

# KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP CAKE DI L'CHEESE FACTORY PEKANBARU

By :

**Dianty Rahmawati**

**Conselor :Musadad**

**E-mail :rahmawati.dianty@yahoo.com**

Department of Administration - Tourism Studies Program

Faculty of Social and Political Science

Riau University

Bina Widya Building Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293–

Phone/Fax. 0761-63277

## Abstract

*This research aim to know the customer satisfaction on the cake, and to know customer satisfaction in the price. This research is a quantitative research. As for the population of this research is consumer eat and drink in L'Cheese Factory, sample of this study totalling 100 person. Based on the research was conducted, can improve customer satisfaction on the cake so as to increase the benefit of sales.*

**Keywords :** *Costumer Satisfaction, Cake.*

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini pariwisata Indonesia sangat berkembang, dimana dapat dilihat dengan bertambahnya jumlah wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara setiap tahunnya. Pengembangan suatu pembangunan pariwisata di setiap daerah telah terbukti mampu memberi dampak positif dengan adanya perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat. Kedatangan para wisatawan dapat memajukan perekonomian bagi daerah – daerah yang mereka kunjungi, serta menjadi sumber pendapatan bagi karyawan yang bekerja di bidang pariwisata. Secara ekonomi pariwisata memang memberi dampak dalam perluasan lapangan usaha dan kesempatan kerja, peningkatan *income* per kapita dan peningkatan devisa negara.

Menurut pendapat lain dari para ahli bahwa Pariwisata adalah gabungan dari kegiatan, pelayanan dan berbagai industri yang mengantarkan pengalaman

perjalanan, mulai dari transportasi, akomodasi, usaha makanan dan minuman, hiburan, penyedia jasa *hospitality* lainnya bagi individual maupun kelompok yang mengadakan perjalanan. (Charles R.Goeldner dan J.R Brent Ritchie, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 2009).

Di dalam pengertian pariwisata di atas, salah satu kegiatan pariwisata yang mempunyai peran penting dan menjadi prioritas yang harus dikembangkan adalah jenis usaha makanan dan minuman. Karena setiap wisatawan yang datang ke suatu destinasi pasti membutuhkan berbagai makanan maupun minuman dalam melakukan aktivitas wisata, sehingga pemerintah telah mencantumkan jasa makanan dan minuman ke dalam Undang – Undang Republik Indonesia 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, di dalam Bab VI Usaha Pariwisata Pasal 14 ayat 1 huruf

Usaha makanan dan minuman di Kota Pekanbaru merupakan salah satu usaha yang paling banyak diminati

masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang, termasuk wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah. Semakin banyak meningkat jumlah usaha ini dan dapat menimbulkan persaingan yang ketat terutama untuk usaha yang menghasilkan produk sejenis karena perusahaan ingin berusaha memenuhi segala kebutuhan konsumen yang beragam. Salah satu jenis usaha makanan dan minuman yang sekarang ini banyak dijumpai adalah usaha yang bergerak dibidang kuliner seperti *coffee shop*, *dessert shop*, *milk house*, rumah makan, dan tempat *hangout* lainnya di Pekanbaru baik yang berlokasi di mal atau pusat perbelanjaan, di pusat kota, di pinggir jalan raya maupun di daerah kampus. Semakin banyaknya pesaing, menyebabkan bertambahnya pilihan bagi konsumen. Para konsumen memilih tempat makan dengan memperhatikan kualitas dari makanan sehingga menuntut para pemilik usaha makanan dan minuman ini untuk selalu memperhatikan kualitas produk agar mampu bersaing dengan usaha makanan lainnya dan mampu mempertahankan kepuasan bagi para konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor utama yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk yang kita tawarkan. Saat ini banyak usaha – usaha yang berdiri dibidang *pastry* seperti *pastry shop* di Pekanbaru. Dengan kualitas produk yang terjamin akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen baik penampilan luar produk maupun cita rasa dari produk tersebut.

Salah satu toko *pastry shop* yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Pekanbaru adalah L' Cheese Factory yang terletak di Jalan Durian Nomor 28, Sukajadi - Kota Pekanbaru.

L' Cheese Factory merupakan toko *cake* pertama di Pekanbaru yang menyediakan berbagai macam *cake* dengan produk yang khas dan memiliki kualitas dan cita rasa yang tinggi karena hanya menggunakan bahan – bahan berkualitas premium demi menjaga kualitas produknya. L' Cheese Factory ingin menjaga kualitas baiknya sebagai toko *cake* yang mampu menyediakan *cake* dengan kualitas yang terbaik sehingga konsumen menjadi puas dengan *cake* yang ditawarkan.

