

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PADA USAHA ROTI BAKAR BANDUNG SANAK DI KOTA PEKANBARU

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau



DISUSUN OLEH
RAVI RADIANTO

NPM :
155210025

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU

2020

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Roti Bakar

Bandung Sanak Di Kota Pekanbaru

OLEH

RAVI RADIANTO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian ini populasi adalah seluruh pelanggan yang membeli roti bakar bandung sanak. Dalam penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner kepada 70 orang responden dan dilakukan teknik sampel *insidental sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha roti bakar bandung sanak di kota Pekanbaru.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT**The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction in Sanak Bandung Baked
Bread Business in Pekanbaru City****BY****RAVI RADIANTO**

This study aims to determine the effect of product quality on customer satisfaction. In this study the population is all customers who buy Bandung toast relatives. In this study, questionnaires were distributed to 70 respondents and an incidental sampling technique was used. Then performed data analysis of these data with the help of SPSS. The results of this study indicate that the product quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction in the Bandung kinship toast business in the city of Pekanbaru.

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kekuatan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selain itu selawat beriring salam juga dikirimkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam jahiliah kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang ini.

Untuk menyelesaikan pendidikan Strata satu (S1) diperlukan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Pada kesempatan ini, penulis membuat skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Roti Bakar Bandung Sanak di Kota Pekanbaru”**. Adapun skripsi ini dianjurkan untuk memenuhi syarat dalam mengikuti ujian oral comprehensive guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau di Pekanbaru.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai karya manusia biasa, skripsi ini masih jauh dari penulisan skripsi ini, penulisan banyak terdapat kesalahan dan kekurangan baik segi ini maupun penulisan. Demi tercapainya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun.

Selain dari itu, penulis juga banyak mendapat bantuan baik moril maupun materil serta bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan demikian, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas ingin megucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Firdaus AR, SE., M.Si, Ak. CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIR
2. Bapak Abd Razak Jer, SE., M.Si, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UIR
3. Bapak Drs. Syahdanur, M.Si, selaku dosen pembimbing yang tak pernah lelah

meberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini selesai.

4. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengajaran kepada penulis selama dibangku kuliah serta karyawan/ti Tata Usaha Fakultas Ekonomi UIR yang telah ikut membantu proses kegiatan belajar mengajar dikampus
5. Kepada Orang tuaku , terima kasih yang tak sehingga atas segala kasih sayang, cinta, perhatian, dorongan semangat, bantuan baik moril maupun materil dan segala-galanya kepada ananda selama ini.
6. Terima kasih untuk teman-teman angkatan 2015 di Fakultas Ekonomi UIR yang selalu memberikan semangat dan motivasi.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, November 2020

Penulis

Ravi Radianto

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	6
1.4. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	8
TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	8
2.1 Pengertian dan Ryang Lingkup Kualitas Produk.....	8
a. Kualitas Produk.....	8
b. Dimensi Produk.....	8
c. Kualitas Makanan.....	11
2.2 Beberapa Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	14
2.3 Mengukur Tingkat Kepuasan.....	15
2.4 Peneliti Terdahulu.....	18
2.5 Kerangka Pikir.....	19
2.6 Hipotesis.....	20
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN.....	21

3.1 Objek / Lokasi Penelitian.....	21
3.2 Operasional Variabel.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	22
a. Populasi.....	22
b. Sampel.....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6 Teknik Analisis Data.....	24
a. Analisis Deskriptif dan Kuantitatif.....	24
b. Uji Instrumen.....	25
c. Uji Anakusus Regresi Linear Sederhana.....	25
d. Uji Hipotesis.....	26
BAB IV	28
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	28
4.1 Sejarah Roti Bakar Bandung.....	28
BAB V	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
5.1 Karakteristik Responden.....	29
5.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
5.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	30
5.2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	30
5.2.1 Uji Validitas.....	30
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	31
5.3 Analisis Deskriptif tentang Variabel Kualitas Produk (X).....	32
5.3.1 Kecerahan warna Roti Bakar Bandung Sanak Sesuai yang diminta Konsumen	
32	
5.3.2 Saya menyukai tampilan roti bakar bandung sanak	
.....	33
5.3.3 Produk Roti Bakar Bakar Bandung memberikan porsi yang sudah sesuai	
dengan standar pengemasan.....	34
5.3.4 Pematangan roti bakar bandung sanak sesuai dengan keinginan konsumen	

35	
5.3.5	Temperatur pemanggangan roti bakar bandung sanak sesuai keinginan kosumen.....35
5.3.6	Kelembutan tekstur nya masih bisa terjaga apabila diawetkan di sebuah alat pemasak makanan.....36
5.3.7	Aroma roti bakar bandung sanak sangat mengugah selera.....37
5.3.8	Selalu memberikan Pengganti Produk yang baru jika terjadi kerusakan pada Produk sebelumnya.....37
5.3.9	Selalu Varian Rasa yang ada di Roti Bakar Bandung Sudah Sesuai dengan keinginan Konsumen dan selalu bertambah.....38
5.4	Analisis Deskriptif Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)..... 41
5.4.1	Saya merasa puas dengan roti bakar bandung sanak..... 42
5.4.2	Penggunaan waktu yang relatif cepat dalam memproses Roti Bakar Bandung 42
5.4.3	Kualitas roti bakar bandung sanak sudah memenuhi standar roti bakar.....43
5.4.4	Kualitas Saya akan Merekomendasikan roti bakar bandung sanak Kepada Orang lain..... 44
5.4.5	Kualitas Saya akan Melakukan Pembelian ulang roti bakar bandung sanak.45
5.5	Regresi Lineier Sederhana..... 47
5.6	Koefisien Determinasi (R 2)..... 48
5.7	Uji Secara Simultan (Uji F)..... 49
5.8	Pembahasan Hasil Penelitian..... 50
BAB VI53
KESIMPULAN DAN SARAN53
6.1	Kesimpulan.....53
6.2	Saran.....53
DAFTAR PUSTAKA 55

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Roti Bakar Bandung Sanak.....	05
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	21
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Ordinal.....	24
Tabel 5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 5.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 5.3 Uji Validitas.....	31
Tabel 5.4 Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 5.5 Tanggapan Responden tentang Kecerahan Warna Roti Bakar Bandung Sanak Sesuai yang diminta Konsumen.....	32
Tabel 5.6 Tanggapan Responden tentang saya Menyukai Tampilan Roti Bakar Bandung Sanak.....	33
Tabel 5.7 Tanggapan Responden tentang Produk Roti Bakar Bandung Sanak yang sudah sesuai dengan standar pengemasan.....	34
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Tentang Pematangan Roti Bakar sesuai dengan keinginan konsumen.....	35
Tabel 5.9 Tanggapan Responden mengenai Temperatur Pemanggangan Roti Bakar Sanak Sesuai Keinginan.....	35
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Mengenai Kelembutan teksturnya masih bias terjaga	

apabila diawetkan di sebuah alat pemasaka makanan.....	36
Tabel 5.11 Tanggapan Responden mengenai Aroma Roti Bakar Bandung Sanak dengan Mengunggah Selera.....	37
Tabel 5.12 Tanggapan Responden mengenai Selalu memberikan Penggantian Produk yang baru jika terjadi kerusakan pada produk.....	38
Tabel 5.13 Tanggapan Responden mengenai Varian Rasa yang ada di Roti Bakar Bandung Sanak.....	38
Tabel 5.14. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk.....	39
Tabel 5.15 Tanggapan Responden Mengenai saya Merasa Puas dengan Roti Bakar Bandung Sanak.....	42
Tabel 5.16 Tanggapan Responden mengenai Penggunaan Waktu yang Relatif cepat dalam memproses Roti Bakar Bandung.....	43
Tabel 5.17 Tanggapan Responden mengenai Kualitas Roti Bakar Bandung Sanak sudah Memenuhi Standar Roti Bakar.....	43
Tabel 5.18 Tanggapan Responden Mengenai Saya Akan Merekomendasikan Roti Bakar Bandung Sanak Kepada Orang Lain.....	44
Tabel 5.19 Tanggapan Responden Mengenai Saya Akan Melakukan Pembelian Ulang Roti Bakar Bandung Sanak.....	45
Tabel 5.20 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Kepuasan Konsumen.....	45
Tabel 5.21 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Coefficients.....	47
Tabel 5.22 Hasil Uji Determinasi.....	48
Tabel 5.23 Uji Secara Simultan (Uji F).....	49

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pekanbaru merupakan Ibukota Provinsi Riau, dengan luas wilayah $\pm 632,26 \text{ km}^2$ (BPN Tk. I Riau). Secara astronomis Kota Pekanbaru terletak di $0^\circ-25'-0^\circ45'$ Lintang Utara dan $101^\circ14' - 101^\circ34'$ Bujur Timur. Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Pekanbaru memiliki batas-batas, yaitu sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar, sebelah timur dengan Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan, sebelah selatan dengan Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan dan sebelah barat dengan Kabupaten Kampar.

Pekanbaru merupakan salah satu kota yang sedang berkembang dari segi perekonomian. Sektor Perekonomian yang sedang berkembang seperti perdagangan, konstruksi dan industry pengolahan. Sektor yang paling dominan yaitu sector perdagangan di bidang makanan dan minuman karena menjadi poin penting dalam kehidupan sehari-hari. Seiring berkembangnya industry makanan dan minuman cepat saji di Kota Pekanbaru maka terdapat salah satu makanan cepat saji yaitu Roti Bakar Bandung.

Roti Bakar Bandung merupakan cemilan yang berupa roti yang dibakar atau dipanggang yang memiliki permukaan yang renyah , dan berpadu dengan kelezatan aneka olesan selai di dalam nya, saat ini roti bakar tidak hanya diolah di atas tungku api saja, tetapi juga dengan menggunakan wajan dengan olesan mentega , bahkan beberapa sajian kuliner bandung ini, telah menjelma menjadi cemilan yang lebih berselera dengan beragam selai.

