

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK  
SATE GAUL (SAGA) DI KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**MUH. NUR ISLAMI RAMADHAN**  
**I 011201062**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK  
SATE GAUL (SAGA) DI KOTA MAKASSAR**

**SKRIPSI**

**MUH. NUR ISLAMI RAMADHAN  
I 011201062**

**Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Peternakan pada Fakultas Peternakan  
Universitas Hasanuddin**

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh. Nur Islami Ramadhan

NIM : I 011201062

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul:  
**Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sate Gaul (SAGA) di Kota Makassar** adalah asli.

Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini tidak asli atau plagiasi maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 22 Agustus 2024

Peneliti



Muh. Nur Islami Ramadhan

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sate Gaul (SAGA) di Kota Makassar

**Nama** : Muh. Nur Islami Ramadhan

**NIM** : I 011201062

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :



**Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt., M.Si., IPU, ASEAN Eng.** **Dr. Ir. Sitti Nurlaelah, S.Pt., M.Si., IPM.**  
Pembimbing Utama Pembimbing Pendamping

**Dr. Agr. Ir. Renny Fatmyah Utamy, S.Pt., M.Agr., IPM.**  
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 20 Agustus 2024

## RINGKASAN

**Muh. Nur Islami Ramadhan.** I 011201062. Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sate Gaul (SAGA) di Kota Makassar. Pembimbing Utama: **Sitti Nurani Sirajuddin** dan Pembimbing Anggota: **Siti Nurlaelah.**

Kepuasan konsumen tidak bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, namun ada faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen yaitu kualitas produk. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Sate Gaul (SAGA) di Kota Makassar. Penelitian kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Sate Gaul (SAGA) di Kota Makassar dilaksanakan pada bulan Mei 2024 dan jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif melalui pendekatan *survey*. Sampel dalam penelitian ini yaitu 100 konsumen yang makan di Sate Gaul (SAGA). Pengumpulan data dilakukan dengan melibatkan konsumen yang datang makan di Sate Gaul (SAGA). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas produk pada Sate Gaul (SAGA) memperoleh skor sebesar 236,3 yang artinya persepsi konsumen lebih dominan pada kategori puas, walaupun rata-rata total keseluruhan memperoleh skor yang berada pada kategori sangat puas, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Sate Gaul berada pada kategori puas berdasarkan dimensi kualitas produk.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Sate Gaul

## SUMMARY

**Muh. Nur Islami Ramadhan.** I 011201062. Consumer Satisfaction with the Quality of Sate Gaul (SAGA) Products in Makassar City. Supervisor: **Sitti Nurani Sirajuddin** dan Co-supervisor: **Siti Nurlaelah.**

Customer satisfaction cannot be achieved by service quality alone, but there are other factors that can support the fulfillment of customer satisfaction, namely product quality. The purpose of the study was to determine how customer satisfaction with the quality of Sate Gaul (SAGA) products in Makassar City. Research on consumer satisfaction with the quality of Sate Gaul (SAGA) products in Makassar City was conducted in May 2024 and the type of research used was descriptive quantitative through a survey approach. The sample in this study were 100 consumers who ate at Sate Gaul (SAGA). Data collection was carried out by involving consumers who came to eat at Sate Gaul (SAGA). The data analysis used in this study is descriptive quantitative. The results showed that consumer satisfaction with product quality at Sate Gaul (SAGA) obtained a score of 236.3, which means that consumer perceptions are more dominant in the satisfied category, although the overall total average obtained a score that was in the very satisfied category, so it can be said that consumer satisfaction with the quality of Sate Gaul products is in the satisfied category based on the dimensions of product quality.