Selain dari jumlah pendapatan yang terus meningkat, konsumen yang datang ke L' Cheese Factory memberikan komentar-komentar yang positif, baik dari segi penampilan, variasi makanan, harga, dan variasi bahan yang digunakan. Dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Komentar Tamu di L' Cheese Factory  
Bulan Januari - April 2016

N O.	Komenta r Tamu	Janu ari	Febr uari	Ma ret	Ap ril
1.	Rasa yang enak	32	45	49	57
2.	Tampilan yang bagus	28	33	38	41
3.	Jenis makanan bervariasi	19	24	27	32
4.	<i>Boutique cheese cake</i> pertama di Pekanbaru	11	14	19	23
5.	Harga tidak terlalu mahal	27	36	41	44
6.	Bahan yang digunakan	30	34	42	45

n	menghas ilkan cita rasa yang enak				
---	--	--	--	--	--

Anggi (2008) mengemukakan, produk yang berkualitas baik harus selalu diciptakan setiap waktu dan perusahaan harus berinovasi dan mengembangkan produknya agar dapat mempertahankan konsumen serta mendapatkan konsumen baru.

Dapat dilihat bahwa selalu terjadinya peningkatan jumlah konsumen dari awal berdiri di bulan Maret tahun 2012 sampai dengan 2015. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini jumlah konsumen yang datang ke L'Cheese Factory.

Tabel 1.1  
Jumlah Konsumen yang Datang ke  
L'Cheese Factory  
Maret 2012 - Maret 2015

TAHU N	JUMLAH KONSUM EN	PERSEN TASE
2012	11.340	78,75%
2013	23.100	16,04%
2014	37.200	25,83%
2015	39.500	27,43%
TOTA L	111.140	148,05%

Sumber : L'Cheese Factory Pekanbaru

Menurut Kotler (2004), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan yang dimiliki.

Pentingnya mengkaji kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah apakah ada pengaruh kualitas produk dalam memberikan kepuasan kepada konsumen setelah dilihat adanya peningkatan jumlah konsumen yang datang setiap tahunnya dan konsumen selalu memberikan tanggapan yang baik terhadap produk *cake* yang ditawarkan.

Berawal dari rasa ingin tahu yang besar penulis terhadap bagaimana

kualitas dari suatu produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dan didukung oleh data diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di L'Cheese Factory Pekanbaru”**.

Kualitas produk adalah salah satu unsur dari atribut produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan untuk pembelian. Menurut Gasperz (1997) dalam definisi strategik menyatakan bahwa kualitas produk adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*Meeting The Needs of Customer*) keistimewaan atau keunggulan produk dapat diukur melaqlui tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (1997) kualitas suatu produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : **“Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Produk Pastry Terhadap Kepuasan Konsumen di L'Cheese Factory Kota Pekanbaru?”**

### 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah kualitas produk pastry di L'Cheese Factory?
2. Bagaimanakah kepuasan konsumen di L'Cheese Factory?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di L'Cheese Factory?

### 1.4 Batasan Masalah

Agar permasalahan tidak meluas, maka peneliti membatasi masalah

penelitian pada produk pastry *cheese cake*. Pembatasan masalah ini dimaksudkan untuk membantu mengarahkan penulis pada masalah sebenarnya dan mengingat keterbatasan waktu, pengetahuan, tenaga dan dana, maka permasalahan yang dikaji dibatasi selama satu bulan dimulai dari bulan Mei sampai bulan Juni 2016.

### 1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk pastry yang diproduksi L'Cheese Factory Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen di L'Cheese Factory Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di L'Cheese Factory Pekanbaru.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian bagi penulis adalah :

1. Untuk memberikan arti penting bahwa dalam memberikan kepuasan konsumen, harus memperhatikan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

Adapun manfaat penelitian bagi L'Cheese Factory adalah :

1. Sebagai masukan bagi perusahaan agar selalu menjaga kualitas produk mereka demi menjaga kepuasan konsumen.
2. Sebagai acuan bagi perusahaan untuk berkreasi dan berinovasi dalam menu yang ditawarkan kepada konsumen.

Adapun manfaat penelitian bagi kampus adalah :

1. Dapat dipergunakan sebagai salah satu sumber informasi pengetahuan, bahan perbandingan bagi pembaca,

dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pastry

Pengertian *pastry* menurut Pengolahan kue dan roti dalam Sudewi dan Patriasih (2005) : "*Pastry* ialah adonan yang berlapis-lapis dengan mentega atau lemak agar memperoleh hasil berlapisan atau berlembaran". Gisslen (1994 : 151) berpendapat bahwa : "adonan lembaran ialah adonan *pastry* yang digiling, dilipat dan dilapisi dengan mentega atau lemak agar memperoleh hasil berlapis, mengeripik karena sewaktu dalam pembakaran telah terjadi peragian dan pengembangan pada adonan tersebut oleh adanya panas, uap air dan mentega yang menguap". Bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk *pastry* sama dengan bahan dalam pembuatan roti, tetapi lemak yang digunakan ialah *butter corsvet*/lemak pelapis (*roll-in fat*) merupakan margarin khusus untuk menghasilkan adonan yang biasa dilipat, seperti *puff pastry* dan *danish pastry*.

