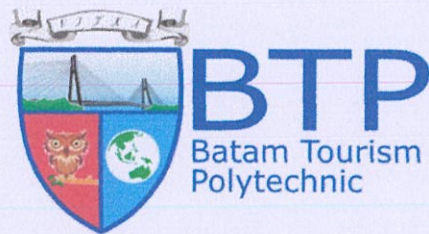


LAPORAN PENELITIAN



JUDUL

**ANALISIS STRATEGI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRATA WAROENG 8 CABANG
TIBAN CENTER**

PENELITI

**REZKI ALHAMDI, M.Par
AGUNG ARIF GUNAWAN, MM.Par**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KULINER
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

Juli 2022

SURAT TUGAS

Nomor: 127/SKL/BTP/III/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Nur A. Nasution, S.Sos., M.Pd. CHA
Jabatan : Direktur
Unit Kerja : Politeknik Pariwisata Batam

Memberi Tugas kepada :

Nama : Rezki Alhamdi, MM.Par
Agung Arif Gunawan, MM.Par
Jabatan : Dosen
Unit Kerja : Politeknik Pariwisata Batam

Untuk melaksanakan kegiatan Penelitian Politeknik Pariwisata Batam di Prata Waroeng 8

Demikian Surat Tugas ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batam, 12 Juli 2022

Direktur Politeknik Pariwisata Batam



M. Nur A Nasution, S.Sos., M.Pd., CHA
NIDN. 3830046701

Tembusan:

1. Ketua Yayasan Vitka
2. Yang bersangkutan
3. Arsip,

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di era globalisasi menunjukkan dinamika yang sangat cepat serta kompetitif. Transformasi digital, perubahan gaya hidup masyarakat, dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks membuat setiap pelaku usaha dituntut mampu beradaptasi dengan cepat. Menurut Margaretha (dalam Andre Alkahfi & Nawawi, 2022), perkembangan pesat dunia bisnis menghadirkan tantangan sekaligus ancaman bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan, mempertahankan profitabilitas, serta membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Selain itu, perusahaan harus mampu menciptakan *value* melalui produk maupun jasa yang ditawarkan, baik berupa harga yang kompetitif, ketepatan waktu pelayanan, maupun kualitas layanan yang unggul.

Salah satu sektor yang bertumbuh paling pesat di Indonesia adalah industri kuliner. Fenomena ini didorong oleh kebutuhan masyarakat terhadap konsumsi makanan yang praktis, cepat, dan berkualitas. Tren gaya hidup modern yang cenderung instan menjadikan masyarakat lebih memilih membeli makanan siap saji dibandingkan menyiapkan makanan sendiri. Selain aspek kepraktisan, meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap kuliner lokal juga menambah nilai bagi para pelaku usaha untuk terus berinovasi sesuai dengan preferensi konsumen. Utami (2018) menyatakan bahwa kuliner Indonesia kini menjadi representasi identitas budaya dan bahkan menjadi daya tarik wisatawan mancanegara.

Kota Batam sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Provinsi Kepulauan Riau memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor kuliner. Letak geografis yang strategis menjadikannya sebagai pintu gerbang perdagangan dan pariwisata, sehingga menjadikan variasi kuliner sebagai salah satu elemen penting dalam daya tarik wisata daerah. Kuliner khas yang berkembang di Batam tidak hanya terbatas pada makanan tradisional, namun juga hasil asimilasi budaya Melayu, India, dan Timur Tengah, termasuk salah satunya *prata* yang menjadi ikon kuliner populer di kalangan masyarakat.

Salah satu bisnis kuliner yang telah mengakar di Batam adalah **Prata Waroeng 8**, yang berdiri sejak tahun 1978 dan telah berkembang menjadi beberapa cabang. Prata Waroeng 8 Tiban

sebagai cabang pusat memiliki reputasi yang kuat dan menjadi tujuan utama masyarakat Batam untuk menikmati hidangan prata dan minuman teh tarik. Keberhasilan bisnis ini tidak terlepas dari kemampuannya menghadirkan ragam menu yang variatif, inovatif, dan sesuai dengan selera masyarakat dari berbagai kalangan, baik anak muda, keluarga, maupun wisatawan.

