

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK DAGING AYAM BROILER DI KIOS UNGGAS
PERUM PESONA INDAH KABUPATEN
SERANG BANTEN**

Disusun dan diajukan oleh

**MIMI MAYZURA
I011 18 1374**



**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK DAGING AYAM BROILER DI KIOS UNGGAS
PERUM PESONA INDAH KABUPATEN
SERANG BANTEN**

SKRIPSI

**MIMI MAYZURA
I011 18 1374**

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

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PETERNAKAN
FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK DAGING AYAM BROILER DI KIOS UNGGAS
PERUM PESONA INDAH KABUPATEN
SERANG BANTEN**

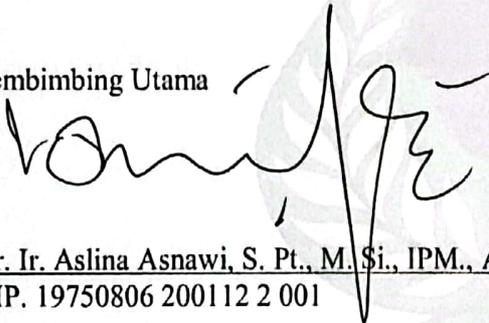
Disusun dan diajukan oleh

**MIMI MAYZURA
I011 18 1374**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 18 April 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

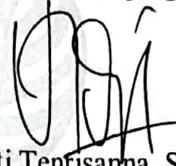
Menyetujui

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Aslina Asnawi, S. Pt., M. Si., IPM., ASEAN Eng
NIP. 19750806 200112 2 001

Pembimbing Pendamping



Vidyahwati Tenfisama, S. Pt., M. Ec., Ph. D
NIP. 19750831 199903 2 002

Plt. Ketua Program Studi Peternakan



Dr. Ir. Hikmah Ali, S. Pt., M. Si., IPU., ASEAN Eng
NIP. 19710819 199802 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mimi Mayzura

NIM : I011 18 1374

Program Studi : Peternakan

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul **Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Daging Ayam Broiler di Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang Banten** adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 02 Mei 2023

Yang Menyatakan



(Mimi Mayzura)

ABSTRAK

Mimi Mayzura. I011181374. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Daging Ayam Broiler di Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang Banten. Dibimbing oleh **Aslina Asnawi** dan **Vidyahwati Tenrisanna**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk daging ayam broiler di Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang Banten. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November hingga Desember 2022. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi atribut kepentingan dan kinerja yang ditunjukkan dalam kuadran untuk memenuhi kepuasan konsumen, dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 90 responden dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian IPA, diperoleh hasil bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah atribut yang terdapat pada kuadran I, yaitu dagingnya segar dan kesesuaian harga dengan kualitas daging ayam. Berdasarkan analisis CSI diperoleh nilai persentasi sebanyak 91,63% sehingga masuk dalam kategori index sangat memuaskan. Secara keseluruhan, kepuasan konsumen terhadap kualitas produk daging ayam broiler di Kios Unggas termasuk dalam kategori memuaskan.

Kata Kunci : *CSI, IPA, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk*

ABSTRACT

Mimi Mayzura. I011181374. Analysis of Consumer Satisfaction with the Quality of Broiler Chicken Meat Products at Perum Pesona Indah Kios Unggas, Serang Regency, Banten. Supervised by **Aslina Asnawi** and **Vidyahwati Tenrisanna**.

This study aims to determine the level of consumer satisfaction with the quality of broiler chicken meat products at Kios Unggas Perum Pesona Indah, Serang Regency, Banten. This research was conducted from November to December 2022. This type of research was descriptive quantitative using the Importance Performance Analysis (IPA) method to identify the importance and performance attributes shown in the quadrant to meet customer satisfaction, and the Customer Satisfaction Index (CSI) to determine the level of customer satisfaction. The number of samples used in this study was 90 respondents with accidental sampling and purposive sampling techniques. Based on the results of IPA research, the results showed that the attributes that were the top priority for improving performance were the attributes found in quadrant I, namely fresh meat and price compatibility with the quality of chicken meat. Based on the CSI analysis, a percentage value of 91.63% was obtained so that it was included in the very satisfying index category. Overall, consumer satisfaction with the quality of broiler meat products at the Kios Unggas is in the satisfactory category.

