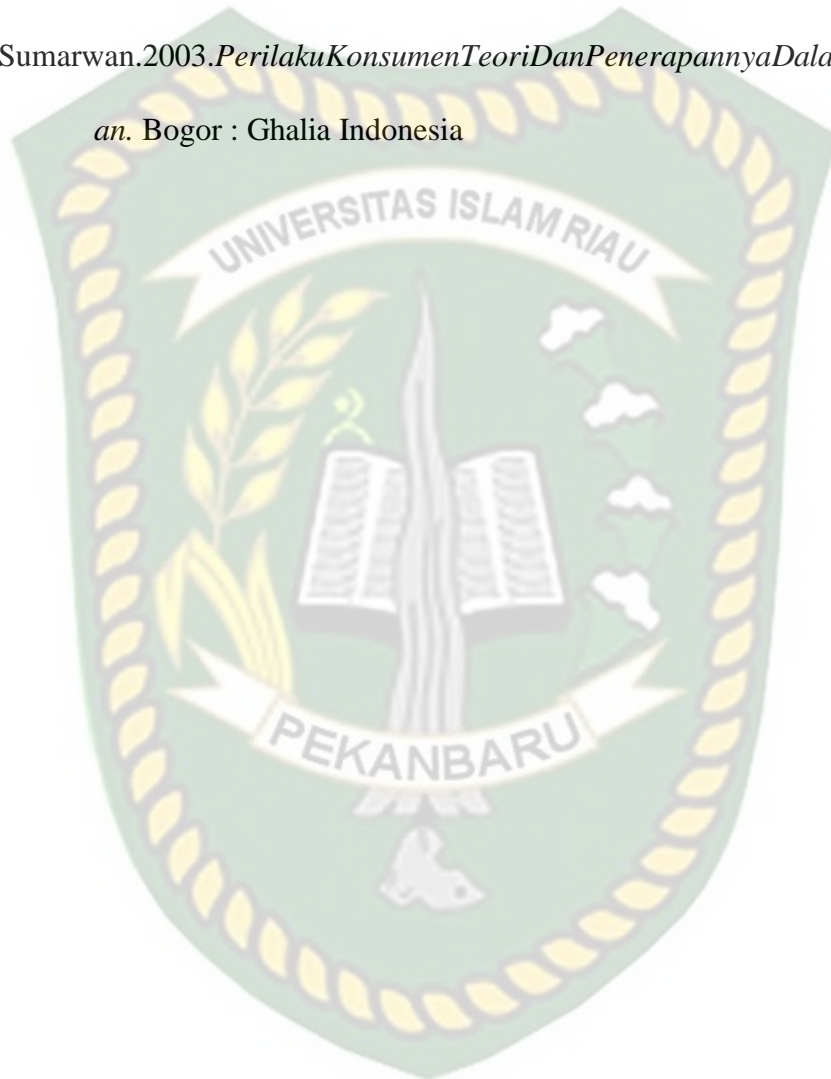
- Fandy, Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta :
- Andi. Garvin. 2011. *Kualitas Pelayanan*. Yogyakarta : Andi.
- Handayani, S. 2002. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta : Gunung Agung.
- Hasibuan. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta : PT Indeks.
- Hery. 2018. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : PT Grasindo.
- Kotler, A. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks.
- Kotler, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks.
- . 2008. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Jakarta : PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran : Analisis Pemasaran Dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Riva'i. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Silalahi. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika
- Aditama. Sondang, S P. 2003. *Filsafat Administrasi*. Jakarta : Bumi Aksara.

Sugiyono . 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Bandung : Alfabeta.

Sumarwan.2003.*PerilakuKonsumenTeoriDanPenerapannyaDalamPemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

B. Jurnal

- Budiharja dan Riyono. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang, Vol 8, No 2, Edisi Juni 2016.*
- Harminingtyas. 2013. Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang, Vol 5, No 2, Edisi Juni 2013.*
- Ridwan. 2019. Pengaruh Tampilan Produk Dan Testimoni Di Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Siswa Smk Negeri 3 Takalar. *Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.*
- Siti Rodiah, dkk. 2016. Pengaruh Jenis Produk, Ukuran Produk, Kemasan Produk Terhadap Tingkat Kejenuhan Konsumen Produk Mie Instan Indomie. *e- Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma, Vol 5, No 2, 2016, Hal. 54-67.*
- Sugiharto dan Renata. 2012. Pengaruh Ketersediaan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Study Kasus Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Cleo Di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Petra, Vol 1, No 1, 2012.*