Keywords: Costumer Satisfaction, Product Quality, Sate Gaul

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur penulis panjatkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun dengan segala keterbatasan. Shalawat serta salam tak lupa pula penulis hanturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Terima kasih terucap bagi segenap pihak yang telah meluangkan waktu, pemikiran dan tenaganya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terimakasih tiada tara kepada Ayahanda **Ahmadi S.Sos** dan Ibunda **Yuriati S.Pd** yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang yang begitu tulus, dan saudara kandung penulis yaitu Kakak **Nur Suci Armitha S.Pd** dan Adik **Amelia Sri Ramadhani** yang telah membantu penulis, serta senantiasa memanjatkan do'a dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 Peternakan. Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya, penulis haturkan dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M. Sc.**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin, Makassar.
2. Bapak **Dr. H. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, Wakil Dekan dan seluruh bapak/ibu Dosen pengajar

yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis, serta bapak/ibu staf pegawai Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin atas bantuannya yang diberikan.

3. Ibu **Dr.Agr. Ir. Renny Fatmyah Utamy, S.Pt., M. Agr., IPM.** selaku Ketua Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin.
4. Ibu **Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin S.Pt.,M.Si.,IPU.,ASEAN Eng** selaku pembimbing utama dan Ibu **Dr. Ir. Siti Nurlaelah S.Pt.,M.Si.,IPM** selaku pembimbing anggota yang telah membagi ilmunya dan banyak meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan nasihat serta motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu **Dr. Ir. Hj. St Rohani, M.Si** selaku penguji pertama dan Bapak **Dr. Ir. Palmarudi M., SU** selaku penguji kedua yang telah membagi ilmunya dan banyak meluangkan waktu untuk mengarahkan serta memberikan nasihat dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu **Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin S.Pt.,M.Si.,IPU ASEAN Eng** selaku penasehat akademik yang banyak meluangkan waktunya untuk memberikan motivasi, nasehat dan dukungan kepada penulis.
7. Bapak **Dr.Ir. Muh. Ridwan S.Pt.,M.Si.,IPU** selaku pembimbing Seminar Studi Pustaka.
8. Ibu **Dr.Ir. Siti Nurlaelah S.Pt.,M.Si.,IPM** selaku pembimbing utama pada Praktek Kerja Lapang (PKL).
9. Ibu **Irna Novianti S.Pt,M.Tr.A.P.** selaku pembimbing lapangan pada Praktek Kerja Lapang (PKL).
10. Ibu **A. Aldiana SE**, Ibu **Hj. A. Rasmiati M, SE.MM**, Ibu **Ir. A. Cenranawan**, Ibu **Ir. Hj. Nurlaela Kadir, MM**, Ibu **Rosdiana Gaffar, S.Pt**, Ibu **Dra. Yanti**

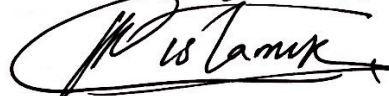


**Widyanti, S.ST, Pak Amri S.Pt, Ibu Lisa Yuniar Taroreh, S.Sos, Ibu Herawati, S.Pt, Ibu Nurhayati, Kak Riri, Kak Dian, Kak Citra, Kak Anri, Kak Idham** serta seluruh pegawai Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Sulawesi Selatan.

11. **Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Sulawesi Selatan dan Bidang Penyuluhan dan Pengembangan Usaha** yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan praktek kerja lapang.
12. **SPEK INTEL, Barudakz , Hujatannn, Rina Amelia, Aulia Dzulfa, Yusuf Lahamuddin, Nur Azizah Azzahra Golman** terima kasih atas segala doa, dukungan dan telah menjadi sosok yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. Teman-teman Mahasiswa Fakultas Peternakan kepada **Crown 2020, HIMSENA-UH dan IMPS-UH** terima kasih atas kebersamaannya dan yang telah banyak membantu. Semoga silaturahmi kita tidak putus.
14. Dan yang terakhir, saya berterima kasih untuk diri saya sendiri **Muh Nur Islami Ramadhan** yang telah berjuang sampai detik ini. Perjuangan untuk menyelesaikan S1 bukanlah hal yang mudah dan saya membuktikannya dapat menyelesaikannya tepat waktu.