Keywords: *CSI, IPA, Customer Satisfaction, Product Quality*

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wata'ala* yang telah melimpahkan seluruh rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan makalah usulan penelitian yang berjudul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Daging Ayam Broiler di Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang Banten”. Shalawat serta salam juga tak lupa kami junjungkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu Alaihi Wasallam* sebagai suri tauladan bagi umatnya.

Limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terima kasih tiada tara kepada Ayah **Jainuddin** dan Ibu **Nurbaeti** yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang yang begitu tulus dan senantiasa memanjatkan doa dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis. Adik penulis **Fajar Indra Guna** yang telah menjadi saudara terbaik, dan selalu memberikan dukungan serta semangat penuh kepada penulis. Serta suami penulis **Rudi, S.T** yang senantiasa selalu setia menemani, membantu dan memberi dukungan kepada penulis.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis hanturkan dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada :

1. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M. Sc.** selaku Rektor Universitas Hasanuddin

2. Dekan Fakultas Peternakan **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si.**, dan Wakil Dekan, serta Bapak Ibu Staff Pegawai Fakultas Peternakan, Universitas Hasanuddin.
3. **Prof. Dr. Ir. Lellah Rahim, M.Sc., IPU.** selaku Penasihat Akademik yang memberikan arahan dalam penyelesaian akademik selama proses perkuliahan.
4. Ibu **Dr. Ir. Aslina Asnawi, S.Pt., M.Si., IPM., ASEAN Eng** selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu **Vidyahwati Tenrisanna, S.Pt., M.Ec., Ph.D** selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak **Dr. Ir. Palmarudi, M., SU** dan **Prof. Dr. Ir. Sitti Nurani Sirajuddin, S.Pt., M.Si., IPU.** selaku Dosen Pembahasa Skripsi yang telah memberikan banyak masukan dan dukungan dalam pembuatan skripsi untuk penulis.
6. Sahabat seperjuangan yang banyak berkontribusi dalam membantu penulis selama dibangku perkuliahan **Sukma Dwi Wulandari** dan **Sulfiana** yang selalu ada dan ikhlas membantu.
7. **Kios Unggas** dan para **Pelanggan** Kios Unggas Cabang Perum Pesona Indah Kabupaten Serang, Banten yang telah berpartisipasi serta membantu dalam pengambilan data sebagai keperluan penelitian skripsi bagi penulis.
8. Teman-teman **CRANE 2018** yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penulisan Skripsi ini sampai selesai yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Dengan sangat rendah hati, penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran pembaca sangat diharapkan demi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan nantinya. Semoga Skripsi ini dapat memberimanfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Robbal Aalamin.

Makassar, Mei 2023

Mimi Mayzura

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	5
Tujuan dan Kegunaan	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
Tinjauan Umum Daging Ayam (<i>Broiler</i>)	7
Tinjauan Umum Kualitas Produk	8
Tinjauan Umum Tingkat Kepuasan Konsumen	11
Penelitian Terdahulu	14
Kerangka Pemikiran	16
METODE PENELITIAN	18
Waktu dan Tempat.....	18
Jenis Penelitian.	18
Jenis dan Sumber Data.....	18
Metode Pengumpulan Data.....	19
Populasi dan Sampel.....	19
Metode Analisis Data	21

Variabel Penelitian.....	27
Konsep Operasional.....	27
DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN	29
Gambaran Umum Kios Unggas.....	29
Struktur Organisasi.....	29
DESKRIPSI UMUM RESPONDEN	32
Umur.....	32
Jenis Kelamin.....	33
Pendidikan	33
Pekerjaan.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN.	36
Analisis Kepuasan Konsumen dengan Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	36
Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dengan Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	49
PENUTUP.....	51
Kesimpulan.....	51
Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	56
RIWAYAT HIDUP.....	75

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Skema Kerangka Berfikir.....	16
2. Diagram Kartesius.	24
3. Struktur Organisasi Kios Unggas.....	30
4. Diagram Kartesius Kualitas Produk Daging Ayam Broiler Kios Unggas	44