Pada Masa Sekarang ini banyak orang yang sangat berhati-hati dalam memilih dan membeli suatu makanan, hal itu dikarenakan banyaknya makanan yang beredar dengan menggunakan bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh. Dalam masyarakat pemilihan makanan dilakukan berdasarkan citarasa yang enak dan harga yang ekonomis. Sehingga dua hal inilah yang menjadi dasar dari pemilihan makanan. Roti Bakar menjadi salah satu makanan yang diminati di kalangan masyarakat dikarenakan memiliki beraneka ragam rasa dan dapat dikonsumsi oleh semua umur.

Berdasarkan uraian diatas, maka kami optimis dan mengambil kesimpulan untuk mengembangkan usaha roti bakar yang telah kami miliki. Dengan adanya program ini, maka kami bermaksud untuk memperluas dan mengembangkan usaha ini, namun untuk merealisasikan niat tersebut kami membutuhkan modal terutama modal Finansial untuk mengembangkan usaha tersebut.

Dengan perkembangan usaha ini kami juga berharap dapat membantu mereka yang membutuhkan pekerjaan, sehingga jumlah pengangguran dapat berkurang. Dan apabila kami telah berhasil dalam mengembangkan usaha ini dengan memiliki banyak grobak roti bakar yang tersebar dimana-mana, maka kami mempunyai rencana untuk mendirikan pabrik pembuatan roti bakar sendiri. Sehingga kebutuhan akan roti yang kami perlukan untuk gerobak kami dapat terpenuhi dan tak harus memesan dengan orang lain. Selain itu, kami juga dapat memasok kebutuhan akan roti terhadap pedagang roti bakar yang lain. Untuk mewujudkan niat ini, kami menerapkan sistem menabung yaitu dengan menyisihkan sebagian penghasilan dari grobak roti bakar yang ada.

Saat ini banyak usaha yang sudah berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan

dengan adanya ide kreatif dan inovatif. Seiring dengan ide tersebut konsep pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada kepuasan konsumen. Pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut tidak terlepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran itu sendiri sudah harus dipikirkan sebelumnya, agar lebih tepat pada sasaran konsumen. Karena konsumen yang potensial akan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya faktor kualitas produk sehingga membuat konsumen merasa sangat puas dan lebih memilih produk kita daripada produk pesaing yang lain.

Hasil dari suatu produk sangat penting bagi suatu industry karena produk merupakan outputnya sehingga akan menghasilkan usaha industry tersebut lancer. jika suatu produk diproduksi berdasarkan keinginan dan kemauan di kalangan masyarakat maka mereka akan merasa tertarik dan cocok terhadap produk tersebut.

Kualitas produk biasanya dapat di ukur dengan merek dan kemasan. Merek (*Brand*) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, kombinasi dari semua ini yang di maksudkan untuk mengidentifikasi produk atau jasa dari satuatau kelompok penjual pesaing, Sedangkan kemasan (*packing*) adalah kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Merek dan kemasan merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Menurut (Kotler,2003) Salah satu langkah penting dalam rangka memenangkan persaingan adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan, karena pelanggan merupakan pihak yang secara langsung menggunakan produk yang ditawarkan oleh pihak perusahaan.

Menurut (Abdullah, 2014) Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan puas bila harapan mereka dipenuhi dan bahagia bila harapan mereka dilebihi. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, membeli lebih banyak, kurang sensitif pada harga dan memberikan komentar baik pada perusahaan.

Salah satu factor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk yaitu kualitas produk tersebut. Kualitas suatu produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang yang memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan.

Jika suatu produk yang dihasilkan membuat konsumen merasa puas, maka akan menimbulkan suatu hal yang diinginkan yaitu akan adanya pelanggan tetap untuk produk tersebut. Sehingga akan terjadi pembelian berulang dengan konsumen yang sama di masa yang akan datang. Untuk menjaga hubungan antara penjual dan pelanggan, maka penjual harus memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan tetap akan melakukan transaksi selanjutnya.

Kepuasan Pelanggan berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya. Penilaian yang akan muncul berupa kepuasan dan ketidakpuasan. Pelanggan akan merasa puas apabila produk yang diterima sesuai atau melebihi harapan mereka, tapi sebaliknya pelanggan akan merasa sangat kecewa apabila produk yang diberikan di bawah harapan mereka. Pada saat sekarang ini, suatu industry sangat dituntut untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai lebih, agar dapat dijadikan ciri khas produk tersebut.

Pelanggan merupakan aset yang sangat penting yang harus dipelihara dan

dipertahankan keberadaannya untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, apapun permintaan pelanggan, bagaimana sikap dan tingkah laku pelanggan selalu layanilah dengan baik dan selalu berfikiran positif. Meningkatkan mutu atau standar pelayanan sangatlah penting bagi perusahaan, karena akan berdampak dalam peningkatan efisiensi penjualan, dimana peningkatan terjadi pada penjualan produk, peningkatan jumlah pembeli dan memperluas jaringan penjualan.

Aspek yang perlu diperhatikan mengenai produk adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan hasil dari suatu produk yang berhubungan dengan manusia dan lingkungannya yang memenuhi atau melebihi harapan.

Industri makanan merupakan industri yang paling prospektif di Indonesia khususnya di Pekanbaru karena karakteristik utama yang sangat berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari. Hal ini membuat industri makanan menjadi salah satu bisnis yang sangat berkembang. Pesatnya industri makanan tersebut terus menggairahkan minat pengusaha untuk menggarap bisnis makanan.

Roti Bakar Bandung adalah makanan cemilan yang berupa roti yang dibakar atau dipanggang yang memiliki permukaan yang renyah, dan berpadu dengan kelezatan aneka olesan selai di dalamnya, saat ini roti bakar tidak hanya diolah di atas tungku api saja, tetapi juga dengan menggunakan wajan dengan olesan mentega, bahkan beberapa sajian kuliner Bandung ini, telah menjelma menjadi cemilan yang lebih berselera dengan beragam selai.

Tabel 1.1

Data Penjualan Roti Bakar Bandung Sanak di Tahun 2019

No	Bulan	Perbulan	Harga	Jumlah
1	Januari	625	Rp 13,000	Rp 8.125,000
2	Februari	614	Rp 13,000	Rp 7.982,000
3	Maret	620	Rp 13,000	Rp 8.060,000
4	April	600	Rp 13,000	Rp 7.800,000
5	Mei	620	Rp 13,000	Rp 8.060,000
6	Juni	475	Rp 13,000	Rp 6.175,000
7	Juli	545	Rp 13,000	Rp 7.085,000
8	Agustus	500	Rp 13,000	Rp 6.500,000
9	September	510	Rp 13,000	Rp 6.630,000
10	Oktober	550	Rp 13,000	Rp 7.150,000
11	November	475	Rp 13,000	Rp 6.175,000
12	Desember	580	Rp 13,000	Rp 7.540,000
Jumlah				Rp 87.282,000

Dari tabel 1.1 diatas, pada tahun 2019 Penjualan Roti Bakar Bandung sanak berjumlah sebesar Rp. 87.282.000,- (Delapan Puluh Tujuh Juta Dua Ratus Delapan Puluh Dua Ribu Rupiah)

Penulis memilih topik ini dikarenakan “ Roti Bakar Bandung “ merupakan kuliner makanan cepat saji yang enak dengan memiliki varian rasa yang sangat banyak, penulis juga ingin mengetahui bagaimana kualitas produk antara variabel bentuk dan hasil yang diberikan oleh pemilik kuliner ini dalam memenuhi kepuasan pelanggan selain itu juga dapat bertujuan untuk mengukur seberapa besar kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menulis skripsi tentang **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Roti Bakar Bandung Sanak Di Kota Pekanbaru”**.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang maka dirumuskan masalah sebagai berikut : “Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha “Roti Bakar Bandung Sanak di Kota Pekanbaru”.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

“Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada usaha Roti Bakar Bandung Sanak di kota Pekanbaru”.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Pihak Peneliti

Penelitian ini sangat membantu untuk menambah pengetahuan dan pengalaman Peneliti dan juga memperdalam ilmu yang telah diperoleh selama diperkuliahkan

b. Bagi akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai

pengaruh kualitas prosuk terhadap kepuasan konsumen, dan juga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian penulisan ini adalah sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menyediakan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang telaah pustaka yang mengandung dalam pembahasan penelitian, yang menguraikan tentang pengertian kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, yaitu lokasi dan objek penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan secara garis besar mengenai gambaran umum usaha roti bakar bandung sanak di kota Pekanbaru.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan hasil dari penelitian dan pembahasan untuk menemukan jawaban atas masalah-masalah dari penelitian.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dimana akan dikemukakan kesimpulan dan saran sehubungan dengan hasil penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Pengertian dan Ruang Lingkup Kualitas Produk

a. Kualitas produk

Kualitas penting artinya dan merupakan salah satu faktor keunggulan yang kompetitif. Kedudukan kualitas menjadi sangat penting sejak persaingan pasar dunia semakin ketat. Persaingan yang ketat tersebut antara lain dipicu oleh kondisi globalisasi yang semakin cepat kemajuannya. Aliran modal, sumber daya dan produk semakin bebas menembus batas-batas antar negara. Prawirosentono (2012) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga agar suatu industri tidak kehilangan konsumen, dan reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik. Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari aspek pemasaran, rekayasa, manufaktur, dan pemeliharaan yang sesuai dengan harapan konsumen terhadap produk dan jasa tersebut.

Menurut (kotler dan keller , 2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan dan kebutuhan termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang , tempat properti, organisasi, informasi dan ide.

b. Dimensi Kualitas Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2008:25), dimensi kualitas produk memiliki beberapa

dimensi yaitu:

1. Fungsi (*Function*) Fungsi disini didasarkan pada karakter produk inti yang meliputi atribut- atribut yang dapat diukur. Fungsi beberapa produk biasanya didasari oleh selera pelanggan yang bersifat umum (universal).
2. Fitur (*Features*) merupakan suatu tambahan yang bias menambah nilai produk tersebut. Fitur suatu produk diukur secara subjektif oleh masing-masing konsumen yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.
3. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
4. Daya tahan (*Durability*) merupakan seberapa lama produk tersebut dapat ters digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
5. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
6. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*) yaitu suatu kriteria yang ditambahkan atau pelengkap.
7. Estetika (*Esthetica*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, model produk, dan kombinasi.
8. Keandalan (*Realibility*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau

gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional.

9. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.
10. Dimensi kemudahan perbaikan (*Service ability*) meliputi kecepatan, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual.

Pengertian produk (*product*) menurut (Kotler dan Keller, 2009) adalah “sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.” “Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Lupiyoadi, 2006).” Kualitas memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan, tidak hanya pelanggan yang merasakan kepuasan, namun perusahaan juga. Itu berarti perusahaan telah berhasil membuat pelanggan percaya dan nyaman dengan kualitas produk dan layanan yang telah diberikan oleh perusahaan tersebut.

Kotler and Armstrong (2004:283) menyatakan kualitas produk sebagai “*the ability*

of a product to perform its functions. Its includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes". Artinya "kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya." Produk yang ditawarkan setiap usaha akan berbeda dan pasti memiliki karakteristik yang membedakan produk itu dengan produk pesaing.

c. Kualitas Makanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) "kualitas produk adalah Karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan." Di penelitian ini yang dicari adalah kualitas produk makanan. Menurut Margareta dan Edwin (2012), "kualitas makanan merupakan peranan penting dalam pemutusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga."

Dimensi Kualitas Makanan Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra "*Service Quality & Satification* " adalah sebagai berikut :

a) Warna

Warna sangat berperan dalam pemilihan makanan karena pelanggan akan lebih tertarik dengan makanan yang memiliki warna yang kombinasi atau serasi dan tidak pucat, Jika kita kaitkan dengan Roti Bakar warna itu memang harus diperhatikan karena sangat mempengaruhi selera konsumen, Misal nya saja Jika Warna Roti bakar yang diberikan ke konsumen agak kemerahan konsumen akan berpendapat bahwa Pesanan

nya di nilai hangus dan akan memberikan rasa pahit.

b) Penampilan

Pernyataan *"looks good enough to eat"* tidaklah suatu pernyataan yang berlebihan. Makanan akan baik dapat dilihat saat bentuk pengemasannya juga baik Bentuk dan kebersihan selama proses pembuatan sampai makanan itu disajikan merupakan salah satu contoh yang dapat mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati, jika kita kaitkan dengan penelitian ini yaitu Roti Bakar Penampilan juga berperan penting contohnya saat penyajian setelah Roti itu di masak ada yang sebagian menampilkan dalam bentuk Kering, Basah (Berminyak) tergantung permintaan konsumen.

c) Porsi

Proses penyajian makanan telah ditentukan standarnya yang sering disebut *standard portion size*, Begitupun dengan Roti Bakar Standar Penyajiannya juga memiliki porsi yang telah ditentukan yaitu Pembelian minimal Perbungkus.

d) Bentuk

Bentuk makanan sangat berpengaruh terhadap daya tarik mata. Bentuk yang menarik dapat diperoleh melalui proses pemotongan dan cara pembungkusan, Roti Bakar yang diteliti ini juga bisa memberikan bentuk menarik contohnya dalam segi pemotongan, Pemotongan akan disesuaikan dengan keinginan konsumen.

e) Temperatur

Variasi temperatur dapat dijadikan pembeda antara satu makanan dengan lainnya

karena temperature dapat mempengaruhi rasa yang ada dalam makanan tersebut.

Temperatur pada Roti Bakar jika kita lihat dari aspek rasa contohnya rasa manis bisa dipengaruhi dengan pemberian kream susu yang lebih banyak dan rasa asin bisa dipengaruhi dengan pemberian Mentega/Margarin lebih banyak dari porsi standar.

f) Tekstur

Dalam makanan memiliki beberapa tekstur yaitu halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tingkat tips dan halus serta bentuk makanan bisa dirasakan melalui tekanan dan gerakan dari reseptor di mulut. Tekstur Pada Roti bakar akan lebih enak dan lembut ketika masih keadaan baru sudah di masak atau hangat dan kalau sudah dingin teksturnya mulai agak padat tapi tetap enak sebagian konsumen berpendapat, jika mengubah kembali teksturnya agar lembut bisa di Hangatkan Pakai Reskuker (Pemasak Nasi)

g) Aroma

Aroma adalah suatu reaksi yang dapat mempengaruhi konsumen sebelum makanan dapat dinikmati dikarenakan konsumen dapat mencium aroma dari makanan tersebut. Di dalam Roti bakar Aroma kenikmatan ini bisa di timbulka dengan menggunakan *Butter* (Mentega), *Butter* merupakan mentega, *butter* berasal dari cream susu atau lemak hewani, Mentega atau *Butter* ini adalah Produk alami yang tidak mengandung Trans-fatty (asam lemak trans).SedangkanMargarin berbahan dasar minyak atau lemak nabati. Margarin memiliki tekstur yang lebih padat atau kaku, stabil di ruang suhu (tidak mudah meleleh), dan memiliki warna lebih kuning daripada Mentega / *Butter*

h) Tingkat kematangan

Lidah memiliki kemampuan untuk mendeteksi berbagai macam rasa seperti manis, asam, asin, pahit, Terkadang di beberapa makanan tertentu terdapat empat rasa itu sekaligus sehingga menjadi satu rasa yang unik pada saat disantap. Jika kita kaitkan dengan roti bakar tingkat kematangan ini bukan bergantung pada warna rotinya, Tapi kesesuaian api yang digunakan dan durasi waktu yang dibutuhkan, Biasanya dengan tingkat kematangan yang pas memakan waktu lebih kurang 7-8 menit.

i) Rasa

Perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati. Pada Roti Bakar Rasa kenikmatan tergantung pada selera masing-masing konsumen.

2.2 Beberapa Dimensi Kepuasan pelanggan

1. Reability

Dimensi kepuasan pelanggan berikutnya adalah reliability. Apa yang dimaksud dengan *reliability*? Reability adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan bagi pelanggan. Jika tangibles adalah tentang hal yang konkret, *reliability* bisa dibilang lebih abstrak. Ini karena *reliability* bersinggungan langsung dengan harapan konsumen.

Kembali lagi pada contoh bermalam di hotel. Dalam contoh ini, yang disebut dengan reliability adalah hal-hal yang berkaitan dengan harapan seperti ketepatan waktu (*punctuality*) saat check-in hingga keramahan yang diberikan oleh karyawan dan staf.

2. Responsiveness

Sama seperti namanya, responsiveness berkaitan langsung dengan ketanggapan. Artinya, responsiveness adalah tentang bagaimana perusahaan memberikan layanan yang responsif terhadap semua keinginan dan kebutuhan pelanggan. Biasanya responsiveness ini juga diikuti dengan penyampaian yang runtut namun tetap mudah dimengerti.

3. Assurance

Dimensi berikutnya adalah assurance. Assurance berkaitan dengan kepastian, tepatnya kepastian yang didapatkan pelanggan dari perilaku pelaku usaha. Assurance ini bisa didapat, misalnya, dari komunikasi yang baik, pengetahuan yang luas, hingga sikap sopan dan santun kepada pelanggan. Dengan adanya assurance maka kepercayaan pelanggan terhadap produk Anda pun akan meningkat.

4. Empathy

Dimensi terakhir dari 5 dimensi kepuasan pelanggan adalah empathy. Apa yang dimaksud dengan empathy di sini? Empathy yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan perhatian yang tulus dan dekat kepada masing-masing pelanggan. Empathy akan membantu Anda untuk mengetahui kebutuhan serta keinginan dari pelanggan dengan spesifik.

Berdasarkan definisi kepuasan pelanggan di atas memiliki kesamaan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian dari pelanggan atas penggunaan produk dan memenuhi kebutuhan.

2.3 Mengukur Tingkat Kepuasan

Menurut Philip Kotler dalam Fandi Tjiptono (2008: 454), ada beberapa metode yang bisa mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Menerapkan system keluhan dan saran dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan, sehingga para pelanggan memiliki kesempatan untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan. Mengenai Saran dan Keluhan Roti Bakar ini menerima langsung Saran dan Keluhan dari Konsumen karena melakukan pihak pemilik melakukan komunikasi langsung dengan Konsumen.

2. Survey kepuasan pelanggan

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda bahwa perusahaan memperhatikan para pelanggannya.

3. Ghost shopping

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost shopping) untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Dimana ghost shopper menyampaikan temuan mengenai kelemahan maupun kelebihan produk perusahaan dan pesaing.

4. Lost customer analysis

Menurut Zeithaml dan Bitner *dalam* Sangadji dan Sopiha (2013:180) kepuasan konsumen merupakan *"customer's evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation"*. Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Menurut Kotler *dalam* Sangadji dan Sopiha

(2013:181) “kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi lain.”

Menurut Kotler *dalam* Sangadji dan Sopiah (2013:181), kepuasan konsumen adalah suatu perbandingan antara persepsi dengan produk yang didapati sehingga memunculkan rasa puas atau kecewa. Rasa puas akan membuat konsumen menjadi pelanggan tetap produk tersebut sedangkan rasa kecewa akan membuat konsumen untuk berhenti membeli produk tersebut.

Kepuasan Konsumen adalah evaluasi terhadap produk dan jasa apakah sesuai dengan harapan atau tidak. (Schiffman dan Kanuk, 2007, p.15). Menurut Lovelock dan Wirtz (2007) “konsumen melakukan tindak observasi terhadap kinerja produk dan layanan, dan membandingkannya dengan standar atau harapan konsumen, dan selanjutnya terbentuk sebuah putusan kepuasan yang didasarkan pada perbandingan tersebut”

Apabila pembelian yang dilakukan konsumen menghasilkan pemenuhan atas kebutuhan dan harapan, maka akan tercipta kepuasan konsumen. Pendapat tersebut senada dengan yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (2006), bahwa kepuasan

konsumen adalah “tingkat perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang diterima dengan harapannya (p.136).”

