

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP WARUNG IKAN BAKAR BANG NIA
DI KOTA PANGKALPINANG**

SKRIPSI



**CITA AZIZAH NURCAHYANI
2051411012**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN PERIKANAN DAN BIOLOGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2019**

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP WARUNG IKAN BAKAR BANG
NIA DI KOTA PANGKALPINANG**

Oleh
CITA AZIZAH NURCAHYANI
2051411012

Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian di Program Studi
Agribisnis Fakultas Pertanian, Perikanan dan Biologi

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN PERIKANAN DAN BIOLOGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2019

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya, Cita Azizah Nurcahyani menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil karya sendiri dan skripsi ini belum pernah diajukan sebagai pemenuhan untuk memperoleh gelar atau derajat kesarjanaan strata satu (S1) dari Universitas Bangka Belitung maupun Perguruan Tinggi lainnya.

Semua informasi yang dimuat dalam skripsi ini berasal dari penulis lain, baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan telah penulis cantumkan nama sumber penulisnya secara benar dan semua isi skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis.

Balunujuk, Agustus 2019




Cita Azizah Nurcahyani


HALAMAN PENGESAHAN

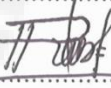
Judul skripsi : Persepsi Konsumen terhadap Warung Ikan Bakar
Bang Nia di Kota Pangkalpinang
Nama : Cita Azizah Nurcahyani
NIM : 2051411012

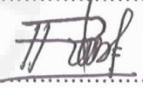
Skripsi ini, telah dipertahankan di hadapan majelis penguji pada hari Senin, tanggal 29 Juli 2019 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian.

Komisi Penguji

Ketua : Dr. Evahelda, S.T.P., M.Si (.....) 

Anggota 1 : Yudi Sapta Pranoto, S.P., M.Si (.....) 

Anggota 2 : Ir. Eddy Jajang Jaya Atmaja, M.M (.....) 

Anggota 3 : Rati Purwasih, S.P., M.Si (.....) 

Balunijuk, Agustus 2019

Mengetahui
Ketua Program Studi Agribisnis


Yudi Sapta Pranoto, S.P., M.Si

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP WARUNG IKAN BAKAR BANG
NIA DI KOTA PANGKALPINANG**

Oleh
CITA AZIZAH NURCAHYANI
2051411012

Telah diterima sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan memperoleh
gelar Sarjana Pertanian

Pembimbing Utama

Yudi Sapta Pranoto, S.P., M.Si

Pembimbing Pendamping

Ir. Eddy Jajang Jaya Atmaja, MM

Balunujuk, Agustus 2019

Dekan
Fakultas Pertanian, Perikanan dan Biologi
Universitas Bangka Belitung



Dr. Yuli Lestari, S.P., M.Si

ABSTRAK

Cita Azizah Nurcahyani (2051411012). Persepsi Konsumen terhadap Warung Ikan Bakar Bang Nia di Kota Pangkalpinang. (**Pembimbing: Yudi Sapta Pranoto dan Eddy Jajang Jaya Atmaja**).

Kuliner merupakan kegiatan dasar manusia untuk memenuhi kebutuhannya yaitu dengan menyiapkan makanan dan memasak. Istilah kuliner di Indonesia dapat dikatakan baru terdengar pada tahun 2005 berkat “wisata kuliner”. Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terdapat industri ekonomi kreatif di bidang kuliner. Warung Ikan Bakar Bang Nia merupakan salah satu usaha kuliner yang bergerak dibidang usaha kuliner. Warung Ikan Bakar Bang Nia menyediakan menu makanan khas Bangka Belitung yaitu lempah kuning. Membentuk persepsi konsumen pentingnya kualitas produk bagi Warung Ikan Bakar Bang Nia karena dapat mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya loyalitas konsumen yang terwujud dalam keinginan untuk membeli ulang dan merekomendasikan. Faktor selanjutnya yang membentuk persepsi konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan rasa nyaman kepada konsumen dan dapat menciptakan pembelian ulang, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Strategi pemasaran merupakan proses yang digunakan untuk menentukan produk atau jasa menjadi menarik bagi pelanggan dengan menggunakan strategi penjualan, komunikasi, dan pengembangan bisnis. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan serta mendeskripsikan strategi pemasaran terhadap Warung Ikan Bakar Bang Nia di Kota Pangkalpinang. Metode penelitian ini menggunakan skala *likert* dan analisis deskriptif SWOT. Berdasarkan hasil analisis skala *likert* dapat diketahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah baik. Berdasarkan hasil analisis deskriptif SWOT dapat diketahui strategi pemasaran meliputi strategi S0 (*Strength-Opportunity*). ST (*Strength-Threat*), WO (*Weakness- opportunity*), dan WT (*Weakness-Threat*).