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1.	Produksi Daging Ayam Broiler di Indonesia Tahun 2017-2021 2
2.	Data Penjualan Daging Ayam Broiler di Kios Unggas pada Bulan Maret- Agustus 2022 3
3.	Bobot Penilaian Kuisisioner 21
4.	Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)..... 26
5.	Variabel Penelitian..... 27
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... 32
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 33
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan. 34
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 35
10.	Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Kinerja Kualitas Produk pada Kios Unggas 37
11.	Tingkat Kesesuaian Total Kepentingan dan Kinerja Kualitas Produk pada Kios Unggas..... 38
12.	Hasil Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)..... 50

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat akan hasil ternak seperti daging, susu, dan telur semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah populasi penduduk Indonesia. Pendidikan yang semakin tinggi serta bertambahnya pengetahuan tentang pentingnya gizi sehingga usaha peternakan sangat berpeluang untuk dikembangkan. Kemendagri melalui Direktorat Jenderal Dukcapil merilis Data Kependudukan Semester II Tahun 2021, jumlah penduduk Indonesia mencapai 273.879.750 jiwa naik sebanyak 2.529.861 jiwa dari tahun 2020 (Kemendagri 2022).

Peningkatan jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun berdampak pada peningkatan konsumsi produk peternakan (daging, telur, susu). Meningkatnya kesejahteraan dan tingkat kesadaran masyarakat akan pemenuhan gizi khususnya protein hewani juga turut meningkatkan permintaan produk peternakan. Menurut Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2021), konsumsi daging ayam ras pedaging (broiler) pada tahun 2021 adalah sebesar 6,048 kg/kapita/tahun.

Dalam upaya pemenuhan kebutuhan pangan protein hewani bagi masyarakat Indonesia maka pemerintah telah berupaya meningkatkan hasil produksi yang bersumber dari usaha ternak, diantaranya adalah ayam ras pedaging atau ayam broiler. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2021), produksi daging ayam ras pedaging (broiler) pada

tahun 2021 mencapai 3.426.042 ton. Berikut data produksi ayam ras pedaging (broiler) di Indonesia dari tahun 2017 hingga 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Daging Ayam Broiler di Indonesia Tahun 2017-2021

Tahun	Produksi Daging Boiler (Kg)
2017	3 175 853,00
2018	3 409 558,00
2019	3 495 090,53
2020	3 219 117,00
2021	3 426 042,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Seiring dengan perkembangan zaman, dewasa ini timbul berbagai macam usaha atau bisnis yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan protein hewani dan kepuasan pelanggan. Semakin ketatnya persaingan bisnis di Indonesia, maka banyak perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga menawarkan berbagai macam variasi produk dengan kualitas yang baik agar ada kenaikan dari tingkat pembelian konsumen. Salah satu perusahaan memproduksi dan memasarkan produk daging broiler adalah Kios Unggas.

Kios Unggas adalah sebuah gerai yang menjual berbagai varian produk ayam, bebek dan frozen food yang halal, berkualitas, harganya grosir dan dipercaya. Pada tahun 2021 Kios Unggas telah memiliki ratusan kios yang tersebar di Indonesia khususnya pulau Sumatra, Jawa dan Bali. Kios Unggas Cabang Perum Pesona Indah kabupaten Serang, Banten adalah salah satu cabang kios yang memiliki pelanggan yang cukup banyak dan lokasi Perum Pesona Indah juga memiliki penduduk yang cukup banyak. Dari data penjualan daging ayam broiler enam bulan terakhir di tahun 2022 terdapat data penjualan yang

berfluktuasi, namun cenderung meningkat kembali pada bulan Juni yang mengalami penurunan. Faktor tersebut dapat diakibatkan dari kualitas produk, pelayanan, harga, produk lain yang menjadi saingan ataupun pengaruh lainnya. Hamka (2014) mengatakan bahwa harga dan kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana konsumen akan melakukan pembelian jika harga dan kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen.

Data penjualan daging ayam broiler di Kios Unggas Cabang Perum Pesona Indah Kabupaten Serang, Banten dalam jangka waktu enam bulan terakhir, terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Penjualan Daging Ayam Broiler di Kios Unggas pada Bulan Maret-Agustus 2022

Bulan	Penjualan Daging Ayam (Ekor)
Maret	849
April	869
Mei	1024
Juni	931
Juli	1126
Agustus	1645

Sumber: Kios Unggas, 2022

Data penjualan daging ayam broiler kios unggas cabang perum pesona indah Kabupaten Serang menunjukkan setiap bulannya mengalami peningkatan yang signifikan. Penjualan daging broiler terbanyak pada bulan Agustus 2022 sebanyak 1645 ekor, sedangkan penjualan daging broiler paling sedikit pada bulan Maret sebanyak 849 ekor. Pada penjuln periode bulan Maret sampai bulan Mei

mengalami tren kenaikan yang signifikan, namun pada bulan Juni mengalami penurunan penjualan sebanyak 93 ekor dari bulan sebelumnya.