Kotler dan Keller (2006) menyatakan “kunci utama untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen (p.137).” Hal ini dikarenakan penjualan setiap periode berasal dari konsumen baru dan konsumen yang sudah ada. Oleh karena itu, untuk dapat mempertahankan konsumen, maka perusahaan harus melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen.

Beberapa dimensi kepuasan konsumen menurut Irawan (2008:9) adalah sebagai berikut:

- a. Kepuasan konsumen secara menyeluruh. Konsumen yang mengonsumsi produk Roti Bakar Bandung akan merasa puas setelah menggunakan produk tersebut.
- b. Merekomendasikan kepada orang lain. Konsumen yang merasa puas akan memberi informasi bahwa produk itu banyak diminati oleh masyarakat.
- c. Akan melakukan pembelian kembali. Konsumen merasa puas sehingga akan menjadi pelanggan tetap dan akan datang lagi untuk membeli.

2.4 PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rindu Nadia Dewi1, Rahmat Hidayat 2 (2015)	"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam."	Berdasarkan kriteria di atas maka hipotesis 1 diterima, artinya "terdapat pengaruh merek terhadap kepuasan pelanggan Bingka Nayadam Batam. Dan berdasarkan hasil analisis data variabel merek berada ditingkat rentang skala sangat baik dengan jumlah sebesar 4877 dapat dikatakan bahwa variabel merek memiliki peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan produk Bingka Nayadam Batam."
2	Dewi Sartika1, Agustin Basriani2 (2018)	"Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau"	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa "variabel bebas yaitu Kinerja (X1), Keandalan (X2), Fitur (X3), Daya Tahan (X4), Kesesuaian (X5), dan Desain (X6) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Hal ini ditunjukkan dari nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 20,243 dengan signifikansi 0,000. Sehingga dapat dikatakan bahwa Kinerja (X1), Keandalan (X2), Fitur (X3), Daya Tahan (X4), Kesesuaian (X5), dan Desain (X6) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) keripik nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			Provinsi Riau.”
3.	Ramadhan harahap (2017)	“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji KFC Cabang Asia Mega Mas Medan”	Peneliti menarik kesimpulan pada penelitian ini sesuai bukti dan data yang diteliti. “Dari pengujian korelasi menunjukkan hasil 0,627 dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang, maka $0,627 > 0,5$. Nilai korelasi positif artinya terjadi hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan, yang berarti jika kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan juga semakin tinggi dan hubungan diantara keduanya positif”

2.5 Kerangka Pikir

Berdasarkan tinjauan pustaka dan tujuan penelitian maka kerangka pemikiran antara pengaruh kualitas dan kepuasan pelayanan adalah



Keterangan :

Y : variabel dependen (*dependent variable*) atau variabel terkait yaitu variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat

dengan mengenali berbagai variabel dependen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y).

X : Variabel independen (*independent variabel*) atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen (Sugiyono, 2009). Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas Produk.

2.6 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori yang telah dikemukakan di atas, maka dapatlah dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

“Diduga Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan pada usaha Roti Bakar Bandung Sanak di Kota Pekanbaru”.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek / Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh penulis, berlokasi di Jl. Hangtuah Ujung No. 285, Kel. Rejosari Kec. Tenayan Raya Kota Pekanbaru, dengan meminta konsumen untuk mengisi kuesioner dengan maksud memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.2 Operasional Variabel

Kerlinger (2006), definisi variabel operasional merupakan spesifikasi kegiatan penelitian dalam mengukur suatu variabel. Dengan kata lain definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang sangat membantu penelitian lain yang ingin menggunakan variabel yang sama.

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk (X) Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat (Kotler dan Amstrong 2012).	Kualitas Makanan	<ul style="list-style-type: none"> - Warna - Penampilan - Porsi - Bentuk - Temperatur - Tekstur - Aroma - Tingkat kematangan - Rasa 	Ordinal

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
2	Kepuasan Pelanggan (Y) Suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang di konsumsi (Walker, et al.2001:35)	Kepuasan pelanggan	-kepuasan konsumen -Kepercayaan Kualitas Makanan -Merekomendasikan Kepada Orang lain -Melakukan Pembelian Ulang	Ordinal

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2007) populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” Populasi dari penelitian ini adalah konsumen dari Roti Bakar Bandung Sanak langsung.

Sampel dapat didefinisikan menurut Cooper *et al.* (2008, p.90) adalah “*A portion of the target population, and the portion must be carefully selected to represent that population*”. Sehingga dapat didefinisikan bahwa “sampel adalah sebagian dari populasi sasaran, dan bagian itu harus dipilih secara hati - hati untuk dapat mewakili populasi tersebut. Dalam suatu survey tidak perlu untuk meneliti semua individu dalam populasi karena akan memakan banyak biaya dan waktu.” Dengan melakukan penelitian kepada sebagian dari populasi, diharapkan bahwa hasil yang didapat mampu menggambarkan

populasi yang bersangkutan. Dalam penelitian ini, sampel yang akan diteliti adalah seluruh konsumen Roti Bakar Bandung Sanak baik dari kalangan pelajar, mahasiswa, pegawai negeri dan swasta, serta wiraswasta.

b. Sampel

Menurut Endang Mulyatiningsih (2011:10) menyatakan “bahwa sampel adalah cuplikan atau bagian dari populasi.” “Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:62).” Sampel yang dipakai harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel insidental sampling. “Sampling incidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2006:67).” Jumlah sampel sebanyak 30 orang, sampel dalam penelitian ini adalah orang atau konsumen yang kebetulan datang dan menikmati produk Roti Bakar Bandung Sanak di Kota Pekanbaru, diwaktu peneliti sedang melaksanakan penelitian.

3.4 Jenis dan Sumber Data

- a. Data primer yaitu data yang didapat dilapangan berupa pendapat atau tanggapan dari para responden tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada usaha roti bakar bandung Sanak di kota pekanbaru
- b. Data Sekunder yaitu data yang didapat secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian yang sikapnya

melengkapi atau mendukung data primer.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan, terpercaya. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

- a. Dokumentasi, yaitu informasi yang diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk gambar atau foto kegiatan dan sebagainya.
- b. Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden penelitian pada konsumen roti bakar bandung sanak di kota pekanbaru pada saat itu.

3.6 Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif dan kuantitatif

Untuk mendapatkan hasil data dari variabel-variabel tersebut, maka penulis mentransformasikan data kualitatif dari kuesioner menjadi data kuantitatif dengan memberikan bobot atau skor nilai pada kuesioner. Untuk menentukan nilai jawaban setiap pernyataan digunakan skala *likert*, yaitu skala yang dapat memperlihatkan tanggapan konsumen terhadap karakteristik suatu produk. Informasi yang diperoleh dari skala *likert* berupa skala pengukuran ordinal sehingga terhadap hasilnya hanya dapat dibuat rangking tanpa dapat diketahui berapa besarnya selisih antara selisih antara satu tanggapan ketanggapan lain. Skala yang digunakan adalah dengan lima alternatif jawaban yaitu.

Tabel 3.2

Pengukuran Skala Ordinal

No	Penilaian	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

b. Uji instrumen**1) Uji validitas**

Pengujian validitas setiap instrumen pertanyaan yang digunakan dalam analisis item dengan cara mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap butir. Validitas adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu test mengukur apa yang hendak diukur (Sukardi, 2013).

2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah pengujian yang berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap alat test (instrumen). Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi apabila hasil dari pengujian tersebut menunjukkan hasil yang tepat atau tidak berubah, dengan kata lain, masalah reliabilitas test atau instrumen yang berhubungan dengan penetapan masalah hasil. Jika terdapat perubahan dalam hasil akhir test atau instrumen maka perubahan tersebut dianggap tidak berarti.

c. Uji analisis regresi linear Sederhana

Teknik analisis data dilakukan secara kuantitatif, yaitu proses analisis data yang dilakukan dengan menelaah data secara keseluruhan dari berbagai sumber yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka. Untuk menganalisis data penulis menggunakan

metode regresi linear sederhana, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan terikat yang dibantu dengan menggunakan program *SPSS Versi 22.0*. Adapun persamaan model regresi linear sederhana.

Dimana :

$$Y = a + bX + e$$

- Y = Kepuasan Pelanggan
 a = Konstanta
 X = Kualitas Peroduk
 b = Koefisien Regresi (parsial)
 e = Tingkat Kesadaran (eror)

d. Uji hipotesis

1) Uji f

Uji F yaitu pengujian hipotesis variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau secara bersama-sama, selanjutnya dibandingkan nilai F dengan $\alpha=0,05$ kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

$F_{sig} > 0,05$ berarti tidak ada pengaruh secara simultan.

$F_{sig} < 0,05$ berarti ada pengaruh secara simultan

2) Uji T Parsial

Untuk menguji hipotesis digunakan uji statistik dengan menggunakan uji t. Uji t dilakukan untuk mengetahui variabel bebas X yang mana berpengaruh terhadap variabel

terikat Y. Pengujian dilakukan untuk melihat keberartian dari masing-masing variabel secara terpisah terhadap variabel terikat. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, yaitu:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ 5% maka HO ditolak dan HI diterima yang berarti bahwa variabel bebas X berpengaruh terhadap variabel Y.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ 5% maka HO diterima dan HI ditolak yang berarti bahwa variabel bebas X tidak berpengaruh terhadap variabel terikat Y.

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t yang didapat dari perhitungan dengan nilai t yang ada pada tabel t dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) sebesar $n-k$.

N = jumlah sampel

K = jumlah variabel (variabel bebas dan variabel terikat)

e. Uji Koefisien Determinasi

Pengukuran dilakukan dengan menghitung angka koefisien determinasi (R^2) mendekati 1 maka makin tepat suatu garis linier dipergunakan sebagai pendekatan terhadap penelitian. Persamaan regresi selalu disertai dengan R^2 sebagai ukuran kecocokan.

Untuk memudahkan dan memberikan hasil secara akurat dan pasti maka dalam melakukan pengujian statistik tersebut menggunakan program komputer SPSS (*statistic for product and service solutions*) untuk mencari Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Roti Bakar Bandung Sanak Di Kota Pekanbaru”.