Menurut Suhardjito (2005), pastries terbagi menjadi tiga, yaitu :

#### 1. Puff Pastry

Metode pembuatan puff pastry telah dikenal sejak Abad 16. Ada beberapa tipe puff pastry, antara lain :

- a. Full
- b. Three-quarter
- c. Half

Pada tipe full, perbandingan tepung dengan fat sama, sedangkan pada three-quarter, perbandingan antara tepung dengan fat adalah  $\frac{3}{4}$ . Pada tipe half, perbandingannya adalah  $\frac{1}{2}$  dan 1.

Tepung yang digunakan adalah jenis tepung keras yang banyak mengandung gluten sehingga kemampuan mengembang lebih baik. Penggunaan air pada setiap adonan berbeda, tergantung kepada daya serap tepung. Oleh karena itu jumlah air dalam resep tidak seratus persen

pasti. Biasanya hanya mendekati saja, bisa kurang atau lebih dari jumlah yang tertera.

Lemak yang digunakan harus jenis mentega, yang selain mempunyai aroma yang khas, maka kalau dilipat dan digulung akan dapat membentuk lapisan tipis seperti kertas film yang tidak mudah sobek. Selain itu, mentega juga memiliki titik leleh yang rendah dan apabila dimakan maka tidak menempel dimulut bagian atas.

## 2. Short Pastry

Short pastry adalah kue apabila dibakar maka akan terasa lunak dan mudah patah, yang bila dimakan maka akan lumer dimulut. Hal itu dapat terjadi karena adanya keseimbangan dalam penggunaan bahan dan ketepatan dalam cara pembuatannya. Apabila keras, hal itu disebabkan oleh terjadinya penguapan dan pengembangan dan insoluble protein dalam tepung. Oleh karena itu, tepung yang cocok untuk membuat short pastry adalah tepung lunak.

Short dan minyak tergolong jenis shortening (lemak) yang apabila dipergunakan dengan benar maka akan menyekat insoluble protein (protein yang tidak dapat larut dalam air) dengan air. Oleh karena itu pencampuran fat dilakukan sebelum adonan ditambah dengan air, telur maupun susu.

## 3. Kue sus

Untuk membuat kue sus (Choux Pastry), adonan fat, tepung, air dan sedikit gula dan garam direbus terlebih dahulu. Setelah itu baru dicampur dengan telur.

Beberapa pedoman dasar untuk membuat adonan sus:

1. Jumlah telur lebih besar dibandingkan bahan lain. Hal ini akan mengakibatkan sus menjadi ringan.
2. Jumlah fat tidak boleh melebihi atau sama beratnya dengan telur.
3. Khusus untuk kue sus yang kecil, jumlah fatnya banyak.

## 2.2 Cake

Secara singkat cake dapat diartikan sebagai produk makanan manis yang terbuat dari bahan utama tepung terigu, gula, telur, dan margarin. Cake sendiri kemudian dibagikan lagi menjadi dua bagian berdasarkan perbedaan teksturnya, yaitu menjadi *Pound Cake* dan *Sponge Cake*.

*Pound Cake* merupakan jenis cake bertekstur padat yang biasanya dalam penyajiannya ditambahkan berbagai macam buah atau topping maupun dapat disajikan dalam keadaan polos/plain tanpa menggunakan tambahan topping. Contohnya adalah *Cheese Cake* dan *Brownies*.

*Sponge Cake* merupakan jenis cake yang bertekstur agak ringan. Jenis *sponge cake* ini biasanya digunakan sebagai dasar dalam pembuatan produk-produk seperti Black Forest yang di-coating (disiram) dengan cokelat dan kemudian dihias dengan menggunakan *butter cream*. Contohnya adalah *Opera Cake* dan *Rainbow Cake*.

Menurut YB Suhardjito (2005), penilaian cake secara fisik dapat dilakukan terhadap beberapa faktor, antara lain :

### a. Simetris

Bentuk cake bagus dipandang dari beberapa sudut. Kesalahan yang sering terjadi biasanya berupa sisi rendah atau X faults, sisi tinggi, tengah-tengah rendah atau disebut M faults, tengah-tengah tinggi atau tidak merata, dan permukaan atas bergelombang.