Konsumen merupakan unsur yang sangat penting dari setiap perusahaan atau pengelola usaha, karena merekalah yang akan menjadi target pasar dari produsen. Oleh karena itu kepuasan konsumen sangat penting untuk diperhatikan. Kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan dimana seseorang yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dengan yang diharapkan (Lupiyoadi, 2013). Kotler dan Armstrong (2011) menyampaikan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka konsumen akan tidak puas. Sebaliknya jika kinerja sesuai dengan ekspektasinya, maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas atau senang.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya adalah kualitas produk, dimana dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) terdiri dari *performance* (hasil produk), *features* (ciri-ciri atau keistimewaan tambahan), *reliability* (kehandalan), *conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), *durability* (daya tahan), *serviceability* (kegunaan), dan *aesthetics* (estetika). Pelanggan akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Kepuasan konsumen sangat tergantung pada bagaimana tingkat kualitas produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen merupakan tujuan perusahaan dalam mempertahankan penjualan kepada para konsumennya agar tetap loyal dalam membeli produk pada perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen sangat penting termasuk bagi pengelola kios unggas di Perum Pesona Indah Kabupaten Serang Banten, karena dengan memberikan kepuasan kepada konsumen terutama yang berada di perumahan tersebut diharapkan mereka tidak melakukan pembelian di luar kios tersebut. Kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan merupakan penilaian konsumen terhadap produk dari setiap perusahaan dengan menilai kualitas yang diberikan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan tersebut sebab pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut terhadap produk tersebut. Apabila pada suatu perusahaan tidak mampu memenuhi keinginan pelanggan, maka terjadi peralihan ke produk perusahaan lain. Untuk mempertahankan pelanggan, perusahaan membutuhkan suatu informasi yang lengkap dan akurat mengenai perilaku pelanggan, terutama kepuasan pelanggan produk. Hal inilah yang melatar belakangi dilakukannya penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk daging ayam broiler di Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang, Banten.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk daging ayam broiler di Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang, Banten.

Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk daging ayam broiler di Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang, Banten.

Kegunaan dari hasil penelitian ini, yaitu :

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang teori-teori kepuasan konsumen khususnya pada Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang,, Banten.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi perusahaan khususnya karyawan, dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas produk dan kinerja yang maksimal agar dapat bersaing dengan toko daging ayam lainnya.
- b. Bagi peneliti, dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya khususnya mengenai kepuasan konsumen di Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang, Banten.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Umum Daging Ayam (*Broiler*)

Indonesia secara ekonomi termasuk dalam Negara berkembang. Dengan meningkatnya pendekatan perkapita penduduk, harga yang terjangkau dan pengetahuan masyarakat akan berpengaruh pada peningkatan konsumsi protein hewani bagi masyarakat setiap tahunnya. Salah satu komoditi unggas yang memberikan kontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan protein asal hewani bagi masyarakat yaitu ayam *broiler* (Umam, dkk., 2015).

Ayam ras pedaging atau dikenal dengan istilah ayam *broiler* adalah ayam yang dihasilkan melalui perkawinan silang, seleksi dan rekayasa genetik yang dilakukan oleh pembibitnya. Ayam broiler merupakan jenis ayam ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktifitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. Ayam broiler merupakan ayam yang memiliki kemampuan produksi daging sangat cepat, sehingga saat ini banyak dikembangkan oleh masyarakat (Fani, dkk., 2018).

Ayam ras pedaging atau sering disebut ayam broiler yaitu jenis unggas yang efisien menghasilkan daging. Ayam ras pedaging mempunyai sifat seperti ukuran badan yang besar, penuh daging yang berlemak serta bergerak lambat dan tenang. Petumbuhan badannya cepat dan efisiensi ransum tinggi untuk membentuk daging. Ayam broiler atau sering juga disebut ayam ras pedaging adalah istilah untuk menyebut strain ayam hasil budidaya teknologi yang memiliki karakteristik ekonomis dengan ciri khas pertumbuhan cepat sebagai penghasil daging (Foenay, dkk., 2007).