Namun demikian, dalam industrinya yang kompetitif, keberagaman menu dan kualitas makanan menjadi faktor krusial yang menentukan tingkat kepuasan konsumen. Permasalahan operasional yang terjadi seperti ketidakkonsistenan rasa, kesalahan order makanan, ketidaksesuaian tingkat kepedasan, porsi yang tidak stabil, serta kualitas kuah kari yang terkadang berubah menjadi keluhan konsumen dalam platform daring seperti GoFood dan GrabFood. Permasalahan tersebut menunjukkan adanya tantangan bagi Prata Waroeng 8 dalam mempertahankan standar kuliner yang konsisten dan sesuai harapan konsumen.

Menurut Kotler & Armstrong (2017), kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh aspek kualitas produk semata, melainkan juga oleh kesesuaian antara ekspektasi dan pengalaman aktual yang diterima oleh konsumen. Dalam konteks kuliner, kualitas makanan yang meliputi rasa, aroma, tampilan, porsi, tingkat kematangan, dan konsistensi menjadi indikator penting yang menentukan apakah konsumen akan melakukan pembelian ulang (*repeat order*), memberikan rekomendasi kepada orang lain, atau memilih beralih ke kompetitor.

Selain kualitas makanan, ragam menu merupakan variabel yang sangat strategis dalam memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Astuti et al. (2019) menegaskan bahwa variasi menu yang lengkap mampu meningkatkan pengalaman kuliner konsumen, menciptakan daya tarik baru, serta meningkatkan persepsi positif terhadap merek restoran. Dalam industri kuliner, restoran yang mampu menyediakan pilihan menu lengkap, inovatif, dan relevan dengan tren lebih mudah menarik pelanggan serta menciptakan keunggulan kompetitif.

Untuk memahami lebih dalam fenomena ini, penelitian ini dilakukan pada konsumen Prata Waroeng 8 Tiban dengan pendekatan kuantitatif. Dengan sampel sebanyak 338 responden, analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh ragam menu dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 19 untuk memberikan hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Hasil awal menunjukkan adanya pengaruh signifikan ragam menu dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Namun demikian, terdapat ruang pengembangan bagi pihak Prata Waroeng 8 untuk terus memperbaiki standar pelayanan dan konsistensi makanan sehingga mampu mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin kompetitif.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk:

- (1) memberikan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen,
- (2) memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan bisnis kuliner, khususnya pada Prata Waroeng 8 Tiban, serta
- (3) memberikan kontribusi pada literatur akademik mengenai pemasaran kuliner dan perilaku konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ragam menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban?
2. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban?
3. Apakah ragam menu dan kualitas makanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh ragam menu terhadap kepuasan konsumen.
2. Menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Menganalisis pengaruh simultan ragam menu dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen Prata Waroeng 8 Tiban.

1.4 Manfaat Penelitian

- **Teoretis:** Memberikan kontribusi pada literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di industri kuliner.
- **Praktis:** Memberikan rekomendasi kepada Prata Waroeng 8 dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan makanan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ragam Menu

Ragam menu adalah variasi pilihan makanan dan minuman yang disediakan oleh restoran untuk memenuhi berbagai selera konsumen. Variasi menu terbukti dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan kepuasan (Astuti et al., 2019; Silvia & Sanjaya, 2022; Permana et al., 2022).

Indikator ragam menu (John & Maria dalam Permana et al., 2022):

1. Jenis pilihan makanan dan minuman
2. Rasa
3. Presentasi
4. Ukuran porsi

2.2 Kualitas Makanan

Kualitas makanan merupakan keseluruhan atribut makanan yang memenuhi harapan konsumen, meliputi rasa, aroma, penampilan, porsi, serta konsistensi penyajian (Yamit, 2010; Baihaky et al., 2022).

Indikator kualitas makanan:

1. Warna
2. Penampilan
3. Porsi
4. Bentuk

2.3 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan hasil konsumsi dengan harapannya (Kotler & Armstrong, 2017).

