

ABSTRAK

Pada saat ini kondisi perekonomian di Indonesia mengalami penurunan, hal ini salah satunya diakibatkan karena meningkatnya harga-harga kebutuhan pokok diantaranya adalah harga bahan bakar minyak, sehingga industri-industri mulai mencari solusi untuk mempertahankan usahannya. Mereka harus mempertahankan kualitas produknya supaya dapat memuaskan konsumennya. Perusahaan yang menghasilkan produk makanan, dimana penulis melakukan penelitian juga harus tetap menjaga kualitas produknya. Hasil produk perusahaan adalah berupa roti, seperti produk makanan pada umumnya roti juga memiliki umur ekonomis yang cepat, maka disini dibutuhkan produk yang berkualitas yang memiliki atribut-atribut produk yang lengkap.

Dalam penelitian ini, membahas tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di perusahaan roti X. Jadi disini, dilakukan penelitian mengenai atribut-atribut atau dimensi produk yang dilakukan perusahaan roti X apakah sudah melaksanakan dengan baik atau tidak. Karena dimensi produk merupakan elemen yang sangat penting bagi terciptanya suatu produk yang berkualitas yang tentunya dapat memuaskan konsumen. Untuk menjelaskan mengenai kualitas produk dan kepuasan konsumen, penulis memakai teori-teori yang telah dibuat para pakar manajemen. Metode analisis data yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif dan kuantitatif. metode analisis kualitatif Adalah analisis data yang berbentuk kata (*String*) dengan mengemukakan data-data yang masuk dengan cara mengelompokkan kemudian ditabulasi dan diberi penjelasan. Pengukuran variable dilakukan dengan menggunakan pertanyaan melalui kuesioner yang berisi tentang pertanyaan mengenai variable kualitas produk (X) dan Variabel kepuasan konsumen (Y) dengan bentuk penilaian jawaban kuesioner menggunakan pembobotan skala ordinal. Metode analisis kualitatif adalah Analisis data yang berupa angka (*scoring*), dengan memakai alat Bantu statistik. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari Variabel X (Ukuran kualitas roti X) dan variable Y (Kepuasan konsumen) maka akan dihasilkan suatu perhitungan tingkat kesesuaian antara variable X dan Variabel Y di perusahaan roti X. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor jawaban variable X (kualitas roti X) dan Skor jawaban variable Y (Kepuasan konsumen). Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk mengolah data hasil penelitian digunakan diagram kartesius yang terdiri dari 4 kuadran. dari hasil pengolahan didapat nilai rata-rata skor tingkat kualitas produk (X) dan nilai rata-rata skor tingkat kepuasan konsumen (Y), dengan nilai masing masing adalah 2,76 dan 3,07.

Berikut ini adalah hasil dari diagram kartesius; yang termasuk kuadran A (prioritas utama) yaitu pernyataan 3 dan 4 (bentuk tampilan roti dan keemasan produk), yang masih belum memuaskan konsumennya. yang termasuk kedalam kuadran B (pertahankan prestasi) yaitu pernyataan 1,2,5,7,8,9,10,11(Roti memiliki rasa yang enak dan aroma yang harum ,Daging dan kulit roti tersa empuk dan tidak keras, Dalam penggunaannya roti X tidak mudah rusak, Roti X

aman untuk digunakan, Masa kadaluarsa roti cukup lama, Bentuk keseluruhan roti sangat baik, Roti memiliki rasa dan aroma yang khas, Roti X telah memiliki citra dan reputasi yang baik). Yang termasuk kuadran C (prioritas rendah) yaitu pernyataan 6 (Roti dibuat tanpa bahan pengawet). dan dalam penelitian ini tidak ada yang termasuk kedalam kuadran D yang dianggap Berlebihan.

Maka dari hasil diagram kartesius dapat terlihat jawaban-jawaban mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Maka dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

DAFTAR ISI

	Hal.
Kata Pengantar	i
Ucapan Terima Kasih	i
Abstrak	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Pengertian Marketing	8
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	11
2.1.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.1.3.2 Produk	14
2.1.3.3 Klasifikasi Produk	15
2.1.3.4 Tingkatan Produk	18
2.1.3.5 Pemberian Merek	19

2.1.3.6 Pengemasan dan Pelabelan	21
2.1.3.7 Bauran Produk	22
2.1.3.8 Hierarki Produk	23
2.1.4 Kualitas Produk	24
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk	24
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk	25
2.1.5 Perilaku Konsumen	27
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	30
2.1.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen..	32
2.2 Kerangka Pemikiran	32
2.3 Hipotesis Penelitian	38
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Objek Penelitian.....	39
3.1.1. Lokasi Penelitian.....	39
3.1.2. Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
3.1.3. Bagan Organisasi.....	40
3.3.4. Jenis Produk.....	41
3.2 Desain Penelitian.....	42
3.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	42
3.4 Metode Penarikan Sampel.....	43
3.5 Operasional Variabel.....	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.6.1. Uji Reliabilitas.....	47

3.6.2. Uji Validitas.....	47
3.7 Metode analisis Data.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Hasil penelitian.....	54
4.1.1 Profil Responden	54
4.1.2 Hasil Rekap dari Kuesioner.....	57
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.1.3.1 Hasil Pengujian Validitas.....	59
4.1.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	59
4.2 Pembahasan.....	60
4.2.1 Pelaksanaan Kualitas Produk di Perusahaan Roti X.....	60
4.2.2 Analisis dan pembahasan dari setiap faktor/atribut.....	66
4.2.3 Diagram Kartesius.....	88
4.2.4 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Perusahaan Roti X.....	89
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	95

Lampiran

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Daftar Pesing Perusahaan X.....	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Perusahaan X Tiga Tahun Terakhir.....	4
Tabel 3.1	Variabel Kualitas Produk (X).....	45
Tabel 3.2	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	46
Tabel 3.3	Ukuran Penilaian Kualitas Roti X.....	49
Tabel 3.4	Skala Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia Responden.....	55
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	55
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Responden Untuk Membeli Produk Roti X.....	56
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal(rumah).....	57
Tabel 4.6	hasil rekap dari kuesioner.....	58
Tabel 4.7	uji validitas.....	59
Tabel 4.8	Penilaian Responden Terhadap Kinerja Roti Memiliki Rasa Yang Enak dan Aroma Yang Harum.....	66
Tabel 4.9	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Roti Memiliki Rasa Yang Enak dan Memiliki Aroma Yang Harum.....	67
Tabel 4.10	Tingkat Kepentingan Responden terhadap Pernyataan Roti Memiliki Rasa yang Enak dan Aroma yang Harum.....	67

Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Daging dan Kulit Roti	
Terasa Empuk dan Tidak Keras.....	68
Tabel 4.12 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Daging dan Kulit	
Roti Terasa Empuk dan Tidak Keras.....	69
Tabel 4.13 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Daging	
dan Kulit Roti Terasa Empuk dan Tidak Keras.....	69
Tabel 4.14 Penilaian Responden Terhadap Bentuk Roti Menarik	
Perhatian Saya.....	70
Tabel 4.15 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Bentuk Roti	
Menarik Perhatian Saya.....	71
Tabel 4.16 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Bentuk	
Roti Menarik Perhatian Saya.....	71
Tabel 4.17 Penilaian Responden Terhadap Keemasan Produk	
Roti X Menarik dan Berkualitas.....	72
Tabel 4.18 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Keemasan	
Produk Roti X Menarik dan Berkualitas.....	73
Tabel 4.19 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Keemasan	
Produk Roti X Menarik dan Berkualitas.....	73
Tabel 4.20 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Dalam	
Penggunaannya Roti X Tidak Mudah Rusak.....	74
Tabel 4.21 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pernyataan	
dalam Penggunaannya Roti X Tidak Mudah Rusak.....	75

Tabel 4.22 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Pernyataan	
dalam Penggunaannya Roti X Tidak Mudah Rusak.....	75
Tabel 4.23 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Roti X	
Dibuat Tanpa Bahan Pengawet.....	76
Tabel 4.24 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pernyataan	
Roti X Dibuat Tanpa Bahan Pengawet.....	77
Tabel 4.25 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Pernyataan	
Roti X Dibuat Tanpa Bahan Pengawet.....	77
Tabel 4.26 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Roti X	
Aman untuk Digunakan.....	78
Tabel 4.27 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pernyataan	
Roti X Aman untuk Digunakan.....	78
Tabel 4.28 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Pernyataan	
Roti X Aman untuk Digunakan.....	79
Tabel 4.29 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan	
Masa Kadaluarsa Roti Cukup Lama.....	80
Tabel 4.30 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pernyataan	
Masa Kadaluarsa Roti Cukup Lama.....	80
Tabel 4.31 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Pernyataan	
Masa Kadaluarsa Roti Cukup Lama.....	81
Tabel 4.32 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Bentuk	
Keseluruhan Roti Sangat Baik.....	82

Tabel 4.33 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pernyataan	
Bentuk Keseluruhan Roti Sangat Baik.....	82
Tabel 4.34 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Pernyataan	
Bentuk Keseluruhan Roti Sangat Baik.....	83
Tabel 4.35 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Roti	
Memiliki Rasa dan Aroma yang Khas.....	84
Tabel 4.36 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pernyataan	
Roti Memiliki Rasa dan Aroma yang Khas.....	84
Tabel 4.37 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Pernyataan	
Roti Memiliki Rasa dan Aroma yang Khas.....	85
Tabel 4.38 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Roti X Telah	
Memiliki Citra dan Reputasi yang Baik.....	85
Tabel 4.39 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pernyataan	
Roti X Telah Memiliki Citra dan Reputasi yang Baik.....	86
Tabel 4.40 Tingkat kepentingan Responden Terhadap Pernyataan	
Roti X Telah Memiliki Citra dan Reputasi yang Baik.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Data Penjualan Periode Tiga Tahun Terakhir.....	4
Gambar 2.1 Bagan Bauran Pemasaran.....	13
Gambar 2.2 Lima Tingkatan Produk.....	19
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1 Bagan Organisasi.....	41
Gambar 3.2 Diagram Kartesius.....	52
Gambar 4.1 Proses Pembuatan Roti	62
Gambar 4.2 Diagram Kartesius.....	88