### b. Bloom (Cerah)

Cake yang baik berwarna cerah dan mulus.

### c. Warna Kerak (Crust Colour)

Warna kerak sangat tergantung pada jenis cake. Setiap cake mempunyai warna kerak sendiri-sendiri.

### d. Volume

Cake yang baik, volumenya tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil. Setiap jenis cake sudah mempunyai standar sendiri-sendiri. Volume cake

berhubungan erat dengan susunan cake. Volume yang terlalu besar mengakibatkan adanya banyak lubang pada bagian dalam, sementara terlalu kecil akan bantat dan keras.

e. Keadaan Kerak

Keadaan kerak cake berbeda-beda sesuai dengan jenisnya. Untuk beberapa jenis cake, keraknya harus lebih empuk daripada yang lain. Kerak cake yang baik tidak terlalu empuk sehingga cake mudah hancur. Namun demikian, kerak yang empuk tetap diinginkan.

f. Warna Remah (Crumb Colour)

Warna remah cake yang satu berbeda dengan remah cake yang lain, sesuai dengan jenis nakenya. Warna yang disukai adalah warna terang. Warna remah sangat tergantung pada bahan yang dipergunakan.

g. Butiran Cake

Butiran cake tergantung pada jenis cake. Ada cake yang butirannya rapat dan ada pula yang renggang. Hal ini tergantung pada ukuran, bentuk, dan sifat susunan sel remah. Keseragaman ukuran dan dinding sel yang tipis yang dianggap terbaik. Butiran yang tidak baik adalah yang sel-selnya kasar, tebal, berdinding, tidak rata, dan berlubang besar-besar. Untuk menilai butirannya maka kita harus memotong cake itu pada bagian tengahnya.

h. Susunan

Untuk menelaah susunan cake diperlukan sepotong cake yang baru saja diiris. Gerakan ujung jari perlahan-lahan di atas potongan cake itu. Susunan cake yang sempurna tidak bergumpal dan tidak kasar. permukaannya harus lembut dan halus.

i. Aroma

Aroma cake harus sedap. Udara dalam susunan sel yang mengantar aroma harus harum, manis, segar dan murni.

j. Rasa

Untuk menentukan rasa cake, cara yang sebaik-baiknya ialah dengan mencicipi kue itu. Kunyalah dengan seksama sehingga dapat merasakan cake yang sebenarnya. Rasa merupakan

kombinasi mutlak dari dari dua unsur, yaitu rasa dan aroma. Rasa yang diinginkan harus sejalan dengan aroma yang diinginkan. Yang paling kita sukai ialah rasa manis, lezat dan menyenangkan.

k. Mutu Simpanan

Mutu simpan cake merupakan faktor yang sangat penting, terutama untuk cake yang dijual dalam bungkus. Cake harus disimpan terlebih dahulu sebelum sampai ke konsumen. Mutu simpan cake berbeda-beda, tergantung dari kandungan lemak atau bahan yang dipergunakan. Terlepas dari macam dan jenis cake, setiap cake harus memiliki mutu simpan yang baik, yang berarti harus selalu dalam keadaan baru/segar atau tetap lembab.

Menurut Suhardjito (2005), apabila akan membuat cake, pertama-tama yang harus kita perhatikan adalah pemilihan bahan dasar, yang semuanya harus memiliki mutu yang baik. Setiap bahan mempunyai fungsi sendiri-sendiri yang sangat penting bagi keberhasilan produk.

1. Tepung berfungsi untuk membentuk susunan atau kerangka cake serta untuk menahan bahan-bahan lainnya, agar cake tidak runtuh. Tepung yang sesuai untuk membuat cake adalah jenis soft flour dengan kadar protein 7% sampai 9% dengan butiran halus, dan yang telah diputihkan dengan baik. Nilai pH berkisar 5,2. Apabila menggunakan hard flour, cake akan sedikit alot.
2. Gula berfungsi sebagai bahan pemanis atau sweetness. bermacam-macam jenis gula dapat dipergunakan untuk membuat cake. Yang paling baik adalah gula yang halus butirannya, karena susunan cake akan rata dan empuk. Karena gula mudah larut, sewaktu membuat adonan harus yakin bahwa semua gula

telah benar-benar larut. Bila masih ada gula yang belum larut, butiran gula itu akan membuat cake menjadi kasar. Pada waktu proses pengkriman lemak atau fat, sebaiknya jumlah gula dua kali lipat dari berat lemak. Yang selebihnya dapat dilarutkan dengan cairan, seperti susu atau air.