Indikator kepuasan (Safitri et al., 2022):

1. Terpenuhinya keinginan
2. Pelayanan lebih baik dari pesaing
3. Rekomendasi
4. Pembelian ulang

2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan (10 Judul)

1. Anggraini & Yana (2022) – Harga, kualitas pelayanan & makanan terhadap kepuasan pelanggan kuliner Melayu.
2. Sumantri (2023) – Variasi menu dan keputusan pembelian.
3. Wahyuni et al. (2023) – Varian menu dan kepuasan konsumen bakmi.
4. Virghina (2023) – Kualitas produk & kepuasan konsumen di Pizza Mafia.
5. Novel et al. (2022) – Kualitas makanan & pelayanan terhadap kepuasan konsumen CFC.
6. Silvia & Sanjaya (2022) – Varian menu & cita rasa Ayam Geprek Abu Ahda.
7. Aprileny et al. (2020) – Variasi menu & citra restoran terhadap keputusan pembelian.
8. Baihaky et al. (2022) – Kualitas makanan dan pelayanan di Tokkebi Snack.
9. Rahayu et al. (2022) – Kualitas makanan dan pelayanan di Awan Sewu Hotel.
10. Fenny Krisna et al. (2021) – Faktor kualitas produk dan promosi terhadap keputusan konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh konsumen Prata Waroeng 8 Tiban.

Sampel berjumlah **338 responden** menggunakan teknik accidental sampling.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Kuesioner (skala Likert 1–5)

3.4 Teknik Analisis

- Uji Validitas & Reliabilitas
- Uji Normalitas
- Uji Multikolinearitas
- Uji Heterokedastisitas
- Regresi Linear Berganda
- Uji t
- Uji F
- Koefisien Determinasi (R^2)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Statistik

- **Seluruh item kuesioner valid** ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} 0,113$)
- **Reliabel** (Cronbach Alpha $X_1 = 0.789$, $X_2 = 0.832$, $Y = 0.847$)
- **Data berdistribusi normal**
- **Tidak terjadi multikolinearitas** ($VIF 2.391 < 10$)
- **Tidak terjadi heteroskedastisitas**

4.2 Hasil Regresi Linear Berganda

Persamaan:

$$Y = 0.891 + 0.272X_1 + 0.689X_2$$

Artinya:

- Ragam menu dan kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

4.3 Uji t (Parsial)

1. Ragam	Menu	→	Kepuasan	Konsumen
Sig = 0.000 → signifikan				
2. Kualitas	Makanan	→	Kepuasan	Konsumen
Sig = 0.000 → signifikan				

4.4 Uji F (Simultan)

F hitung = 429.326 > F tabel → signifikan

→ Ragam menu & kualitas makanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan.

4.5 Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 = 71,9%

Artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua variabel ini sebesar 71,9%.

- Reputasi merek yang terus berkembang

4.3 Dampak Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan

- Peningkatan penjualan 15–20% setelah kampanye promosi digital.
- Produk baru meningkatkan pembelian ulang pelanggan.
- Program bundling mendorong transaksi di jam-jam sepi.

4.4 Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran 4P memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan Jom Tea. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa inovasi produk dan promosi adalah faktor paling menentukan dalam industri minuman siap saji.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. **Ragam menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban.**
2. **Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, terutama terkait konsistensi rasa, porsi, dan ketepatan order.**
3. **Ragam menu dan kualitas makanan berpengaruh secara simultan sebesar 71,9% terhadap kepuasan konsumen.**

5.2 Saran

1. **Meningkatkan konsistensi rasa**, terutama kuah kari.
2. **Memperbaiki SOP dapur** untuk mengurangi kesalahan order.
3. **Standarisasi porsi makanan** agar stabil.
4. **Menambah menu inovatif secara berkala** sesuai tren kuliner.
5. **Melakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin**.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. (2017). *Marketing Management*. Journal of Marketing Strategy.
- Putri, A. (2020). *Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan pada UMKM Minuman*. Jurnal Manajemen Bisnis.
- Nugroho, R. (2021). *Marketing Mix 4P dan Pengaruhnya terhadap Peningkatan Penjualan*. Jurnal Ekonomi Modern.
- Wijaya, S. (2019). *Inovasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan Industri Minuman*. Jurnal Industri Kreatif.
- Cahyaningrum, D. (2022). *Digital Marketing sebagai Strategi Peningkatan Penjualan*. Journal of Digital Business.
- Ardianto, H. (2020). *Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal e-Marketing.
- Fitriani, M. (2021). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Volume Penjualan*. Jurnal Manajemen Keuangan dan Bisnis.
- Lestari, Y. (2018). *Brand Awareness dan Penjualan Produk Minuman Kekinian*. Jurnal Hospitality dan Pariwisata.
- Pratama, N. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop dan Pengaruhnya terhadap Penjualan*. Jurnal Bisnis Perhotelan.
- Dewi, R. (2022). *Peran Inovasi Produk dan Lokasi dalam Meningkatkan Penjualan*. Jurnal Ilmu Ekonomi.