Serta semua pihak yang turut membantu menyelesaikan skripsi yang tidak dapat saya sebut satu persatu. Semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bagi penulis sendiri.

Makassar, Agustus 2024



Muh. Nur Islami Ramadhan

# DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Umum Daging .....	7
2.2 Tinjauan Umum Kepuasan Konsumen.....	8
2.3 Tinjauan Umum Kualitas Produk .....	10
2.4 Penelitian Terdahulu .....	13
2.5 Kerangka Pikir Penelitian.....	14
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>15</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	15
3.2 Jenis Penelitian .....	15
3.3 Populasi dan Sampel .....	15
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	17
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	18
3.6 Analisis Data.....	19
3.7 Variabel Penelitian .....	19
3.8 Konsep Operasional .....	22
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
4.1 Keadaan Umum Lokasi .....	24
4.2 Keadaan Umum Responden .....	26

4.3 Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk Sate Gaul.....	30
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>45</b>
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>51</b>
<b>BIODATA PENELITI</b>	

## DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1. Penelitian Terdahulu .....	13
2. Variabel Penelitian .....	19
3. Rentang Skala Penilaian .....	21
4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	26
5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	28
7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	29
8. Performa ( <i>Performance</i> ).....	30
9. Ciri-Ciri/Keistimewaan ( <i>Features</i> ).....	31
10. Keandalan ( <i>Reliability</i> ).....	33
11. Kesesuaian dengan Spesifikasi ( <i>Conformance to Spesification</i> ) .....	37
12. Daya Tahan ( <i>Durability</i> ) .....	39
13. Estetika ( <i>Esthetic</i> ) .....	40

## DAFTAR GAMBAR

No.		Halaman
1.	Kerangka Pikir Penelitian.....	14
2.	Garis Kontinum.....	21
3.	Struktur Organisasi Sate Gaul.....	25
4.	Interval Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk Sate Gaul.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

No.		Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	51
2.	Identitas Responden Sate Gaul.....	53
3.	Perhitungan Data.....	56
4.	Dokumentasi.....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pemenuhan kebutuhan konsumsi daging secara nasional terus mengalami peningkatan setiap tahun sejalan dengan bertambahnya penduduk dan pendapatan per kapita masyarakat. Sektor peternakan memiliki peran dalam perekonomian Indonesia utamanya dalam pemenuhan kebutuhan konsumsi pangan bagi masyarakat. Kebutuhan konsumsi masyarakat pada produk peternakan di Indonesia cukup tinggi, salah satunya adalah daging. Produk peternakan ini dapat dijumpai di pasaran, mulai dari pasar tradisional sampai pasar modern. Seiring perkembangan waktu, permintaan akan produk peternakan yang cukup tinggi, baik dalam konsumsi rumah tangga maupun industri rumah makan (Abdullahi dkk., 2023).

Daging sebagai salah satu sumber protein hewani yang memiliki banyak kandungan gizi di dalamnya. Konsumsi daging di kalangan masyarakat Indonesia cukup meningkat dikarenakan daging diolah ke dalam berbagai produk makanan. Walaupun menimbulkan berbagai pernyataan pro dan kontra terkait konsumsi daging yang berdampak pada pola hidup masyarakat. Masyarakat menyadari jika mengkonsumsi daging sangat baik dari segi kandungannya, namun tidak disarankan untuk dikonsumsi secara berlebihan karena akan berpengaruh pada kesehatan masyarakat (Komariah, 2005).

Berdasarkan jenisnya, daging terbagi menjadi dua jenis yaitu daging ternak besar seperti sapi dan kerbau sedangkan daging ternak kecil seperti domba, kambing, ayam dan lainnya. Ditinjau dari segi ekonomis serta ketersediaannya di

pasar tradisional maupun pasar modern, jenis daging yang umumnya dibeli oleh masyarakat adalah daging ayam dikarenakan stok dan ketersediaannya banyak di pasaran dibandingkan dengan daging sapi dan kambing. Selain itu, harga daging ayam jauh lebih terjangkau dibandingkan dengan harga daging sapi dan kambing yang ada di pasaran (Sukmawati dkk., 2018).