### 3. Lemak

Lemak yang digunakan untuk membuat cake harus memenuhi beberapa persyaratan, antara lain :

- Mempunyai kemampuan yang baik untuk pengkriman.
- Memiliki rasa dan bau yang netral
- Mampu mengemulsi dengan baik
- Warnanya putih (tidak berwarna)

Mentega atau butter adalah jenis shortening yang paling baik. Mentega mempunyai sifat sebagai berikut :

- Memberi rasa yang lezat
- Mutu pengkriman rendah
- Volume cake menjadi rendah
- Butirannya menjadi agak kasar

### 4. Telur

Telur berfungsi untuk membentuk susunan atau kerangka cake. Nilai pH yang baik berkisar antara 7-7,5. Apabila nilai pH-nya kurang maka akan menjadi asam dan akan mempengaruhi proses peragian. Selain fungsi diatas, telur juga berfungsi untuk menambah cairan, aroma, dan warna pada kue.

### 5. Susu

Susu padat kering akan menghasilkan cake yang lebih baik dibandingkan susu cair. Laktosa gula susu menghasilkan warna kerak, membangkitkan rasa dan menahan cairan yang baik. Air yang ada di dalam susu menimbulkan rasa lezat pada kue.

6. Dalam adonan, air mempunyai beberapa fungsi, antara lain :

- Mempengaruhi kepadatan adonan
- Apabila bereaksi dengan soluble protein maka akan timbul gluten yang berfungsi menahan gas dari baking powder

## 2.1 Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor utama yang dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang kita tawarkan. Dengan kualitas produk yang terjamin akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumennya baik penampilan luar produk. Kotler and Armstrong (2012) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Produk adalah semua yang bisa ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen (Sumarni dan J. Supranto, 1997 dalam Tjiptono, 2006).

Kotler (2000) menyatakan bahwa produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat kepuasan, atau dikonsumsi untuk dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang yang nyata, pelayanan, manusia, tempat, perumahan, organisasi, informasi, dan ide untuk menciptakan sesuatu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) kualitas produk adalah Karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Kualitas produk menggambarkan sejauhmana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Definisi dari kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan

dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. (Kotler dan Armstrong, 2004)

Kualitas Produk Kotler and Keller (2012) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil/kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi (Kotler dan Armstrong 2012).

Adapun yang dimaksud dengan kualitas produk menurut Kotler (2009) adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.

Sedangkan menurut Tjiptono (2007), kualitas mengandung banyak definisi dan makna, setiap orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan. Definisi yang sering dijumpai dari orang-orang tersebut antara lain:

- a. Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan.
- b. Kecocokan untuk pemakaian.
- c. Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan.
- d. Bebas dari kerusakan atau cacat.
- e. Pemenuhan kebutuhan konsumen semenjak awal dan setiap saat.
- f. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal
- g. Sesuatu yang bisa membahagiakan konsumen.

Penilaian konsumen terhadap kualitas dari produk-produk pastry tidak dapat diukur secara mekanik, tetapi masih dapat dievaluasi melalui nilai nutrisinya, tingkat bahan yang digunakan, rasa, dan penampilan dari produk. Mengenai hal ini, Fiani dan Japarianto (2012) merangkum beberapa indikator yang mempengaruhi kualitas makanan, yaitu sebagai berikut:

1. Warna

2. Penampilan

3. Porsi

4. Aroma

5. Rasa

Menurut West, Wood dan Harger, Gaman dan Sherrington serta Jones dalam Margaretha dan Edwin (2012) secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi food quality adalah sebagai berikut:

- a. Warna

Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.

- b. Penampilan

Ungkapan *looks good enough to eat* bukanlah suatu ungkapan yang berlebihan. Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, di mana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati.

- c. Porsi

Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*.

- d. Bentuk

Bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi, misalnya wortel yang dipotong dengan bentuk dice atau biasa disebut dengan potongan dadu digabungkan dengan selada yang dipotong *chiffonade* yang merupakan potongan yang tidak beraturan pada sayuran.

- e. Temperatur

Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya. Temperatur juga bisa mempengaruhi rasa, misalnya rasa manis pada sebuah makanan akan lebih terasa saat makanan tersebut masih hangat, sementara rasa asin pada sup akan kurang terasa pada saat sup masih panas.

- f. Tekstur

Ada banyak tekstur makanan antara lain halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tingkat tipis dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dari reseptor di mulut.

g. Aroma

Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.

h. Tingkat kematangan

Tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan. Misalnya wortel yang direbus cukup akan menjadi lunak daripada wortel yang direbus lebih cepat. Untuk makanan tertentu seperti steak setiap orang memiliki selera sendiri-sendiri tentang tingkat kematangan steak.

i. Rasa

Titik 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.