BAB IV

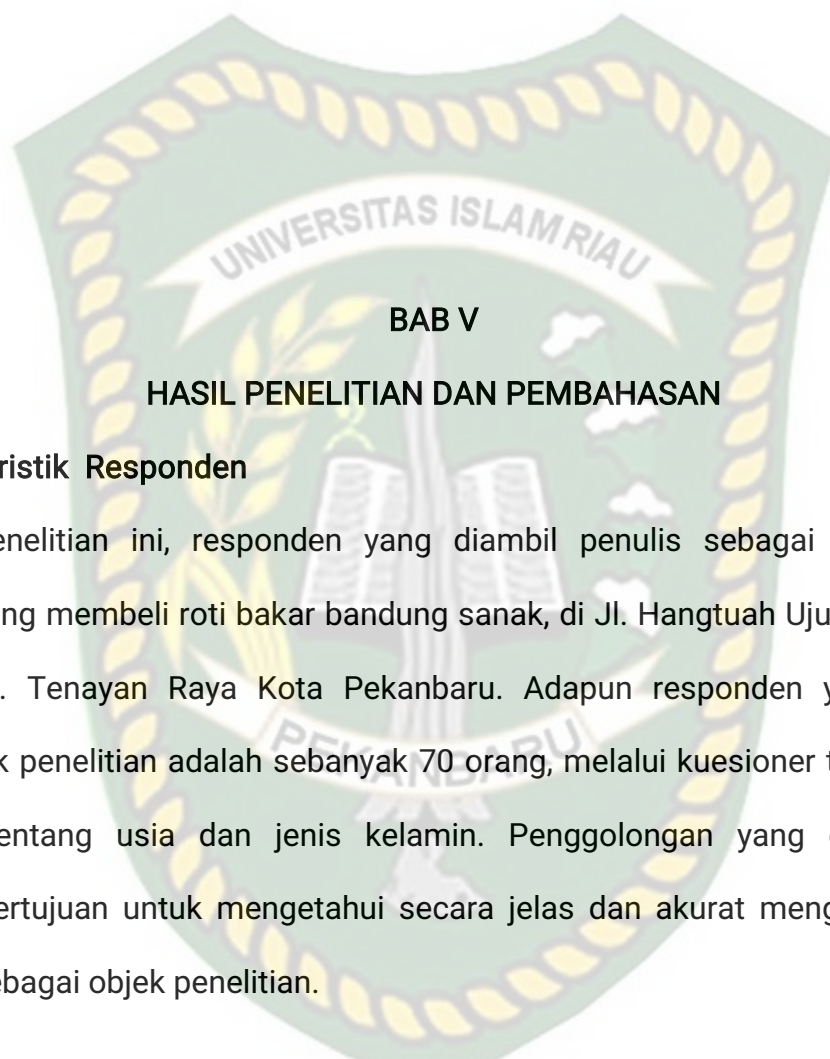
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Roti Bakar Bandung

Roti Bakar Bandung Sanak awal berdiri pada tahun 2016 tepatnya pada bulan November 2016. Pada waktu itu saya atas nama Ravi Radianto selaku pemilik Usaha Roti Bakar Bandung Sanak ini memulai berjualan roti bakar Bandung karena ditawarkan oleh seseorang yang mempunyai bisnis kuliner ini.

Pada waktu itu usaha Roti Bakar Bandung di daerah Hangtuh Pekanbaru cukup sulit untuk ditemukan dan setelah itu saya berinisiatif untuk membuka usaha Roti Bakar Bandung melihat peluang yang cukup besar untuk membuka usaha ini.

Usaha Roti Bakar Bandung ini berlokasi di Jalan Hangtuh Ujung Simpang Indahpuri Kelurahan Rejosari Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru dan baru memiliki 1 Cabang, Roti Bakar Bandung buka setiap hari mulai jam 18.00 – 23.00 WIB.



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, responden yang diambil penulis sebagai sampel adalah konsumen yang membeli roti bakar bandung sanak, di Jl. Hangtuh Ujung No. 285, Kel. Rejosari Kec. Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Adapun responden yang digunakan sebagai objek penelitian adalah sebanyak 70 orang, melalui kuesioner terdapat kondisi responden tentang usia dan jenis kelamin. Penggolongan yang dilakukan pada responden bertujuan untuk mengetahui secara jelas dan akurat mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian.

5.1.1 Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin adalah suatu konsep analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan laki-laki dan perempuan dilihat dari sudut non biologis. Dimana secara teoritis jenis kelamin mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang dalam mengambil keputusan demikian pula dalam menentukan pilihan, jenis kelamin akan memberikan

pengaruh. Identitas umum responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	26	36,8
Perempuan	44	63,2
Jumlah	70	100

Sumber : data olahan penelitian 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui dari 70 responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 26 orang atau 36.8%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 44 orang atau 63,2%.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yang banyak membeli roti bakar bandung sanak dipekanbaru, hal ini dikarenakan perempuan lebih sering membeli makanan dan cemilan untuk kebutuhannya sehari-hari dibandingkan laki-laki.

5.1.2 Identitas responden berdasarkan usia

Tabel 5.2
Identitas responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
< 20 tahun	12	17,2
21-29 tahun	35	50,0
30-39 tahun	14	20,0
40-49 tahun	9	12,8
>50 tahun	-	-
Jumlah	70	100

Berdasarkan tabel 5.2 dapat diketahui bahwa usia pelanggan yang membeli roti

bakar bandung sanak sangat bervariasi mulai dari usia <20 sebanyak 12 orang atau 17,2%, usia 21-29 sebanyak 35 orang atau 50 %, usia 30-39 sebanyak 14 atau 20%, dan usia 40-49 sebanyak 9 atau 12 %. Dan usia >50 tidak ada.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang membeli Roti Bakar Bandung ialah yang berusia diantara 21-29 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa peminat roti bakar bandung sanak yaitu pada usia 21-29 tahun, dan masih berusia muda yang masing hobby untuk memakan makanan yang manis-manis.

5.2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur itu mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 1013:172). Uji ini dapat diketahui apakah item-item pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden yang sebenarnya menyempurnakan kuesioner tersebut.

Suatu koesioner dikatakan valid (sah jika pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk menggunakan sesuatu yang akan diukur kuesioner tersebut. Untuk di uji ini digunakan program *Compuer SPSS for windows*. Sehingga diketahui suatu r hitung untuk tiap butir pertannyan, suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika r hitung > r tabel, dan jika r hitung < maka pertanyaan tersebut tidak valid. Hasil dari Uji Validitas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.3
Uji Validitas

Variabel	Koefisien Korelasi	R tabel	Status
Kualitas Pelayanan (X)	0,455	0,2352	Valid
	0,556	0,2352	Valid
	0,511	0,2352	Valid
	0,561	0,2352	Valid
	0,598	0,2352	Valid
	0,749	0,2352	Valid
	0,642	0,2352	Valid
	0,538	0,2352	Valid
	0,384	0,2352	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	0,650	0,2352	Valid
	0,689	0,2352	Valid
	0,713	0,2352	Valid
	0,668	0,2352	Valid
	0,544	0,2352	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS

5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Pengujian Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *formula Alpha Cronchboach*, dimana hasil ujinya disajikan pada tabel berikut :

Tabel 5.4
Uji Reliabilitas (Reliability statistics)

Variabel	Koefisien Alpha	Jumlah item
Kualitas Pelayanan (X)	0,703	9
Kepuasan Konsumen (Y)	0,821	5

Sumber : Data Olahan SPSS

Pengujian reliabilitas instrument dilakukan pada item-item pertanyaan yang reliabilitas memiliki validitas. Instrument dinyatakan relibel jika nilai koefisien reliabilitas

yang diperoleh paling tidak mencapai 0,7 hasil uji reliabilitas yang disajikan yang diperoleh paling tidak mencapai 0,7 hasil uji reliabilitas yang disajikan tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,7 sehingga instrument yang digunakan dinyatakan valid.

5.3 Analisis deskriptif tentang variabel Kualitas Produk (X)

Variabel periklanan pada penelitian ini diukur dengan 9 buah indikator. Hasil tanggapan terhadap kualitas produk antara lain :

1. Kecerahan warna Roti Bakar Bandung Sanak Sesuai yang diminta Konsumen

Kecerahan warna akan memberikan kesan yang mampu memberikan penarikan pada setiap pembelian produk atau jasa. Dengan adanya kecerahan warna juga akan memberikan minat konsumen untuk membeli dan mencoba produk yang ditawarkan tersebut. Untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai kecerahan warna roti bakar Bandung sanak sesuai yang diminta konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.5
Tanggapan responden tentang Kecerahan warna Roti Bakar Bandung Sanak Sesuai yang diminta Konsumen

Tanggapan responden	Frekuensi	persentase
Sangat setuju	23	32,9
Setuju	37	52,9
Cukup	9	12,9
Tidak setuju	1	1,4
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan (2020)

Berdasarkan penilaian responden mengenai Kecerahan warna Roti Bakar Bandung Sanak Sesuai yang diminta Konsumen yang terdapat pada tabel diatas responden memilih sangat setuju sebanyak 23 orang atau 32,9%, responden memilih setuju

sebanyak 37 orang atau 52,9 %, responden memilih cukup sebanyak 9 orang atau 12,9%, responden memilih tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4 %, dan tidak ada responden yang memberikan penilaian sangat tidak setuju,

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai kecerahan warna roti bakar Bandung Sanak ialah setuju yang berjumlah 37 orang atau 52,9%. Hal ini disebabkan bahwa kecerahan roti Bakar Bandung Sanak sesuai dengan keinginan konsumen itu sendiri.