Daging yang awalnya merupakan bahan mentah kini dapat diolah menjadi berbagai macam produk makanan. Berbagai macam teknik pengolahan dapat dilakukan, salah satunya melalui diversifikasi produk. Diversifikasi produk pada daging dilakukan sebagai upaya penganekaragaman produk dengan tidak hanya bergantung pada satu jenis produk saja tetapi terdapat keragaman atau variasi bahan pangan yang digunakan sebagai pilihan dalam pengolahan produk tersebut. Dengan adanya diversifikasi produk, dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), pembangunan pertanian di bidang pengolahan produk pangan, dan perbaikan gizi masyarakat (Sugianto dan Sholihah, 2021).

Diversifikasi produk menjadi salah satu strategi dalam mengelola pengembangan produk yang lebih inovatif terkhusus pada produk peternakan. Pengembangan produk peternakan berupa daging dapat diolah menjadi berbagai variasi produk makanan, salah satunya adalah sate. Sate merupakan makanan khas tradisional yang disukai oleh banyak orang dari semua lapisan umur, status sosial dan suku di Indonesia. Berbagai jenis sate dapat ditemukan oleh masyarakat seperti sate daging, sate kambing, sate ayam, dan lainnya. Sate dijual dengan berbagai variasi mulai dari jenis sate, cara penyajian, cara penjualan, lokasi pemasaran mulai dari pinggir jalan, rumah makan hingga disajikan sebagai menu istimewa di restoran (Ramadhan dkk., 2022).



Sate sebagai salah satu kuliner khas Indonesia yang identik dengan bahan utamanya adalah daging. Jenis sate cukup beragam dan memiliki banyak variasi nama seperti sate madura, sate taichan, sate padang, sate maranggi dan masih banyak lagi. Selain jenis dan variasi yang beragam, sate memiliki ciri khas lain yaitu sate pada umumnya dipotong dadu-dadu kemudian ditusuk, kini juga hadir dalam bentuk dicincang atau dipotong dadu-dadu lalu dibungkus tanpa menggunakan tusukan sate (Sari dkk., 2023).

Pengolahan sate pada umumnya berbeda-beda dikarenakan di setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing dalam mengolah produk tersebut. Pembuatan sate dilakukan dengan berbagai cara seperti memotong daging menjadi dadu-dadu kecil, atau dicincang sampai halus, selanjutnya dibaluri dengan bumbu lalu ditusuk menggunakan tusukan sate dan siap dibakar. Metode pembakaran sate masih banyak menggunakan metode tradisional yaitu dengan pembakaran di atas bara api. Menurut Adiyastiti dkk., (2014) menyatakan bahwa faktor penting dalam pemasakan sate adalah lama pemasakan karena dapat mempengaruhi kualitas daging. Perbedaan lama pembakaran akan memberikan tekstur dan rasa yang berbeda pada sate sehingga akan mempengaruhi penilaian oleh konsumen secara subyektif.

Sebagai suatu industri, rumah makan merupakan bidang usaha yang menuntut penekanan pada kualitas pelayanan tinggi dan perbaikan kualitas secara berkesinambungan. Mengingat bahwa terjadi perubahan gaya hidup konsumen dan budaya makan diluar menjadi sangat umum dilakukan, maka konsumen menginginkan pengalaman rasa yang enak, suasana yang nyaman dan pengalaman yang menyenangkan ketika mengkonsumsi produk kuliner tersebut. Sektor kuliner

tidak hanya mengedepankan aspek makanan dan minuman yang disajikan, tetapi proses dan tahapan penyajian serta suasana pelayanan juga ikut memberikan kontribusi terciptanya persepsi kualitas produk yang positif (Novrianto, 2016).