Kata kunci: Persepsi, strategi pemasaran, rumah makan, skala *likert*, SWOT

ABSTRACT

Cita Azizah Nurcahyani (2051411012). *Consumer Perception of Ikan Bakar Bang Nia Stall in the City of Pangkalpinang . (Supervised by: Yudi Sapta Pranoto and Eddy Jajang Jaya Atmaja).*

Culinary is basic human being activity to meet his needs namely by preparing food and cooking. culinary term in Indonesia is still new to hear that was in 2005 due to "Culinary tour". Bangka Belitung Archipelago Province has Creative Economy Industry in culinary sector. Ikan Bakar Bang Nia Stall (Bang Nia's grilled fish stall) is one of the culinary business which is very successful in marketing. Ikan Bakar Bang Nia Stall (Bang Nia's grilled fish stall) prepares some menus special food of Bangka Belitung like Lempah Kuning or Yellow Curry. To form consumer perceptions about the importance of product quality for Ikan Bakar Bang Nia Stall (Bang Nia's grilled fish stall) because they can influence the consumer behavior, especially consumers loyalty who always comes many times and recommend to others. The next factors that forming consumer perceptions is a good service quality. A good service quality will give comfortable to all consumers and will get a lot of money for the owner so it can increase income from the sales results. Marketing strategy is a process which used to determine the product or services in order to become more interesting for customers by using marketing strategy, communication and business development. The aim of this research is to describe consumer perceptions toward the product quality and the service quality as well as to describe the marketing strategy to Ikan Bakar Bang Nia Stall (Bang Nia's grilled fish stall) in Pangkalpinang city. This research method using likert scale and SWOT descriptive analysis. Based on the result of likert scale analysis can be known that the consumer perceptions toward the product quality and the service quality is good. Based on the results of SWOT descriptive analysis can be known that marketing strategy covers strategy SO (strength-Opportunity). ST (Strength- Threat), WO (Weakness-Opportunity) and WT (Weakness-Treat).

Keywords: *perception, marketing strategy, restaurant, likert scale, SWOT*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan kuasa-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Adapun judul dalam penelitian ini **“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP WARUNG IKAN BAKAR BANG NIA DI KOTA PANGKALPINANG”**.

Saya sebagai penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi dalam penyelesaian dalam proposal ini:

1. Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orangtua saya tercinta yang selalu mendo'akan dan selalu memotivasi.
3. Bapak Yudi Sapta Pranoto S.P.,M.Si selaku dosen pembimbing utama.
4. Bapak Ir. Eddy Jajang Jaya Atmaja MM selaku dosen pembimbing pendamping
5. Sahabat dan teman- teman yang telah ikut serta membantu dan memberikan masukan, serta solusi selama penyusunan penelitian sampai terselesaikannya penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian yang dibuat ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dan dapat membantu memperbaiki penelitian skripsi ini sangat perlu diberikan kepada penulis. Penulis berharap penelitian ini dapat diterima, bermanfaat, dan menjadi sumber informasi bagi pembaca.

Balunijuk, Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	
<i>ABSTRACT</i>	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Persepsi.....	6
2.1.2 Syarat Persepsi Terjadi	6
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	7
2.1.4 Produk	9
2.1.5 Kualitas Produk.....	12
2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.7 Konsumen.....	16
2.1.8 Strategi Pemasaran Produk	21
2.2 Penelitian yang Relevan.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Definisi Operasional	31
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian	33

3.3 Metode Penarikan Contoh.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	35
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	50
4.1.1 Kondisi Geografis	50
4.1.2 Jumlah Penduduk	51
4.2 Profil Usaha Warung Ikan Bakar Bang Nia.....	51
4.3 Karakteristik Responden Warung Ikan Bakar Bang Nia	53
4.4 Persepsi Konsumen terhadap Produk.....	57
4.4.1 Kualitas Produk di Warung Ikan Bakar Bang Nia	58
4.5 Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan	64
4.5.1 Kualitas Pelayanan di Warung Ikan Bakar Bang Nia.....	65
4.6 Strategi Pemasaran	72
4.6.1 Analisis SWOT.....	73
V. SIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Simpulan	97
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penelitian yang Relevan.....	
2. Metode Pengolahan dan Analisis Data	
3. Variabel Pengukuran Persepsi Konsumen terhadap Warung Ikan Bakar Bang Nia.....	38
4. Skoring Jawaban pada Kuisisioner Sub Variabel.....	38
5. IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	45
6. EFAS)Eksternal Factor Analysis Summary.....	45
7. Matriks SWOT	48
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	55
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
13. Penilaian Responden terhadap Produk.....	61
14. Penilaian Responden terhadap Pelayanan	69
15. Faktor Internal.....	74
16. Faktor Internal Kekuatan	75
17. Faktor Internal Kelemahan.....	77
18. Faktor Eksternal	79
19. Faktor Eksternal Peluang	79
20. Faktor Eksternal Ancaman.....	81
21. Matriks Evaluasi Faktor Internal.....	84
22. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal	86

23. Matriks SWOT 88



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

3. Identitas Responden Warung Ikan Bakar Bang Nia
4. Identitas Responden Warung Ikan Bakar Bang Nia
5. Identitas Responden Warung Ikan Bakar Bang Nia
6. Identitas Responden Warung Ikan Bakar Bang Nia
7. Persepsi Konsumen terhadap Produk.....
8. Persepsi Konsumen terhadap Produk.....
9. Persepsi Konsumen terhadap Produk.....
10. Persepsi Konsumen terhadap Produk.....
11. Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan.....
12. Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan.....
13. Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan.....
14. Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan.....
15. Bobot Penilaian Responden terhadap Strategi Pemasaran.....
16. Rating Penilaian Responden terhadap Strategi Pemasaran.....