

## **Buyers' Perceptions Of Product Quality And Diversity At Safwa Bakery Snack Center Rantauprapat**

### **Persepsi Pembeli Terhadap Kualitas Dan Keragaman Produk Pada Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat**

Asrul Padjri Dalimunthe<sup>1\*</sup>, Elida Florentina Sinaga Simanjong<sup>2</sup>, Praidahansyah<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu<sup>1,2,3</sup>

[asrulpadjri@gmail.com](mailto:asrulpadjri@gmail.com)<sup>1</sup>, [buelida.dosenku@gmail.com](mailto:buelida.dosenku@gmail.com)<sup>2</sup>, [fraidahansya27@gmail.com](mailto:fraidahansya27@gmail.com)<sup>3</sup>

\*Corresponding Author

---

#### **ABSTRACT**

*This study aims to determine how buyers' perceptions of the quality and diversity of products at the Safwa Bakery Snack Center Rantauprapat. This research determines buyer perceptions, the quality and diversity of Safwa Bakery Rantauprapat Snack Center products influence people's decisions to buy these products. This research utilizes a qualitative descriptive approach. Data was collected through direct observation and interviews with predetermined buyers. The data obtained from buyers was observed then the data was analyzed and presented and made a conclusion. The results showed that the products in Safwa Bakery Rantauprapat are maintaining product quality so that people are interested in making repeat purchases and more visitors.*

**Keywords:** Purchase Perception, Product Quality and Diversity.

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi pembeli terhadap kualitas dan keragaman produk pada Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat. Penelitian ini menentukan persepsi pembeli, kualitas dan keragaman produk Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membeli produk tersebut. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara secara langsung kepada pembeli yang sudah ditentukan. Data yang didapatkan dari pembeli diamati kemudian data dianalisis dan dipresentasikan dan membuat kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang ada di Safwa Bakery Rantauprapat adalah menjaga kualitas produk sehingga masyarakat tertarik untuk melakukan pembelian ulang dan lebih banyak pengunjung.

**Kata Kunci:** Persepsi Pembelian, Kualitas dan Keragaman Produk.

### **1. Pendahuluan**

Diera globalisasi sekarang ini, dunia bisnis berkembang sangat pesat dan salah satunya adalah bisnis jajanan UMKM. Banyaknya usaha-usaha kecil menengah yang berdiri saat ini menyebabkan juga bertambahnya jumlah usaha-usaha sehingga akibatnya menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Untuk menghadapi situasi dan keadaan seperti itu, maka usaha ini harus mampu mengambil keputusan dengan cepat dan tanggap, sehingga usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Usaha dituntut untuk mampu menjaga pasar dan memenangkan persaingan, salah satunya pada usaha jajanan UMKM.

Setiap penjualan produk jajan UMKM mempunyai target untuk meningkatkan pembelian usaha. Untuk mencapai target tersebut penjual harus mampu memilih strategi pemasaran yang tepat, agar usaha dapat bertahan didalam dunia persaingan. Persepsi pembeli melibatkan keyakinan pelanggan terhadap suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas keputusan yang diambil, yaitu menurut (Zahro, 2020).

Menurut (Lailiyah et al., 2023) menyatakan bahwa salah satu usaha UMKM yang ada di Rantauprapat yaitu ada dijalan Simpang Mangga Rantauprapat yang dikenal dengan nama Safwa Bakery Rantauprapat. Dimana menjual beberapa jenis jajanan tradisional dan jajanan

kekinian. Penjualan jajanan UMKM ini banyak diminati oleh kalangan masyarakat, akan tetapi memiliki banyak persaingan sehingga mendorong safwa bakery untuk meningkatkan inovasi baru dan strategi pemasaran. Strategi pemasaran harus dapat meningkatkan penjualan serta mempertahankan posisi usaha agar tetap stabil meskipun banyak pesaing yang berdatangan (Boba et al., 2023).

Didalam persaingan bisnis harus mengetahui produk yang dijual. Adanya bermacam-macam produk akan lebih mudah memilih barang yang lengkap mulai dari merek, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk, maka akan mempermudah pelanggan menyesuaikan keinginan masing-masing (Susanto et al., 2022).