Kotler dan Amstrong (2010) menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan dan diimplikasikan. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan konsumen. Sebagai peningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan yang berdaya saing sehingga konsumen menjadi semakin puas. Konsumen akan puas ketika produk memenuhi harapan mereka.

Kualitas produk pada sate menampilkan berbagai karakteristiknya yang meliputi variasi menu, rasa, harga, ciri-ciri/ keistimewaan yang dimiliki, daya simpan produk serta tampilan produknya. Kualitas yang ditampilkan oleh sate dengan segala karakteristiknya memunculkan persepsi yang baik bagi masyarakat akan kualitas produknya. Kualitas produk pada sate tentunya memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dikarenakan semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan tinggi, sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas terhadap produk tersebut (Aulia dan Hidayat, 2017).

Kepuasan konsumen tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan saja, namun ada faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen yaitu kualitas produk. Menurut Tombeng dkk., (2019) bahwa kualitas produk akan membuat konsumen merasa puas apabila hasil produk yang ditunjukkan

berkualitas. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara inilah yang dilakukan pebisnis agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang layak sehingga para konsumen akan merasa puas dan tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut.

Sate Gaul atau yang disingkat dengan SAGA merupakan sebuah usaha yang telah didirikan sejak tahun 1990 yang telah memiliki dua cabang yaitu berada di Jalan Jambu Losari Kecamatan Ujung Pandang Kota Makassar yang merupakan cabang pertama sedangkan untuk cabang kedua berlokasi di Jalan Manggis, Losari, Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar. Sate Gaul ini merupakan usaha turun temurun yang sekarang ini masih dilanjutkan dan dipegang oleh Owner Ibu Laila. Berbagai macam khas varian sate yang ditampilkan oleh Sate Gaul seperti sate ayam, sate kambing dan sate sapi.

Setiap malamnya, sate gaul ini selalu dikunjungi oleh masyarakat kota Makassar, dikarenakan sate yang ditampilkan memiliki cita rasa tersendiri ditambah dengan saus yang disajikan dari sate ini terdapat dua macam yaitu saus kacang dan saus dabu-dabu. Untuk harga yang ditawarkan, harga sate ayam berkisar Rp.27.000/ 10 tusuk., sate sapi dan kambing berkisar Rp.35.000-Rp.42.000/10 tusuk. Sate Gaul mulai buka dari jam 16.30 WITA-00.00 WITA. Pengunjung biasanya ramai pada saat hari libur atau akhir pekan dibandingkan hari kerja. Untuk lokasi, Sate Gaul dapat menampung pelanggan sebanyak 15-20 orang untuk makan di tempat. Selain itu, pelanggan juga dapat menikmati produk sate tersebut dengan konsep makan di dalam mobil masing-masing jika tempat sudah penuh (*carhops*). Hal ini disebabkan tempat yang terbatas dan berada di lorong sekaligus digunakan konsumen untuk memarkirkan kendaraannya.

Berdasarkan latar belakang di atas hal inilah yang membuat peneliti ingin melakukan pengujian terkait bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang ditampilkan oleh Sate Gaul. Kepuasan konsumen yang dimaksud adalah penilaian konsumen yang merepresentasikan puas atau tidak puasnya terhadap kualitas produk yang ditampilkan sehingga hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian mengenai **“Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sate Gaul (SAGA) di Kota Makassar”**.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Sate Gaul (SAGA) di Kota Makassar.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Sate Gaul (SAGA) di Kota Makassar.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai referensi dan sebagai masukan bagi peneliti yang akan datang, yang akan melakukan penelitian serupa.
2. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan informasi pada tempat makan Sate Gaul (SAGA).
3. Penelitian ini berguna sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti sendiri dalam bisnis rumah makan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Umum Daging**

Daging merupakan salah satu komoditi peternakan yang menjadi andalan sumber protein hewani dan sangat menunjang untuk memenuhi kebutuhan dasar bahan pangan di Indonesia. Daging terbagi ke dalam dua jenis, yaitu daging ternak besar seperti sapi dan kerbau, maupun daging ternak kecil seperti domba, kambing, dan babi. Daging pada umumnya merupakan makanan yang kaya akan protein hewani yang baik untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Walaupun, disisi lain banyak masyarakat menilai adanya pro dan kontra terkait konsumsi berlebihan pada daging yang dapat menimbulkan gangguan kesehatan (Gunawan, 2013).