Daging ayam merupakan salah satu bahan pangan yang memegang peran cukup penting dalam pemenuhan kebutuhan gizi, karena memiliki protein yang berkualitas tinggi dan mengandung asam amino yang sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia. Selain protein, daging ayam mengandung lemak, karbohidrat, vitamin terutama komponen vitamin B kompleks, mineral dan air. Masing-masing komponen berbeda-beda bergantung pada spesies, umur dan jenis kelamin ayam yang bersangkutan. Disamping nilai gizi yang dimiliki, daging ayam juga memiliki beberapa keunggulan yaitu harganya yang relatif terjangkau, dapat dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat, dan cukup tersedia di pasaran (Windiyartono, dkk., 2016).

Tinjauan Umum Kualitas Produk

Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan (Sunyoto, 2012). Sedangkan menurut Putra, dkk., (2017), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Adanya kualitas produk yang baik inilah yang akan membuat para konsumen puas dan percaya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh produsen. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan

dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Nugraha, 2016).

Kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Berdasarkan informasi tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas produk merupakan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, yang merupakan gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan dari suatu produk. Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk (Setyo, 2017). Adapun kualitas daging ayam broiler yang berkualitas memiliki ciri-ciri putih kemerahan dan warna daging cerah, tekstur kenyal, kulit ayam umumnya tidak kering maupun berlendir, tidak memar, memiliki serat halus, tidak mengandung lemak pada serat daging, dan rasa daging ayam segar dengan bau yang khas (Amrullah, 2023).

Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah sebagai berikut:

a. *Performance* (Hasil Produk)

Karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli kinerja dari produk yang memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsi.

b. *Features* (Ciri-ciri atau Keistimewaan Tambahan)

Merupakan karakteristik sekunder pelengkap dari produk inti keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis. Ciri khas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

c. *Reliability* (Keandalan)

Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan tingkat risiko kerusakan produk, menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima oleh konsumen terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.

d. *Conformance to Specification* (Kesesuaian dengan spesifikasi)

Kesesuaian kinerja dan kualitas produk dengan standar yang diinginkan. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar ataupun spesifikasi yang telah ditentukan. Karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

e. *Durability* (Daya Tahan)

Berkait dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Daya tahan biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.

f. *Serviceability* (Kegunaan)

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.

g. *Aesthetics* (Estetika)

Daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut.

h. *Perceived Quality* (Kualitas yang Dirasakan)

Kualitas yang dirasakan adalah kesan kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merek.

Tinjauan Umum Tingkat Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting yang berkontribusi dalam indicator terciptanya pembelian kembali konsumen dan loyalitas konsumen (Nuratam, 2017).

Kepuasan Konsumen atau pelanggan merupakan fungsi dari kesan kinerja perusahaan dan harapan pelanggan. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan atau konsumen merasa sangat puas dan akan memberi umpan balik yang bernilai tinggi bagi perusahaan yaitu loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Dan sebaliknya jika kinerja perusahaan rendah maka pelanggan akan hilang dan mencari tempat lain untuk memenuhi kebutuhannya (Masram, 2015).

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* (kinerja) produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan 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 pelanggan terlebih dahulu kita harus mengetahui harapan dari pelanggan yang kemudian digunakan sebagai landasan untuk memberikan produk/jasa yang diinginkan sesuai dengan harapan pelanggan. Jadi untuk memuaskan pelanggan, perusahaan harus lebih dahulu mengetahui produk apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Suryawan dan Dharmayanti, 2013).

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan perusahaan. Selain faktor yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan (Indrasari, 2019).

Ada beberapa metode yang digunakan suatu perusahaan guna mengukur kepuasan konsumen dalam Tjiptono (2006), yakni:

1. Sistem keluhan dan saran, setiap perusahaan perlu memberikan kesempatan bagi para konsumen untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan;

2. Survey kepuasan konsumen, pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan bertanya langsung kepada para konsumen, pertanyaan bisa menyangkut dua hal, misalnya harapan konsumen atas atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan. Selanjutnya responden/konsumen diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu tentang masalah yang berkaitan dengan penawaran perusahaan dan saran untuk perbaikan;
3. *Ghost shopping*, metode ini bisa dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai konsumen/pembeli potensial produk perusahaan saingan yang dimaksudkan untuk menemukan kelemahan dan kelebihan produk pesain;
4. *Lost customer analysis*, perusahaan mendatangi konsumen yang telah menghentikan pembeliannya, tujuannya untuk memperoleh informasi penyebab terjadinya pemberhentian dan sebagainya. Informasi ini akan bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan pelayanan konsumen.