## 2.2 Cake

Menurut YB Suhardjito (2005:135-137), penilaian cake secara fisik dapat dilakukan terhadap beberapa faktor, antara lain :

l. Simetris

Bentuk cake bagus dipandang dari beberapa sudut. Kesalahan yang sering terjadi biasanya berupa sisi rendah atau X faults, sisi tinggi, tengah-tengah rendah atau disebut M faults, tengah-tengah tinggi atau tidak merata, dan permukaan atas bergelombang.

m. Bloom (Cerah)

Cake yang baik berwarna cerah dan mulus.

n. Warna Kerak (Crust Colour)

Warna kerak sangat tergantung pada jenis cake. Setiap cake mempunyai warna kerak sendiri-sendiri.

o. Volume

Cake yang baik, volumenya tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil. Setiap jenis cake sudah mempunyai standar sendiri-sendiri. Volume cake berhubungan erat dengan susunan cake. Volume yang terlalu besar mengakibatkan adanya banyak lubang pada bagian dalam, sementara terlalu kecil akan bantat dan keras.

p. Keadaan Kerak

Keadaan kerak cake berbeda-beda sesuai dengan jenisnya. Untuk beberapa jenis cake, keraknya harus lebih empuk daripada yang lain. Kerak cake yang baik tidak terlalu empuk sehingga cake mudah hancur. Namun demikian, kerak yang empuk tetap diinginkan.

q. Warna Remah (Crumb Colour)

Warna remah cake yang satu berbeda dengan remah cake yang lain, sesuai dengan jenis nakenya. Warna yang disukai adalah warna terang. Warna remah sangat tergantung pada bahan yang dipergunakan.

r. Butiran Cake

Butiran cake tergantung pada jenis cake. Ada cake yang butirannya rapat dan ada pula yang renggang. Hal ini tergantung pada ukuran, bentuk, dan sifat susunan sel remah. Keceragaman ukuran dan dinding sel yang tipis yang dianggap terbaik. Butiran yang tidak baik adalah yang sel-selnya kasar, tebal, ber dinding, tidak rata, dan berlubang besar-besar. Untuk menilai butirannya maka kita harus memotong cake itu pada bagian tengahnya.

s. Susunan

Untuk menelaah susunan cake diperlukan sepotong cake yang baru saja diiris. Gerakan ujung jari perlahan-lahan di atas potongan cake itu. Susunan cake yang sempurna tidak bergumpal dan tidak kasar. permukaannya harus lembut dan halus.

t. Aroma

Aroma cake harus sedap. Udara dalam susunan sel yang mengantar aroma harus harum, manis, segar dan murni.

u. Rasa

Untuk menentukan rasa cake, cara yang sebaik-baiknya ialah dengan mencicipi kue itu. Kunyalah dengan seksama sehingga dapat merasakan cake yang sebenarnya. Rasa merupakan kombinasi mutlak dari dua unsur, yaitu rasa dan aroma. Rasa yang diinginkan harus sejalan dengan aroma yang diinginkan. Yang paling kita sukai ialah rasa manis, lezat dan menyenangkan.

#### v. Mutu Simpanan

Mutu simpan cake merupakan faktor yang sangat penting, terutama untuk cake yang dijual dalam bungkus. Cake harus disimpan terlebih dahulu sebelum sampai ke konsumen. Mutu simpan cake berbeda-beda, tergantung dari kandungan lemak atau bahan yang dipergunakan. Terlepas dari macam dan jenis cake, setiap cake harus memiliki mutu simpan yang baik, yang berarti harus selalu dalam keadaan baru/segar atau tetap lembab.

## 2.2 Kepuasan Konsumen

*Oxford Advanced Learner's Dictionary* (Tjiptono & Gregorius, 2005) mendeskripsikan kepuasan adalah perasaan baik ketika Anda mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang Anda ingin terjadi tidak terjadi, tindakan memenuhi kebutuhan atau keinginan.

Kotler dan Keller (2003) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Apabila penampilan produk yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, maka dapat dipastikan konsumen akan merasa tidak puas dan apabila penampilan produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan konsumen, maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah

mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penelitian evaluatif pascapemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan barang atau jasa tersebut (Mowen dan Minor, 2002).

Kepuasan konsumen adalah persepsi individu terhadap performansi suatu produk atau jasa dikaitkan dengan harapan konsumen tersebut (Sciffman dan Kanuk, 2004).

Kotler (2006) mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan.