Daging didefinisikan sebagai jaringan hewan yang kaya protein dan dimanfaatkan sebagai bahan pangan bagi manusia. Menurut SNI 01-3947-1995, daging adalah urat daging yang melekat pada kerangka, kecuali urat daging dari bagian bibir, hidung dan telinga yang berasal dari hewan yang sehat pada saat dipotong. Daging mengandung beberapa unsur pokok seperti air, protein, lemak dan abu dengan protein sebagai komponen bahan kering yang terbesar dari daging. Selain mutu proteinnya tinggi, daging mengandung asam-asam amino (*amino acids*) esensial, asam-asam amino non esensial dan senyawa nitrogen non protein yang lengkap dan seimbang. Tingginya tingkat konsumsi daging disebabkan nilai gizi yang terkandung didalam daging lebih banyak bila dibandingkan dengan bahan pangan lainnya (Firahmi dkk., 2015).

Daging secara kimiawi terdiri dari empat komponen besar yaitu air, protein, lemak, karbohidrat dan beberapa komponen kecil seperti vitamin, enzim, pigmen dan senyawa pembentuk citarasa. Semua komponen ini merupakan unsur utama yang nantinya akan membentuk struktur, tekstur, citarasa, warna serta nilai gizi daging. Disamping itu, daging merupakan sumber protein yang sangat baik jika dikonsumsi oleh manusia dikarenakan mengandung asam amino penting dan tinggi kandungan vitamin dan mineral (Ernawati dkk., 2018).

Kualitas fisik daging meliputi pH, daya ikat air, susut masak dan keempukan. Faktor sebelum, selama, dan setelah pemotongan, misalnya proses pengolahan daging, dapat mempengaruhi kualitas fisik daging. Daging yang dapat diolah dalam berbagai jenis produk yang menarik dengan aneka bentuk dan rasa dengan tujuan memperpanjang masa simpan serta dapat meningkatkan nilai ekonomis tanpa mengurangi nilai gizi daging yang diolah. Proses pengolahan yang dilakukan untuk mempertahankan kualitas fisik daging. Pengolahan yang dapat dilakukan pada umumnya adalah dengan marinasi daging dalam suatu larutan atau bahan tertentu (Dewi, 2012).

## **2.2. Tinjauan Umum Kepuasan Konsumen**

Kepuasan adalah suatu perasaan atau penilaian emosional dari konsumen terhadap penggunaan produk dan layanan yang mana harapan dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Kepuasan sebagai evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian suatu produk (Tjiptono, 2019).

Kepuasan konsumen merupakan perasaan bahagia ataupun kecewa seorang yang bermula dari pertimbangan antara kesannya terhadap kemampuan ataupun hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen dapat dikatakan memuaskan konsumen apabila dalam sebuah kinerja atau hasil yang diharapkan konsumen sesuai, yang hasilnya mereka akan merasa sangat puas dan gembira. Dengan kata lain, hasil yang puas dan gembira akan membuat konsumen berlangganan dalam membeli suatu produk yang diinginkan (Maimunah, 2020).

Kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) ditentukan oleh persepsi konsumen atas *performance* (kinerja) produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui. Kepuasan juga dapat dikatakan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Untuk mengetahui kepuasan konsumen, terlebih dahulu kita harus mengetahui harapan dari pelanggan yang kemudian digunakan sebagai landasan untuk memberikan produk/jasa yang diinginkan sesuai dengan harapan konsumen (Suryawan, 2013).

Upaya dalam memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan

harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Setiawan dkk., 2019).