2. Saya menyukai tampilan roti bakar bandung sanak

Tampilan merupakan salah satu kesan kualitas produk yang dinilai dan yang diinginkan oleh konsumen. Dengan tampilan tersebut akan memberikan kesan yang mampu mempositifkan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen. Dari tampilan juga akan memberikan kesan atau wadah dari luar yang menarik. Adapun tanggapan responden tentang Saya menyukai tampilan roti bakar bandung sanak dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.6
Tanggapan Responden Tentang Saya Menyukai Tampilan Roti Bakar Bandung Sanak

Tanggapan responden	Frekuensi	persentase
Sangat setuju	16	30,0
Setuju	33	47,1
Cukup	21	22,9
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan (2020)

Berdasarkan penilaian responden mengenai Saya menyukai tampilan roti bakar bandung sanakyang terdapat pada tabel diatas, responden memilih sangat setuju sebanyak 16 orang atau 30%, responden memilih setuju sebanyak 33 orang atau 47,1 %, responden memilih cukup sebanyak 21 orang atau 22,9%, tidak ada responden yang memberikan penilaian tidak setuju dan sangat tidak setuju

Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai tampilan roti bakar bandung sanak ialah setuju yang berjumlah 33 orang atau 47,1%. Hal ini disebabkan bahwa tampilan roti bakar tersebut memiliki tampilan roti yang dapat menarik konsumen.

3. Produk Roti Bakar Bakar Bandung Memberikan Porsi Yang Sudah Sesuai Dengan Standar Pengemasan

Standar pengemasan yang baik dan sesuai dengan bentuk pengemasannya memberikan kenyamanan konsumen dan menambah kesan kemenarikan konsumen untuk membeli. Dari pengemasan yang full tersebut juga akan membuat konsumen ingin membeli. Tanpa ada standar pengemasan yang baik juga akan memperburuk kesan produk tersebut. yang Adapun tanggapan responden tentang Produk Roti Bakar Bakar Bandung memberikan porsi yang sudah sesuai dengan standar pengemasandapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.7

Tanggapan responden tentang Produk Roti Bakar Bakar Bandung memberikan porsi yang sudah sesuai dengan standar pengemasan

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	11	14,3
Setuju	39	55,7

Cukup	21	30,3
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan SPSS (2020)

Berdasarkan penilaian responden mengenai Produk Roti Bakar Bakar Bandung memberikan porsi yang sudah sesuai dengan standar pengemasan yang terdapat pada tabel diatas, responden memilih sangat setuju sebanyak 11 orang atau 14,3%, responden memilih setuju sebanyak 39 orang atau 55,7 %, responden memilih cukup sebanyak 21 orang atau 30,3%, dan tidak ada responde yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju, berdasarkan tanggapan responden diatas dapat diketahui bahwa Produk Roti Bakar Bakar Bandung memberikan porsi yang sudah sesuai dengan standar pengemasan.

4. Pemotongan Roti Bakar Bandung Sanak Sesuai Dengan Keinginan Konsumen

Pemotongan roti biasanya ada yang berbentuk acak-acak atau yang berbentuk desain agar memberikan dan menambah kesan yang dapat menjangkau keinginan konsumen dengan pemotongan yang baik dan efektif. Dengan adanya pemotongan yang sesuai dengan keinginan konsumen maka kriteria konsumen akan menentukan dan mewujudkan keinginan konsumen tersebut. Adapun tanggapan responden tentang Pemotongan roti bakar bandung sanak sesuai dengan keinginan konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.8
Tanggapan Responden Tentang Pemotongan Roti Bakar Bandung Sanak Sesuai Dengan Keinginan Konsumen

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	21	30,0
Setuju	39	55,7
Cukup	10	14,3
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden mengenai Pematangan roti bakar bandung sanak sesuai dengan keinginan konsumen yang terdapat pada tabel diatas responden memilih sangat setuju sebanyak 21 orang atau 30%, responden memilih setuju sebanyak 39 orang atau 55,7 %, responden memilih cukup sebanyak 10 orang atau 14,3%, responden memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ada . Berdasarkan tanggapan responden diatas dapat diketahui bahwa Pematangan roti bakar bandung sanak sesuai dengan keinginan konsumen.

5. Temperatur pemanggangan roti bakar bandung sanak sesuai keinginan kosumen

Temperatur pada pemanggangan roti akan membuat konsumen untuk tertarik dan merasa puas untuk membeli roti tersebut. Jika temperature yang dimiliki oleh sebuah roti itu gelap atau menghitam disebabkan temperature yang tinggi maka penampilan roti tidak menjadi indah dan tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Adapun tanggapan responden tentang Temperatur pemanggangan roti bakar bandung sanak sesuai keinginan kosumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.9
Tanggapan Responden Mengenai Temperatur Pemanggangan Roti Bakar Bandung Sanak Sesuai Keinginan Kosumen

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	9	12,9
Setuju	26	37,1

Cukup	34	48,6
Tidak setuju	1	1,4
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden mengenai tanggapan Temperatur pemanggangan roti bakar bandung sanak sesuai keinginan kosumenyang terdapat pada tabel diatas, responden memilih sangat setuju sebanyak 9 orang atau 12,9%, responden memilih setuju sebanyak 26 orang atau 37,1 %, responden memilih cukup sebanyak 34 orang atau 48,6%, responden memilih tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4 %, dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju, artinya bahwa Temperatur pemanggangan roti bakar bandung sanak sesuai keinginan kosumen.

6. Kelembutan Tekstur Nya Masih Bisa Terjaga Apabila Diawetkan Di Sebuah Alat Pemasak Makanan

Kelembutan tekstur pada sebuah produk akan memberikan manfaat yang mampu memuaskan konsumen. Dengan kelembutan tekstur tersebut akan memberikan kemudahan konsumen untuk menilai dan membeli produk yang diinginkan oleh konsumen. Adapun tanggapan responden tentangKelembutan tekstur nya masih bisa terjaga apabila diawetkan di sebuah alat pemasak makanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.10

Tanggapan Responden Mengenai Kelembutan Tekstur Nya Masih Bisa Terjaga Apabila Diawetkan Di Sebuah Alat Pemasak Makanan

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	15	21,4
Setuju	24	34,3

Cukup	28	40,0
Tidak setuju	3	4,3
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden mengenai Kelembutan teksturnya masih bisa terjaga apabila diawetkan di sebuah alat pemasak makanan yang terdapat pada tabel diatas, responden memilih sangat setuju sebanyak 15 orang atau 21,4%, responden memilih setuju sebanyak 24 orang atau 34,3 %, responden memilih cukup sebanyak 28 orang atau 40%, responden memilih tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,3 %, dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan responden diatas dapat diketahui bahwa Kelembutan teksturnya masih bisa terjaga apabila diawetkan di sebuah alat pemasak makanan.

7. Aroma Roti Bakar Bandung Sanak Sangat Mengugah Selera

Aroma adalah salah satu bentuk penciuman yang dimiliki oleh setiap orang setelah mencium sesuatu, dengan aroma juga akan menambah kesan produk terhadap makanan atau minuman yang sudah ditawarkan. Dengan adanya aroma yang mengugah selera konsumen maka akan memberikan kenyamanan dan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Adapun tanggapan responden tentang Aroma roti bakar Bandung sanak sangat mengugah selera dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.11
Tanggapan Responden Mengenai Aroma Roti Bakar Bandung Sanak Sangat Mengugah Selera

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	17	24,3
Setuju	32	45,7
Cukup	21	30,0

Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden mengenai Aroma roti bakar bandung sanak sangan mengugah seleraterdapat pada tabel diatas, responden memilih sangat setuju sebanyak 17 orang atau 24,3%, responden memilih setuju sebanyak 32 orang atau 45,7 %, responden memilih cukup sebanyak 21 orang atau 30%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan responden diatas dapat diketahui bahwa Aroma roti bakar bandung sanak sangan mengugah selera.

8. Selalu Memberikan Pengganti Produk Yang Baru Jika Terjadi Kerusakan Pada Produk Sebelumnya

Kerusakan pada sebuah produk akan memberikan tanggapan negative oleh konsumen, dengan kerusakan tersebut konsumen tidak berminat dan kepuasannya berkurang. Dengan tanggapan negative konsumen, maka produk akan dicap jelek bahkan tidak ada konsumen lain yang ingin membeli produk tersebut, hal itu bisa diatasi dengan mengganti sebuah produk tersebut ke yang baru atau dengan produk yang tidak rusak. Adapun tanggapan responden tentang Selalu memberikan Pengganti Produk yang baru jika terjadi kerusakan pada Produk sebelumnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.12
Tanggapan Responden Mengenai Selalu Memberikan Pengganti Produk Yang Baru Jika Terjadi Kerusakan Pada Produk Sebelumnya

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	17	24,3

Setuju	19	27,1
Cukup	21	30,0
Tidak setuju	12	17,1
Sangat tidak setuju	1	1,4
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden mengenai Selalu memberikan Pengganti Produk yang baru jika terjadi kerusakan pada Produk sebelumnya terdapat pada tabel, responden memilih sangat setuju sebanyak 17 orang atau 24,3%, responden memilih setuju sebanyak 19 orang atau 27,1 %, responden memilih cukup sebanyak 21 orang atau 30%, responden memilih tidak setuju sebanyak 12 orang atau 17,1%, dan responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4 %.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Berdasarkan tanggapan responden diatas dapat diketahui bahwa Selalu memberikan Pengganti Produk yang baru jika terjadi kerusakan pada Produk sebelumnya.

9. Selalu Varian Rasa Yang Ada Di Roti Bakar Bandung Sudah Sesuai Dengan Keinginan Konsumen Dan Selalu Bertambah

Varian rasa akan memberikan konsumen untuk memilih dan menentukan apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhannya. Varian rasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen tidak membuat konsumen terpaksa hanya memilih satu warna saja. Dengan rasa yang banyak adan varian rasa yang lebih dari satu akan memberikan kepuasan konsumen. Adapun tanggapan responden tentang Varian Rasa yang ada di Roti Bakar Bandung Sudah Sesuai dengan keinginan Konsumen dan selalu bertambah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.13

Tanggapan Responden Mengenai Varian Rasa Yang Ada Di Roti Bakar Bandung Sudah Sesuai Dengan Keinginan Konsumen Dan Selalu Bertambah

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	10,0
Setuju	22	31,4
Cukup	28	40,0
Tidak setuju	12	17,1
Sangat tidak setuju	1	1,4
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden mengenai Varian Rasa yang ada di Roti Bakar Bandung Sudah Sesuai dengan keinginan Konsumen dan selalu bertambah terdapat pada tabel 5.15, responden menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang atau 10%, responden memilih setuju sebanyak 22 orang atau 31,4 %, responden memilih cukup sebanyak 28 orang atau 40%, responden memilih tidak setuju sebanyak 12 orang atau 17,1 %, dan responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4 %. Berdasarkan tanggapan responden diatas dapat diketahui bahwa Varian Rasa yang ada di Roti Bakar Bandung Sudah Sesuai dengan keinginan Konsumen dan selalu bertambah.