Kotler (2012) di katakan bahwa dalam mengukur kepuasan pelanggan atau bisa juga disebut dimensi adalah sebagai berikut:

1. Tetap Loyal
2. Membeli produk baru yang ditawarkan
3. Merekomendasikan produk
4. Bersedia membayar lebih
5. Memberi masukan

Essinger dan Wylie (2003) kepuasan konsumen terhadap kualitas makanan terdiri dari : kualitas rasa, kuantitas atau porsi, variasi makanan, cita rasa yang khas, waktu, kebersihan dan inovasi.

Terciptanya kepuasan konsumen akan memberikan manfaat, yaitu hubungan yang baik antar konsumen dan produsen sehingga akan terbentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*Word of Mouth*).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen :

(Lupyoadi, 2001) Ada lima faktor dalam menentukan kepuasan konsumen :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### 2.3 Manfaat Kepuasan Konsumen

Tjiptono (2006) menjelaskan manfaat kepuasan konsumen yang disarikan sebagai berikut:

1. Pelanggan bersedia membayar harga yang lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang baik,
2. Manfaat ekonomis retensi pelanggan dibandingkan penjangkaran pelanggan secara terus-menerus,
3. Loyalitas pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan selama waktu yang relatif lama berpotensi menghasilkan anuitas pendapatan yang jauh lebih besar daripada pembelian individual,
4. Pelanggan yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga,
5. Kepuasan pelanggan sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan.

### 2.5 Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa definisi mengenai kepuasan konsumen.

Kotler (2007) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja

atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Menurut Tjiptono (2005) terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat antara lain hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan konsumen semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan melakukan pembelian di tempat lain.

Sedangkan menurut Kotler (2000) “*The buyer satisfaction is a function of the closer's the buyers product expectation and the product performance*”. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari kedekatan antara harapan konsumen (*Customer Expection*) dengan prestasi produk yang dirasakan konsumen (*Perceived Performance*).

Pembelian suatu produk oleh pelanggan tergantung pada persepsi dan ekspektasi mereka, kita sebagai produsen harus mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut : Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan adalah

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen (perusahaan), jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian sebaliknya.

2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk – produk yang dirasakan sangat tinggi.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

Kualitas mengacu kepada segala sesuatu yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen, karena suatu produk dihasilkan baru dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan konsumen, diproduksi secara baik dan benar, serta dapat digunakan atau dimanfaatkan dengan baik. Menurut Kotler dan Armstrong (2000) kualitas yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.

## I. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah mempunyai karakteristik rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti penelitian dilakukan dengan cara-cara masuk akal dan terjangkau penalaran atau logika manusia. Empiris berarti penelitian dilakukan berdasarkan fakta – fakta dilapangan yang dapat diuji oleh orang lain atau pihak lain, dan sistematis adalah penelitian dengan proses tertentu. (Babbie, E., 2004) dalam Etta Mamang Sanadji & Sopiah, 2010.

## J. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan di Toko L'Cheese Factory Jalan Durian Nomor 28, Sukajadi – Pekanbaru. Dan peneliti akan mengambil waktu penelitian

selama 1 bulan, dimulai pada Bulan Mei sampai Juni 2016.

## K. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: subyek atau obyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010). Populasi yang diambil dari para konsumen yang pernah makan dan minum di L'Cheese Factory.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Etta Mamang Sanadji & Sopiah :2010). Penelitian ini akan menggunakan metode non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010). Sampel yang akan diambil dengan metode penarikan sampel secara kebetulan (*accidental sampling*) yaitu proses pengambilan sampel dilakukan tanpa perencanaan yang seksama (Kusmayadi : 2004). Karena keterbatasan waktu dan biaya, maka penulis mengambil 100 orang responden sebagai sampel dalam penelitian ini.

## L. Jenis dan Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data asli (tidak melalui perantara) (Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010). Sumber penelitian primer diperoleh peneliti dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan kepada para konsumen.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang merupakan hasil pengumpulan orang atau instansi lain dalam bentuk publikasi, seperti laporan tahunan, profil perusahaan, dan seterusnya (Kusmayadi & Endar Sugiarto, 2000). Data sekunder dalam penelitian ini berupa data data yang dimiliki L'cheese Factory yaitu jumlah kedatangan konsumen, jumlah pendapatan dan komentar tamu.

### M. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Observasi

Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subyek (orang) obyek (benda), atau kegiatan yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti (Indriantoro dalam Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010).

Observasi yang dilakukan adalah observasi terhadap subjek, perilaku subjek selama wawancara, interaksi subjek dengan peneliti dan hal – hal yang dianggap relevan sehingga dapat memberikan data tambahan terhadap hasil wawancara.

#### 2. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan menyebar angket, sehingga dalam waktu yang relatif singkat dapat menjangkau banyak responden (Etta Mamang Sanadji & Sopiah : 2010)

#### 3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut I Gusti Bagus Rai Utama dan Ni Made Eka Mahadewi (2012) adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini, penelitian nantinya akan mengumpulkan bukti atau keterangan-keterangan berupa gambar mengenai objek yang diteliti.