### **2.3. Tinjauan Umum Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin produknya dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan syarat utama suatu produk diterima di pasar. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu (Mentang dkk., 2021).

Kualitas produk menjadi salah satu faktor pertimbangan oleh konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Selain itu, konsumen juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah produk. Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan, perusahaan akan kehilangan pelanggan potensialnya (Setyo, 2016).

Kualitas produk dapat dicapai melalui inovasi yang berkelanjutan. Untuk terjadinya inovasi yang berkelanjutan dibutuhkan komitmen manajemen yang tinggi pada kualitas, termasuk pengawasan tinggi pada kualitas produk sehingga terjadi *zero defect* atau kesalahan mendekati nol. Kualitas produk dilihat pelanggan



dari daya tahan produk, desain produk, dan manfaat atau fungsi dari produk itu sendiri, sehingga jika perusahaan mengukur kualitas produk yang diproduksi selain dilihat secara teknis, juga dapat dilihat dari bagaimana sikap pelanggan atas kualitas produk. Semakin positif respon konsumen maka semakin tinggi kualitas produk tersebut (Hartini, 2012).

Kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Dalam kaitannya dengan produk (Tjiptono, 2008) ada delapan dimensi kualitas produk yaitu:

1. Kinerja (*performance*) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli kinerja dari produk yang memberikan manfaat bagi konsumen yang mengonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsi.
2. Fitur (*features*) merupakan karakteristik pelengkap khusus yang dapat menambah pengalaman pemakaian produk.
3. Keandalan (*reliability*), merupakan probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadi kerusakan maka semakin andal produk yang bersangkutan.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) merupakan tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan. Misalnya ketepatan waktu keberangkatan, kesesuaian antara ukuran bola dengan standar yang berlaku.

5. Daya tahan (*durability*) merupakan jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian normal yang dimungkinkan, semakin besar pula daya tahan produk.
6. Estetika merupakan menyangkut penampilan produk yang dapat dinilai dengan panca indera (rasa, aroma, suara, dan seterusnya).
7. Persepsi terhadap kualitas merupakan kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual.