Menurut Zeithaml, dkk (2003) yang dikutip dalam Ruslim dan Rahardjo (2016), faktor yang dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen adalah :

- a. *Product and service features*. Kepuasan konsumen atas suatu produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas fitur produk atau jasa. Konsumen akan membandingkan berbagai fitur dari jasa (contohnya harga dengan kualitas pelayanan dan keramahan dari personel pemberi jasa), tergantung pada tipe jasa yang dievaluasi.
- b. *Consumer emotions*. Perasaan pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi atas kepuasan atas produk dan jasa. Perasaan seseorang atas produk atau jasa

dapat dipengaruhi oleh kondisi suasana hati seseorang ketika menggunakan produk atau jasa tersebut.

- c. *Attributes for service success or failure.* Atribut dari jasa dapat mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika pelanggan dikejutkan oleh hasil yang mereka dapat, mereka akan mencoba mencari alasan dibalik hal itu, penilaian mereka dapat mempengaruhi kepuasan mereka.
- d. *Perceptions of equity or fairness.* Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi persepsi dari keadilan dan kewajaran. Pelanggan akan membandingkan apakah mereka diperlakukan secara adil dibandingkan pelanggan lain, apakah pelanggan lain mendapat perlakuan, harga dan kualitas pelayanan yang lebih baik. Pikiran tentang keadilan adalah pusat persepsi konsumen atas kepuasan terhadap produk dan jasa.
- e. *Other consumers, family members and coworkers.* Selain dipengaruhi oleh perasaan dan persepsi seseorang, kepuasan pelanggan kadang dipengaruhi oleh orang lain, seperti anggota keluarga dan pelanggan lain. Hal-hal seperti pengalaman, perilaku dan pandangan pihak lain dapat mempengaruhi kepuasan.

Penelitian Terdahulu

1. Khurniyah, dkk., (2016) dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Rumah Ayam PT. Ciomas Adisatwa Maros Sulawesi Selatan. Variabel penelitian penelitian yang digunakan yaitu kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa cukup puas terhadap kinerja dan produk PT

Ciomas Adisatwa berdasarkan metode perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) yang mencapai nilai 62,4 % dalam rentang skala 51-65 %.

2. Kaharuddin dan Simamora (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Daging Ayam Terhadap Kepuasan Konsumen pada UD. Alam Semesta Mandiri Sibolga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas daging ayam dengan kepuasan konsumen adalah kuat, dimana perhitungan korelasi product moment diperoleh 0,752. Koefisien determinasi diperoleh 56,5%, gambaran ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi kualitas daging ayam sebesar 56,5%, Sisanya sebesar 43,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
3. Saraswati (2021) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut di Samarinda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable harga dan variable kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan. Sementara variable kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variable harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan.

Kerangka Pemikiran

Kios Unggas merupakan salah satu toko penyedia daging ayam yang ramai dikunjungi oleh masyarakat sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi. Oleh karena itu, dengan mengetahui kepuasan konsumen maka keinginan atau harapan dapat terpenuhi sehingga akan mengakibatkan pembelian ulang dan akan berdampak positif terhadap meningkatnya volume penjualan. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa hal namun yang terpenting adalah kualitas produk. Kualitas produk terdiri dari 5 dimensi, yaitu *performance* (kinerja), *features* (ciri/keistimewaan), *reliability* (keandalan), *conformance* (kesesuaian), *aesthetic* (estetika). Adapun skema kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian mengenai Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk Daging Ayam Broiler di Kios Unggas Perum Pesona Indah Kabupaten Serang, Banten sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dimensi kualitas produk terdiri dari *Performance* (kinerja), yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. *Features* (ciri/keistimewaan), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau ketertarikan konsumen terhadap suatu produk. *Reliability* (keandalan), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. *Conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk. *Aesthetic* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk (Saidani dan Arifin, 2012).