### N. Operasional Variabel

Operasional adalah suatu informasi yang digunakan oleh peneliti untuk mengikut suatu variabel yang merupakan hasil penjabaran dari sebuah konsep (Wardiyanta : 2006).

Tabel 3.1

Operasional Variabel Kualitas Produk (X)

Kons ep Variabel	Indikator	Ukuran	Metode Pengumpulan Data
Kualitas Produk Cheese Cake	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simetris</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk cake bagus dipandang dari beberapa sudut</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuisisioner</li> <li>• Observasi</li> <li>• Dokumentasi</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bloom (Cerah)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cake yang baik berwarna cerah dan mulus</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warna Kera k (Crust Colour)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warna kerak tergantung pada jenis cake</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volume</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cake yang baik, volumenya tidak terlalu besar dan</li> </ul>	

		juga tidak terlalu kecil	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keadaan Kerak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kerak cake yang baik tidak terlalu bempuk sehingga cake tidak mudah hancur</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Warna Remah (Crumb Colour)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Warna yang disukai adalah warna terang</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Butiran Cake</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Butiran yang baik adalah yang sel-selnya tidak kasar, tidak tebal, tidak berding, rata dan tidak berlubang besar-</li> </ul>	

		besar	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Susunan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Susunan yang sempurna tidak bergumpal dan tidak kasar</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aroma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aroma cake harus sedap, manis, segar dan murni</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rasa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rasa yang disukai adalah manis, lezat dan menyenangkan</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mutu Simpanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cake harus disimpan dengan baik, selalu dalam keadaan segar atau tetap lembab</li> </ul>	

Sumber : YB Suhardjito, 2005

Tabel 4.1  
Operasional Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Metode Pengumpulan Data
Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tetap Loyal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsumen selalu kembali lagi untuk membeli produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuisi oner</li> <li>Obse rvasi</li> <li>Dok ume ntasi</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membe li Produk Baru yang Ditawar kan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Varia n produk baru akan dibel i konsu men</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mereko mendas ikan Produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsu men akan mem berit ahu kepa da oran g-oran g terde katn</li> </ul>	

		ya tenta ng prod uk kita	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bersedi a Membayar Lebih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Harg a tidak menj adi masa lah</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Member i Masuka n</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Me mber ikan kom entar yang men gunt ungn an bagi peru saha an dan prod uk</li> </ul>	

Sumber : Kotler, 2012

### O. Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran yang digunakan adalah skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Etta Mamang Sanadji & Sopiah, 2010) sebagai berikut :

Tabel 5.1

Skala Likert

Kriteria	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4

Kurang Baik	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Sumber : Etta Mamang Sanadji & Sopiah, 2010

## P. Teknik Analisis Data / Teknik Pengolahan Data

Untuk teknik pengolahan data, penulis melakukan analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasirem, 2008). Data yang terkumpul baik berupa data primer maupun sekunder akan dianalisis dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*) dan diharapkan dapat menghasilkan hasil yang akurat.

Regresi linier sederhana adalah regresi linier yang menganalisis hubungan antara satu variabel bebas dan satu variabel tak bebas (terikat). Sedangkan regresi berganda adalah regresi yang menganalisis hubungan antara lebih dari satu variabel bebas dan satu variabel tak bebas (Kusmayadi, 2004).

Analisis Regresi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Persamaan regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bx$$

dimana :

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila x = 0 ( harga konstan )

b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan

atau pun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

x = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberi saran-saran sebagai berikut:

- Dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen di L'cheese Factory, dapat memberikan pengertian kepada pihak management bahwa kepuasan konsumen sangat penting dalam menjaga kepercayaan konsumen dalam kualitas produk dan juga dapat meningkatkan keuntungan bagi pihak L'cheese Factory.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fiani, S. Margaretha., dan Japarianto. E. 2012. *Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo.*Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 1 (1), 1-6.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler , Philip. 2000. *Marketing Management.* The Millenium Edition. Northwestern University.
- Kotler, Philip and Gerry Armstrong. 2012. *Principles of Marketing.*Pearson Education Limited, New Jersey.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.* Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2.* Jakarta : Erlangga.
- Kusmayadi, 2004. *Statistika Pariwisata Deskriptif.* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusmayadi & Endar Sugiarto, 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan.* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta : Salemba Empat.

Riyadi, Heru, Anwari Masatip & Budi Wibowo. 2010. *Pengetahuan Menu*. Bandung : Dewa Ruchi.

Sanadji, Etta Mamang & Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2007. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.