Tabel 5.14

Rekapitulasi Jawaban Kuesioner pada Variabel Kualitas Produk Roti Bakar Bandung Sanak

No	Variabel	SS	S	C	TS	STS	Skor
1	Kecerahan warna Roti Bakar Bandung Sanak Sesuai yang diminta Konsumen	23	37	9	1	-	
	Bobot nilai	115	148	27	2	-	292
2	Saya menyukai tampilan roti bakar bandung sanak	16	33	21	-	-	
	Bobot nilai	80	132	63	-	-	275
3	Produk Roti Bakar	11	48	11	-	-	

No	Variabel	SS	S	C	TS	STS	Skor
	Bakar Bandung memberikan porsi yang sudah sesuai dengan standar pengemasan						
	Bobot nilai	55	192	33	-	-	280
4	Pemotongan roti bakar bandung sanak sesuai sengan keinginan konsumen	21	39	10	-	-	
	Bobot nilai	105	156	30	-	-	291
5	Temperatur pemanggangan roti bakar bandung sanak sesuai keinginan kosumen	9	26	34	1	-	
	Bobot nilai	45	104	102	2	-	253
6	Kelembutan teksturnya masih bisa terjaga apabila diawetkan di sebuah alat pemasak makanan	15	24	28	3	-	
	Bobot nilai	75	96	84	6	-	261
7	Aroma roti bakar bandung sanak sangat mengugah selera	17	32	21	-	-	
	Bobot nilai	85	128	63	-	-	276
8	Selalu memberikan Pengganti Produk yang baru jika terjadi kerusakan pada Produk sebelumnya	17	19	21	12	1	
	Bobot nilai	85	78	63	21	1	249
9	Varian Rasa yang ada di Roti Bakar	7	22	28	12	1	

No	Variabel	SS	S	C	TS	STS	Skor
	Bandung Sudah Sesuai dengan keinginan Konsumen dan selalu bertambah						
	Bobot nilai	35	88	84	24	1	232
	Total						2409

Sumber : Data Olahan 2020

Dari tabel diatas mengenai rekapitulasi Kualitas Produk. Dapat dilihat jumlah skor total sebesar **2409** bahwa ini dapat diketahui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Maksimal} = 9 \times 5 \times 70 = 3150$$

$$\text{Nilai Minimal} = 9 \times 1 \times 70 = 630$$

$$\frac{\text{Sekor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{3150 - 630}{5} = \frac{2520}{5} = 504$$

Untuk mengetahui tingkat rekapitulasi Kualitas produk Roti bakar bansung sanak, maka dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Sangat Baik} = 3150 - 2646$$

$$\text{Baik} = 2646 - 2142$$

$$\text{Cukup Baik} = 2142 - 1638$$

$$\text{Kurang baik} = 1638 - 1134$$

$$\text{Tidak Baik} = 1134 - 630$$

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat bahwa kualitas produk roti bakar banduk sanak, kriteria penilaian berada dalam katagori “baik” sesuai dengan apa yang di harapkan.

5.4 Analisis Deskriptif Tentang Variabel Kepuasan pelanggan(Y)

kepuasan pelanggan merupakan fungsi dan harapan yaitu evaluasi pelanggan terhadap kinerja produk atau layanan yang sesuai atau melampaui harapan konsumen. Kepuasan juga dapat diartikan dengan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja dibawah harapan, tentu akan membuat pelanggan kecewa, tetapi apabila kinerja diatas harapan sudah pasti akan membuat pelanggan merasa sangat puas.

Variabel periklanan pada penelitian ini diukur dengan 5 buah indikator. Hasil tanggapan terhadap kepuasan pelanggan antara lain :

1. Saya merasa puas dengan roti bakar bandung sanak

Kepuasan merupakan salah satu bentuk penilaian konsumen yang sesuai dengan keinginan dan harapannya terhadap produk atau setelah mencicipi produk tersebut. Dengan adanya produk yang digunakan sudah puas maka ia akan berkeinginan untuk membeli ulang dari produk tersebut. Adapun tanggapan responden tentang Saya merasa puas dengan roti bakar bandung sanak dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.15

Tanggapan Responden Mengenai Saya Merasa Puas Dengan Roti Bakar Bandung Sanak

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	14	20,0
Setuju	34	48,6
Cukup	15	21,4
Tidak setuju	6	8,6
Sangat tidak setuju	1	1,4
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden mengenai Saya merasa puas dengan roti bakar bandung sanak terdapat pada tabel diatas, responden memilih sangat setuju sebanyak

14 orang atau 20%, responden memilih setuju sebanyak 34 orang atau 48,6 %, responden memilih cukup sebanyak 15 orang atau 21,4%, responden memilih tidak setuju sebanyak 6 orang atau 8,6 %, dan responden yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4 %. Berdasarkan tanggapan responden diatas dapat diketahui bahwa responden puas dengan roti bakar bandung sanak bandung pekanbaru.

2. Penggunaan waktu yang relatif cepat dalam memproses Roti Bakar Bandung

Penggunaan waktu atau proses pembuatan produk tersebut merupakan salah satu penilaian kepuasan konsumen, agar dengan waktu yang digunakan tersebut cepat maka konsumen tidak perlu menunggu dengan cepat. Jika waktu yang di lakukan itu lama, maka konsumen menunggu dan memakan waktu yang lebih lama dalam pemrosesan produk tersebut. Adapun tanggapan responden tentang Penggunaan waktu yang relatif cepat dalam memproses Roti Bakar Bandung dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.16

Tanggapan Responden Mengenaipenggunaan Waktu Yang Relatif Cepat Dalam Memproses Roti Bakar Bandung

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	26	37,1
Setuju	34	48,6
Cukup	10	14,3
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden Penggunaan waktu yang relatif cepat dalam memproses Roti Bakar Bandung terdapat pada tabel diatas, responden memilih sangat setuju sebanyak 26 orang atau 37,1%, responden memilih setuju sebanyak 34 orang atau 48.6%, responden memilih cukup sebanyak 10 orang atau 14,3%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Penggunaan waktu yang relatif cepat dalam memproses Roti Bakar Bandung .

3. Kualitas roti bakar bandung sanak sudah memenuhi standar roti bakar.

Kualitas produk yang ditawarkan jika sesuai dengan keinginan konsumen maka akan memiliki kesamaan dalam menggunakan dan mencoba produk tersebut. Dengan adanya kesesuaian stranda yang sesuai dan memenuhi akan memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan tersebut. Adapun tanggapan responden tentang Kualitas roti bakar bandung sanak sudah memenuhi standar roti bakardapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.17
Tanggapan Responden Mengenaikualitas Roti Bakar Bandung Sanak Sudah Memenuhi Standar Roti Bakar

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	11	15,7
Setuju	35	50,0
Cukup	23	32,9
Tidak setuju	1	1,4
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden mengenai Kualitas roti bakar bandung sanak sudah memenuhi standar roti bakarterdapat pada tabel diatas responden memilih

sangat setuju sebanyak 11 orang atau 15,7%, responden memilih setuju sebanyak 35 orang atau 50 %, responden memilih cukup sebanyak 23orang atau 32,9%, responden memilih tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4 %, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas roti bakar bandung sanak sudah memenuhi standar roti bakar.

4. Kualitas Saya akan Merekomendasikan roti bakar bandung sanak Kepada Orang lain

Rekomendasi adalah penilaian setelah apa yang dirasakan oleh konsumen setelah mencoba beberapa kali membeli produk tersebut. Jika ada yang diberikan oleh konsumen tersebut enak dan sesuai dengan harapannya maka besar kemungkinan konsumen akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Adapun tanggapan responden tentang Saya akan Merekomendasikan roti bakar bandung sanak Kepada Orang lain dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.18
Tanggapan Responden Mengena Saya Akan Merekomendasikan Roti Bakar Bandung Sanak Kepada Orang Lain

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	25	35,7
Setuju	35	50,0
Cukup	10	14,3
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden mengenai Saya akan Merekomendasikan roti bakar bandung sanak Kepada Orang lain terdapat pada tabel diatas, responden memilih sangat setuju sebanyak 25 orang atau 35,7%, responden memilih setuju sebanyak 35

orang atau 50 %, responden memilih cukup sebanyak 10 orang atau 14,3 dan tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menggambarkan bahwa responden akan merekomendasikan roti bakar bandung sanak Kepada Orang lain

5. Kualitas Saya akan Melakukan Pembelian Ulang roti bakar bandung sanak.

Pembelian ulang merupakan salah satu perilaku setelah melakukan dan merekomendasikan untuk menilai dari beberapa produk tersebut, dengan pembelian ulang yang dilakukan berberapa kali akan membentuk suasana yang mampu menciptakan kenyamanan konsumen tersebut. Dengan pemberian dan pembelian ulang konsumen akan menambah peningkatan penjualan konsumen tersebut. Adapun tanggapan responden tentang Saya akan Melakukan Pembelian ulang roti bakar bandung sanak. dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5.19

Tanggapan Responden Mengenai Saya Akan Melakukan Pembelian Ulang Roti Bakar Bandung Sanak

Tanggapan responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	14	20,0
Setuju	39	54,3
Cukup	17	24,3
Tidak setuju	1	1,4
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	70	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan penilaian responden Saya akan Melakukan Pembelian ulang roti bakar bandung sanak terdapat pada tabel diatas, responden menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang atau 20%, responden memilih setuju sebanyak 39 orang atau 54,3 %, responden memilih cukup sebanyak 17 orang atau 24,3%, responden memilih tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4 %, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Hal ini menggambarkan bahwa responden akan Melakukan Pembelian ulang roti bakar bandung sanak.