## 2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu dapat dilihat pada Tabel 1.

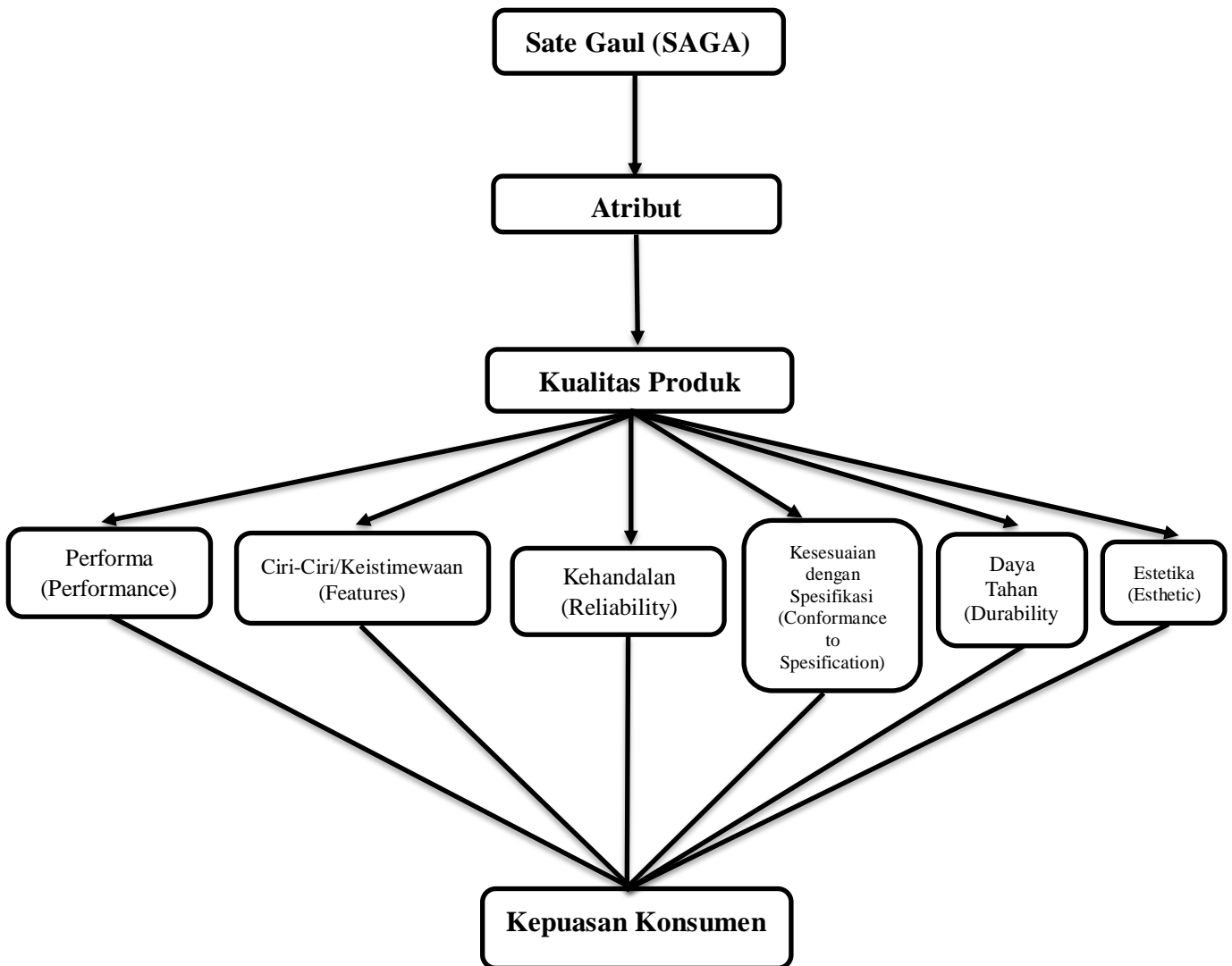
Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Sitorus dkk., 2020	Sikap dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Sate	Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa responden yang mengkonsumsi sate di Rumah Makan LWS dan Rumah Makan HJA sudah berada pada rentang skala 81–100 yang menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas terhadap atribut produk dan pelayanan yang ditawarkan di kedua rumah makan. Kepuasan setiap konsumen cukup bervariasi dengan menganggap bahwa atribut yang menurut mereka penting.
Fitriani dkk., 2018	Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Sate Ayam Ponorogo H. Tukri Sobikun	Hasil analisis berdasarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut berdasarkan CSI sebesar 71,20% untuk domisili dalam Ponorogo dan 77,20% untuk domisli luar Ponorogo. Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut berdasarkan IPA yang paling tinggi adalah ukuran produk untuk domisili dalam Ponorogo dan atribut cita rasa sate ayam untuk domisili luar Ponorogo.
Muzakar dkk., 2018	Analisis Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Makanan dan Minuman di Warung Hik	Kualitas makanan, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman di warung HIK, sedangkan lokasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di warung HIK di Kota Surakarta. Implikasi teoritis penelitian ini adalah menguatkan berbagai penelitian terdahulu dimana kualitas produk, harga dan promosi merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian. Implikasi manajerialnya adalah pentingnya meningkatkan kualitas produk dengan mempertimbangkan harga yang sesuai.

## 2.5. Kerangka Pikir Penelitian

Sate Gaul (SAGA) merupakan sebuah tempat makan yang berada di Kota Makassar. Rumah makan ini menyajikan berbagai macam produk olahan daging berupa sate dengan berbagai macam variasi menu khas yang ditampilkan. Sate Gaul (SAGA) ramai dikunjungi oleh konsumen dan memiliki harga yang terjangkau sehingga memiliki potensi yang baik untuk terus dikembangkan.

Secara ringkas maka bagan kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat secara lengkap pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir