



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dunia bisnis berkembang pesat seiring dengan era globalisasi, yang terlihat dari meningkatnya tingkat persaingan dalam pemasaran produk dan jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis berlomba-lomba menawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Saat ini, konsumen cenderung memilih produk dengan harga terjangkau namun tetap berkualitas baik. Oleh karena itu, dalam kondisi persaingan yang ketat, perusahaan harus dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen serta terus berinovasi untuk menciptakan positioning produk yang tepat dan memaksimalkan keunggulan produk yang ditawarkan (Rizayanti, 2021).

Dalam meningkatkan persaingan, masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Semua perusahaan tentu ingin tetap eksis dan menjadi yang lebih unggul, agar suatu perusahaan tetap bertahan di dunia bisnis maka sebuah perusahaan harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat. Langkah penting untuk menempatkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya harus dapat menyediakan jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. (Apriyono, 2022).



Kualitas produk merupakan salah satu aspek terpenting dalam industri makanan. Produk yang berkualitas tinggi tidak hanya dapat memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga memberikan pengalaman yang memuaskan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menjaga kualitas produk berarti memastikan produk yang ditawarkan selalu mengandung bahan-bahan segar, resep yang konsisten, dan penyajian yang optimal. Dengan menjaga standar kualitas yang tinggi, maka dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan kepercayaan. Keberhasilan dalam kegiatan pemasaran sangat bergantung pada sejauh mana perusahaan mampu memperhatikan aspek-aspek pelayanan, khususnya kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan harga. Produk yang memiliki kualitas tinggi tentu akan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Demikian pula, harga yang terjangkau dapat menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam memilih suatu produk (Purwanto, 2021).

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Sehingga, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau Bahagia (Sayedi *et al*, 2023).



Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi atau meningkatkan keberhasilan suatu usaha. Hal tersebut telah menjadi kepercayaan umum, karena dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas lagi. Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dapat dicapai apabila produk sesuai dengan kebutuhan ataupun harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Mempertahankan konsumen berarti mengharapkan konsumen melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul sewaktu-waktu. Adapun beberapa menu yang tersedia di Rindu Kebab seperti ditabel berikut:

Tabel 1.1
Data Menu dan Harga Rindu Kebab

No	Menu	Topping daging	Topping daging+telur	Topping daging+telur+keju
1.	Kebab	Rp.5.000	Rp.7.000	Rp.10.000
2.	Burger	Rp.5.000	Rp.7.000	Rp.10.000

Sumber : Rindu Kebab di Jl.M.Boya Tembilahan Kota

Di Rindu Kebab menyediakan dua jenis menu utama yaitu kebab dan burger, harga kebab dan burger tanpa tambahan topping Rp.5000 jika pelanggan memilih untuk menambahkan topping pada kebab dan burger maka ada tambahan harga menjadi Rp.7.000 jika tambahan topping daging dan telur. lalu harga Rp.10.000 dengan tambahan topping daging, telur dan keju. Berikut tabel target penjualan dan realisasi Rindu Kebab setiap semester pertama dan semester kedua dari tahun 2021- 2024:



Tabel.1.2
Data Penjualan Rindu Kebab

No	Tahun	Penjualan		Total
		Semester Pertama	Semester Kedua	
1.	2021	29.120 pcs	29.120 pcs	58.240 pcs
2.	2022	25.480 pcs	25.480 pcs	50.960 pcs
3.	2023	25.480 pcs	25.480 pcs	50.960 pcs
4.	2024	21.840 pcs	21.840 pcs	42.960 pcs

Sumber : Rindu Kebab di Jl.M.Boya Tembilaan Kota

Berdasarkan data yang diberikan, berikut adalah penjelasan terkait tren penjualan dari tahun 2021 hingga 2024 data ini menunjukkan penjualan dalam satuan *pieces* (pcs) per tahun, dibagi menjadi dua semester, yakni Semester Pertama dan Semester Kedua, serta total penjualan dalam setahun.

Tahun 2021 penjualan pada tahun ini mencapai 29.120 pcs di setiap semester, dengan total penjualan sepanjang tahun sebesar 58.240 pcs. Ini menunjukkan angka penjualan yang stabil di kedua semester tanpa adanya penurunan atau lonjakan yang signifikan.

Tahun 2022 penjualan sedikit menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Semester Pertama dan Semester Kedua masing-masing tercatat sebesar 25.480 pcs, dengan total penjualan tahunan mencapai 50.960 pcs. Penurunan ini mencerminkan penurunan sekitar 12,5% dibandingkan tahun 2021

Tahun 2023 penjualan pada tahun ini sama persis dengan penjualan di tahun 2022, yaitu 25.480 pcs di setiap semester, dan total penjualan tahunan tetap di angka 50.960 pcs. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan penjualan pada tahun sebelumnya tidak diikuti dengan penurunan lebih lanjut, tetapi juga tidak ada peningkatan signifikan.



Tahun 2024 penjualan mengalami penurunan yang lebih besar dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Setiap semester tercatat penjualan sebesar 21.840 pcs, dengan total penjualan tahunan mencapai 42.960 pcs. Penurunan penjualan pada tahun 2024 dibandingkan tahun 2023 sekitar 15,7%, menunjukkan tren penurunan yang lebih tajam.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan adanya penurunan penjualan yang konsisten dari tahun ke tahun. Penurunan terbesar terjadi pada tahun 2024, yang mencerminkan kemungkinan perubahan pasar, persaingan yang lebih ketat, atau faktor eksternal lainnya yang mempengaruhi daya beli konsumen. Berikut tabel konsumen yang berbelanja di Rindu Kebab:

Tabel 1.3
Data konsumen Rindu Kebab

No	Konsumen	Alasan utama
1.	Ibu-Ibu	Harga yang terjangkau,praktis,kualitas yang baik
2.	Anak-Anak	Rasa yang enak,varian yang beragam
3.	Dewasa	Konsistensi rasa,tempat yang strategis,harga yang terjangkau

Sumber : Rindu Kebab di Jl.M.Boya Tembilahan Kota

Berdasarkan data yang diberikan, berikut adalah penjelasan terkait alasan utama yang dikemukakan oleh berbagai kelompok konsumen: Konsumen ibu-ibu cenderung memilih produk ini karena beberapa alasan utama, yakni harga yang terjangkau, kepraktisan, dan kualitas yang baik. Mereka mengutamakan produk yang dapat memberikan nilai lebih bagi keluarga dengan harga yang bersahabat, praktis untuk digunakan, dan tentunya memiliki kualitas yang terjamin. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dari kelompok ini sangat memperhatikan efisiensi dan keandalan produk.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

Konsumen anak-anak memilih produk ini karena rasa yang enak dan varian yang beragam. Mereka cenderung lebih tertarik pada aspek rasa yang dapat memikat selera mereka, serta variasi rasa yang membuat pengalaman makan menjadi lebih menyenangkan. Hal ini mengindikasikan bahwa bagi kelompok ini, pengalaman rasa dan pilihan yang banyak menjadi faktor utama dalam memilih produk.

Konsumen dewasa alasan utama memilih produk ini adalah konsistensi rasa, tempat yang strategis, dan harga yang terjangkau. Mereka menginginkan rasa yang tetap terjaga kualitasnya setiap kali membeli, serta lokasi yang mudah dijangkau. Selain itu, harga yang terjangkau juga menjadi faktor penting, mencerminkan kebutuhan konsumen dewasa akan keseimbangan antara kualitas, kenyamanan, dan harga yang sesuai dengan anggaran mereka.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa setiap kelompok konsumen memiliki preferensi yang berbeda berdasarkan kebutuhan dan prioritas mereka. Ibu-ibu lebih mengutamakan harga dan kualitas, anak-anak mencari kenikmatan rasa, sementara konsumen dewasa menginginkan konsistensi dan kenyamanan lokasi, dengan harga yang wajar.

Berikut Tabel kompetitor yang menjual produk yang sama dengan rindu kebab:



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

Tabel 1.4
DataKompotitor

No	Nama Kompotitor	Nama produk	Harga	Ukuran/ Porsi	Kualitas produk
1	Rindu Kebab	Kebab daging	Rp.5.000	Sedang	Rasa gurih dan creamy, banyaknya isi sayuran
2	Kebab Sayni	Kebab daging besar	Rp.13.000	Besar	Sayuran gurih,banyak daging
3	Aka Kebab	Kebab daging	Rp.10.000	Sedang	Rasagurih, banyak isi daging

Sumber: Data olahan peneliti

Berdasarkan data yang diberikan, berikut adalah penjelasan terkait produk-produk dari kompetitor dalam pasar kebab:

Rindu Kebab, produk yang ditawarkan oleh Rindu Kebab memiliki harga yang cukup terjangkau, yakni Rp. 5.000 per porsi. Dengan ukuran porsi yang sedang, kebab ini dikenal memiliki rasa gurih dan creamy, serta banyaknya isi sayuran. Hal ini menunjukkan bahwa produk ini cocok bagi konsumen yang menginginkan pilihan yang lebih ringan, sehat, dan bernilai ekonomis, dengan tambahan sayuran yang memberikan variasi rasa dan tekstur.

Kebab Sayni produk yang ditawarkan memiliki harga yang lebih tinggi, yaitu Rp. 13.000 per porsi, namun menawarkan ukuran porsi yang lebih besar. Produk ini dikenal dengan rasa gurih yang disertai dengan banyaknya isi daging. Dengan ukuran porsi yang lebih besar dan dominasi daging, produk ini mungkin lebih disukai oleh konsumen yang mencari porsi lebih banyak dan rasa yang kaya akan daging, meskipun dengan harga yang lebih tinggi.



Aka Kebab, produk kebab dari Aka Kebab dibanderol dengan harga Rp.10.000 per porsi, dengan ukuran porsi sedang. Seperti Kebab Sayni, kebab Aka juga memiliki rasa gurih dan banyak isi daging, memberikan alternatif yang lebih terjangkau dibandingkan Kebab Sayni, namun dengan ukuran yang serupa. Produk ini bisa menarik bagi konsumen yang menginginkan keseimbangan antara harga yang wajar dan kualitas dengan banyaknya isi daging.

Secara keseluruhan, kompetitor-kompetitor ini menawarkan berbagai pilihan dengan rentang harga yang berbeda, yang dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen terhadap ukuran porsi, rasa, dan isi produk. Rindu Kebab menarik bagi konsumen yang mencari harga lebih terjangkau dengan tambahan sayuran, sementara Kebab Sayni dan Aka Kebab lebih menonjolkan ukuran porsi dan isi daging, meskipun dengan perbedaan harga dan porsi.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang dihadapi oleh Rindu Kebab terkait dengan tingkat kepuasan konsumen yang belum optimal. Meskipun Rindu Kebab menawarkan berbagai produk kepada konsumen, terdapat indikasi bahwa tidak semua konsumen merasa puas dengan pengalaman mereka dalam berbelanja. Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk, yang meliputi aspek-aspek seperti rasa, konsistensi, kesegaran bahan, dan tampilan produk.

Berdasarkan data penjualan yang tersedia, meskipun jumlah pelanggan relatif stabil, terlihat adanya penurunan dalam tingkat retensi pelanggan dan konsistensi pembelian. Hal ini mengindikasikan adanya potensi masalah terkait kepuasan konsumen yang berhubungan langsung dengan kualitas produk yang disajikan.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
- Universitas Islam Indragiri

Beberapa konsumen mungkin merasa bahwa produk yang mereka terima tidak selalu memenuhi ekspektasi mereka, baik dari segi rasa, ukuran porsi, atau kepraktisan.

Masalah ini penting untuk diteliti karena kualitas produk yang tidak konsisten dapat mempengaruhi citra merek dan menurunkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat mengurangi daya saing di pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis secara mendalam bagaimana kualitas produk, yang mencakup berbagai atribut seperti rasa, tampilan, kesegaran bahan, dan konsistensi produk, mempengaruhi kepuasan konsumen yang berbelanja di Rindu Kebab.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi Rindu Kebab untuk meningkatkan kualitas produknya, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing di pasar.

Dengan demikian, penelitian ini berangkat dari adanya permasalahan terkait kepuasan konsumen yang berhubungan dengan kualitas produk, serta data penurunan retensi pelanggan yang menjadi fokus utama dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Rindu Kebab. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BERBELANJA DI RINDU KEBAB JL. M. BOYA TEMBILAHAN**".



1.1 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Rindu Kebab terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Rindu Kebab Jl.M.Boya Tembilahan Kota?”

1.2 TUJUAN DAN MANFAAT

1.2.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Berbelanja di Rindu Kebab Jl.M.Boya Tembilahan Kota”.

1.2.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Memberikan wawasan tambahan mengenai kepuasan pelanggan serta pengaruh kualitas produk dalam kegiatan pemasaran.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi para pelaku usaha dalam merancang strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi bagi peneliti lainnya yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

1.3 SISTEMATIKA PENULISAN

Secara umum sistematika penulisan disusun menjadi 6 (enam) bab dan pada setiap bab akan terdiri dari beberapa sub bab. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini pendahuluan yang mencakup tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini berisikan teori-teori yang diteliti, berkaitan kepada materi pembahasan yang diuraikan menyakut berbagai materi yaitu tentang kualitas produk, penelitian terdahulu kerangka pemikiran, hipotesis dan variabel - variabel penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data dan analisa data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab IV menggambarkan tentang secara singkat Perusahaan atau objek penelitian tentang perusahaan, struktur organisasi serta aktivitas Perusahaan.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan rangkuman dari berbagai pembahasan yang diolah secara terperinci didasari atas perumusan masalah, hipotesa yang ada dan variabel-variabel penelitian serta dengan didukung oleh sejumlah teori yang mendukung materi pembahasan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang menjelaskan beberapa kesimpulan dan saran-saran sebagai sumbangan pemikiran bagi perbaikan dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka sebagai lembar untuk menuliskan identitas sumber referensi yang sudah digunakan dalam menjalankan penelitian.