Tabel 5.20

Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (Y) Pada Roti Bakar Bandung Sanak

No	Variabel	SS	S	C	TS	STS	Skor
1	Saya merasa puas dengan roti bakar bandung sanak	14	34	15	6	1	
	Bobot nilai	70	136	45	12	1	264
2	Penggunaan waktu yang relatif cepat dalam memproses Roti Bakar Bandung	26	34	10	-	-	
	Bobot nilai	130	136	30	-	-	296
3	Kualitas roti bakar bandung sanak sudah memenuhi standar roti bakar.	11	35	23	1	-	
	Bobot nilai	55	140	69	2	-	266
4	Saya akan Merekomendasikan roti bakar bandung sanak Kepada Orang lain	25	35	10	-	-	
	Bobot nilai	125	140	30	-	-	295
5	Saya akan Melakukan Pembelian ulang roti bakar bandung sanak.	14	38	17	1	-	
	Bobot nilai	70	152	51	2	-	275
	Total						1396

Sumber : Data Olahan2020

Dari tabel diatas mengenai rekapitulasi Kepuasan pelanggan. Dapat dilihat jumlah skor

total sebesar 1396 bahwa ini dapat diketahui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Maksimal} = 5 \times 5 \times 70 = 1750$$

$$\text{Nilai Minimal} = 5 \times 1 \times 70 = 350$$

$$\frac{\text{Sekor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{1750 - 350}{5} = \frac{1400}{5} = 280$$

Untuk mengetahui tingkat rekapitulasi kepuasan pelanggan pada roti bakar bandung sanak, maka dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Sangat Baik} = 1750 - 1470$$

$$\text{Baik} = 1470 - 1190$$

$$\text{Cukup Baik} = 1190 - 910$$

$$\text{Kurang baik} = 910 - 630$$

$$\text{Tidak Baik} = 630 - 350$$

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat bahwa Kepuasan Konsumenkriteria penilaian berada dalam katagori “ baik”sesuai dengan apa yang di harapkan pada roti bakar bandung sanak.

5.5. Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui Analisis Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Roti Bakar Bandung Sanak Di Kota Pekanbaru, dalam penelitian ini dapat digunakan analisis regresi statistik dengan uji regresi liner sederhana yang melibatkan 1 variabel indenpenden (variabel bebas) yaitu kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil regresi dapat dilihat pada persamaan berikut ini yaitu :

Tabel 5.21

Hasil uji regresi linier sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.768	1.987		2.903	.005
Total_X	.412	.057	.657	7.178	.000

Sumber : Data Olahan SPSS

$$Y = a + bx + e$$

$$Y = 5.768 + 0,412x + e$$

Dimana ;

1. Nilai 5.768. artinya jika X (Kualitas Produk) = 0 maka Variabel Y (Kepuasan konsumen) sebesar 5.768.
2. setiap kenaikan variabel bebas Kualitas Pelayanan (X) sebesar satu, maka variabel terikat akan bertambah 0,412

Dari persamaan tersebut diperoleh suatu gambaran bahwa koefisien regresi dari variabel Kualitas Produk (X) yaitu b berada positif. Hal ini berarti variabel X berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa X mewakili Kualitas Produk memberikan angka koefisien regresi sebesar 0,412 terhadap kepuasan konsumen.

5.6 koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan

pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). untuk melihat nilai koefisien determinasi, maka dapat melihat tabel berikut ini :

Tabel 5.22
Hasil Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.431	.423	1.843

a. Predictors: (Constant), Total_X

Sumber : Data Olahan SPSS

Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai Adjusted R square (R^2) adalah 0,431 hal ini bahwa variabel independen yaitu Kualitas Produk mampu mempengaruhi variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan sebesar 43,1% , sedangkan sisanya sebesar 56,9% dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa berdasarkan kriteria interpretasi koefisien korelasi variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan yang baik terhadap kepuasan pelanggan pada Roti bakar bandung sanak di pekanbaru.

5.7 Uji Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui variabel bebas secara (simultan) terhadap variabel terikat, maka dilakukan uji f dengan membandingkan antara $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan ketentuan sebagai berikut :

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka : H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk (X), terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada roti bakar bandung sanak.

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka : H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk (X), terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada roti bakar bandung sanak.

Tabel 5.23
Uji Secara Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.914	1	174.914	51.522	.000 ^b
	Residual	230.858	68	3.395		
	Total	405.771	69			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X

Sumber : data olahan SPSS 22

Diketahui F hitung sebesar 51,522 dengan signifikasi 0.000, F tabel dapat diperoleh sebagai berikut :

$$F_{tabel} = F (k : n-k)$$

$$F_{tabel} = 70 - 1 - 1 : 1$$

$$F_{tabel} = F (68 : 1)$$

$$F_{tabel} = 3,98$$

Dari tabel diatas diketahui F hitung sebesar 51,522 dengan signifikasi 0.000. F tabel dapat diperoleh dari tabel statistik sebesar 3,98. Dengan demikian diketahui F_{hitung} (51,522) > F_{tabel} (3,98) dengan sig (0.000) < 0.05. Maka H_0 di tolak dan H_1 diterima, artinya kualitas produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada roti bakar bandung sanak dipekanbaru.

5.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Roti Bakar Bandung Sanak Pekanbaru. Dengan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan maka akan memberikan pengaruh yang kuat kepada konsumen, dan sesuai dengan harapan konsumen tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian ini menggunakan uji T parsial maka disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Roti Bakar Bandung Sanak Pekanbaru. Dengan hasil tersebut maka kualitas produk mampu memberikan kepuasan konsumen yang lebih meningkat dengan adanya bentuk dan bahan makanan serta rasa yang berkualitas.

Kualitas produk roti bakar bandung sanak diminati oleh para pembeli yaitu karena terletak pada bahan-bahan yang digunakan memiliki perbedaan dengan roti bakar pada umumnya yang pertama coklat yang digunakan adalah berupa selai bukan meses seres, disini keunggulan bahan coklat selai ini adalah langsung meresap ketika dioleskan kedalam roti, selain itu lelehan coklat yang keluar dari potongan roti memberikan kesan lebih menarik dan menggugah selera dan juga tingkat kemanisannya melebihi dari coklat seres. Tingkat kematangan Roti bakar yang diberikan sesuai dengan permintaan konsumen Contoh : Manis, Sedang, Garing, Kering, dan Tidak Hangus, itu selalu kita jaga ingat dan terbukti setelah itu dengan konsumen yang melakukan pembelian secara berulang.

Dari kualitas pelayanan Roti Bakar Bandung Sanak selalu memberikan pelayanan baik terhadap semua konsumen yang berbelanja agar kepuasan dapat dirasakan setiap membeli roti bakar bandung sanak, Contoh : Ketika kondisi cuaca yang kurang bagus

dan menyulitkan untuk melakukan perjalanan keluar rumah atau ketempat kelayak ramai Roti Bakar Bandung Sanak telah tersedia melakukan pemesanan secara online melalui media Aplikasi yang dapat diakses melalui Smartphone, yaitu Aplikasi Gojek(Go Food) dan Grab Bike(Grab Food) dan roti bakar bandung sanak dapat dipesan di kedua aplikasi tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rindu Nadia Dewi dan Rahmat Hidayat pada tahun 2015 yang berjudul pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Bingkap Nayadam Batam. Pada hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bingkap Nayadam Batam. Dari hasil tersebut sama dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian selanjutnya dilakukan oleh Dewi Sartika dan Agustin Basriani pada tahun 2018 yang berjudul pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan keripik Nenas di Desa Kualu Kecamatan Tambang Provinsi Riau. Pada hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan keripik Nenas di Desa Kualu Kecamatan Tambang Provinsi Riau.

Dengan kualitas yang baik pada sebuah produk atau jasa akan memberikan kepuasan pelanggan dan berpengaruh dengan puasnya pelanggan tersebut menilai dan memilih produk yang sesuai dengan harapan dan keinginan kita sendiri.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisa yang telah dikemukakan, maka secara garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, kualitas produk 0,412% yang artinya apabila kepuasan pelanggan naik sebesar 1% maka kualitas produk naik sebesar $1,412 \times 100 = 41,2\%$ artinya semakin baik kualitas produk maka baik pula kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil koefisien kolerasi menunjukkan nilai sebesar 0.657. ini berarti bahwa koefisien korelasi atau hubungan antara variable kualitas produk dengan kepuasan pelanggan adalah tinggi. Arah hubungan yang positif pada angka 0,657. Menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan menjadi lebih baik, demikian sebaliknya dari kedua variable tersebut

2. Berdasarkan hasil penelitian tentang kualitas produk pada roti baar bandung sanak yang terdapat Sembilan indikator yang beberapa indikator masih terdapat kelamahan nya.

6.2 saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka beberapa saran yang perlu diberikan kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini yaitu :

1. Peningkatan kualitas produk agar pelanggan lebih merasakan puas dengan roti bakar bandung sanak, peningkatan yang harus dilakukan diantaranya peningkatan rasa, temperature pemanggangan dan varian rasa agar banyak nya pilihan rasa roti bakar bandung sanak dipekanbaru.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini menjadi referensi, terkait dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Pada Usaha Roti Bakar Bandung Sanak Di kota Pekanbaru". Yang hasilnya yaitu menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan yang mendapatkan kualitas produk sudah cukup baik, dan diharapkan dapat melakukan pengembangan dan perbaikan untuk lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, Francis. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Armstrong, Gary, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*, edisi pertama. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Buchory, Herry Achmad dan Saladin, Djaslim. 2013. *Manajemen Pemasaran: Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya Bandung
- Kotler, Philip, Susanto, A.B., *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2010. *Prinsip Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: PT Erlangga