Safwa Bakery Rantauprapat berdiri 29 Januari 2023 adalah salah satu penjualan UMKM yang berbaaur dengan bidang jajanan. Usaha ini menjual berbagai jenis jajanan dan minuman lainnya. Dalam perjalanan bisnisnya Safwa Bakery Rantauprapat sudah banyak dikunjungi oleh pembeli untuk melakukan membeli yang sifatnya sekali kunjungan atau berkelanjutan. Dari data internal Safwa Bakery Rantauprapat konsumen yang berkunjung kurun waktu lima bulan pada tahun 2023 antara lain:

**Tabel 1. Kunjungan Safwa Bakery Rantauprapat**

No	Bulan	Jumlah
1	Agustus	27
2	September	29
3	Oktober	30
4	November	32
5	Desember	35
<b>Total</b>		<b>153</b>

Sumber: Safwa Bakery Rantauprapat, 2023

Berdasarkan tabel yang berikut, dapat dilihat bahwa jumlah konsumen yang berkunjung ke Safwa Bakery Rantauprapat setiap bulannya mengalami peningkatan. Terjadinya peningkatan jumlah kunjungan ini salah satunya karena makin populernya Safwa Bakery Rantauprapat Disekitar masyarakat terutama Rantauprapat.

Safwa Bakery Rantauprapat menyediakan beberapa menu daftar jajanan yang tersedia di toko, antara lain:

**Tabel 2. Keragaman Produk (Makanan)**

No	Nama Makanan	Harga (Rp)/Bks
1	Keripik Pedas	15.000
2	Keripik ungu	15.000
3	Kembang loyang	20.000
4	Orong-orong	15.000
5	Kuping gajah	15.000
6	Telur gabus	20.000
7	Kue bawang	20.000
8	Kacang mente	20.000
9	Kacang madu	20.000
10	Wijen	15.000
11	Lidah kucing	35.000
12	Nastar kecil	35.000
13	Kue salju	50.000
14	Kue kacang	25.000
15	Sagun	35.000
16	Kue coklat	30.000

17	Meranti	75.000
18	Menara	50.000
19	Bolu par-par	40.000
20	Klepon	60.000
21	Hazelnut cake	70.000

Sumber: Safwa Bakery Rantauprapat,2024

Berdasarkan dari tabel 2 diatas, makanan tersebut termasuk jajanan ringan dan beberapa jenis bolu, dari daftar menu makanan tersebut, menu paling laris/laku adalah klepon dan hazelnut cake. Ada juga minuman tersedia di Safwa Bakery Rantauprapat yaitu:

**Tabel 3. Keragaman Produk (Minuman)**

No	Minuman	Harga
1	Sirup sarsi	15.000
2	Sirsak	15.000

Sumber: Safwa Bakery Rantauprapat,2024

Dilihat dari tabel diatas minuman hanya tersedia 2 yaitu sirup sarsi dan sirsak. di Safwa Bakery Rantauprapat banyak tersedia jenis jajanan bukan minuman.

Banyak tempat yang menjadi pusat penjualan makanan atau jajanan seperti Safwa Bakery Rantauprapat, dan semakin banyak penjualan UMKM semakin banyak pula pesaingan Di setiap toko. Oleh karena itu, Safwa Bakery Rantauprapat harus memiliki strategi yang kuat untuk mempertahankan konsumen untuk tidak berpindah tempat ke pusat jajanan lainnya. Safwa Bakery Rantauprapat juga harus menambah varian jajanan maupun minuman untuk menarik perhatian konsumen terhadap pusat jajanan tersebut (James W, Elston D, 2020).

Dengan demikian peneliti nantinya akan mengetahui tentang keragaman produk yang sudah diberikan kepada konsumen Safwa Bakery Rantauprapat karena yang berkaitan dengan persepsi pembelian tentang tingkat kunjungan, khususnya sangat penting untuk meningkatkan kualitas produk terutama pelayanan yang lebih baik lagi. Berdasarkan pendahuluan tersebut, maka keinginan untuk membuat penelitian yang diuraikan dalam karya ilmiah yang berbentuk artikel dengan judul "Persepsi Pembeli Terhadap Kualitas Dan Keragaman Produk Pada Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat"

## 2. Tinjauan Pustaka

### Persepsi Pembeli

Persepsi adalah proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Persepsi pembeli merupakan suatu proses yang dilalui seseorang dalam melakukan pilihan, penyusunan, dan penafsiran informasi guna mendapatkan keputusan pembelian. Dari definisi tersebut dapat kita ketahui bahwa seseorang yang akan membeli dipengaruhi oleh persepsi terhadap situasi yang dihadapinya, sedangkan apa yang dipersepsikan seseorang berbeda dari kenyataan yang ada (Nasution, 2020).

Persepsi pembelian sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian karena semakin tinggi persepsi pembeli terhadap produk tersebut, maka semakin tinggi pula tingkat pengambilan keputusannya untuk membeli produk (Pada et al., 2021). Menurut Sarlito Wirawan Sarwono (1983:89), persepsi adalah kemampuan seseorang untuk mengobservasi sesuatu barang antara lain: kemampuan untuk membedakan, kemampuan untuk mengelompokkan, dan kemampuan untuk memfokuskan. Oleh karena itu, seseorang bisa saja memiliki persepsi yang berbeda, walaupun objeknya sama.

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah salah satu kunci untuk membangun keunggulan kompetitif dipasar. Pentingnya dalam bisnis adalah memberikan nilai kepada pembeli yang tidak hanya mencakup objek yang nyata tetapi juga objek yang tidak berwujud, yaitu termasuk kemasan, karakteristik produk dan merek, begitu juga dimensi kualitas produk yang dirasakan oleh pembeli. Kualitas produk yang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap produk. Kualitas produk dapat dilihat dari tingkat baik buruknya produk yang dibutuhkan pembeli untuk diberikan kualitas yang terbaik dari penjualan (Jaya & Gumanti, 2023).

Sedangkan (Lestari & Iskandar, 2021) menyatakan kualitas produk adalah suatu kemampuan yang mampu memenuhi setiap kebutuhan pembeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli. Kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya yang berkelanjutan, keandalan atau kemajuan, kekuatan, kenyamanan dalam produk, pengemasan, perbaikan dan lainnya (Nurhikmat, 2023). Penjualan juga perlu mengadakan pengawasan kualitas produknya. Hal ini maksudnya untuk mempertahankan kualitas produk seperti menghindari kerusakan barang dan mutu produk (Di et al., 2019).

Setiap penjualan harus dapat menaikkan produk yang dihasilkan untuk membantu atau mendukung meningkatkan produk dalam target. upaya kualitas produk berhubungan dengan kepuasan konsumen adalah tujuan dari pemasaran. Tidak hanya itu kualitas produk membantu penjualan untuk memberikan identitas atau fungsionalitas pada setiap produk sehingga konsumen dapat mengenali produk. Indikator keandalan, kesesuaian, dan daya tahan penanda produk berkualitas tinggi (Ariella, 2018)

### **Keragaman Produk**

Keragaman produk adalah berbagai produk dan barang yang ditawarkan dari penjual kepada pembeli. Dalam mengambil keputusan untuk membeli produk, perilaku pembeli dan keragaman produk sangat penting dalam penjualan. Kunci keberhasilan dalam persaingan bisnis adalah keragaman produk yang disediakan oleh penjual untuk meningkatkan penjualan barang (Jaya & Gumanti, 2023). Menurut (Arianto, 2021) menyatakan bahwa keragaman produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pembeli untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pembeli. Produk yang dipasarkan berkaitan dengan produk lainnya. Variasi produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberikan banyak produk yang lebih bervariasi. (Masruroh, 2021).

(Meutia, 2021) Menyatakan bahwa variasi produk adalah kumpulan semua produk dan barang dagangan yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli. Keragaman produk dan perilaku pembeli berpengaruh terhadap jasa dan pelanggan. Keragaman produk adalah ragam produk yang sesuai dengan keinginan pembeli, adanya keragaman produk yang ditawarkan dari penjual ke pembeli yang mengharapkan pembeli memiliki banyak pilihan produk dan berharap pembeli melakukan pembelian ulang sehingga akan meningkatkan loyalitas. Menurut (Meutia, 2021) indikator keragaman produk adalah ukuran, harga, tampilan, ketersediaan produk.

### **Pemilik Usaha**

Pemilik usaha adalah orang yang selaku pemilik, melaksanakan, membuat, mempromosikan serta mengawasi pembelian produk. Dalam hal ini pemilik usaha Safwa Bakery tidak membedakan karyawannya. Pemilik usaha selalu memiliki strategi yang digunakan untuk menghadapi naik turunnya pembelian dan untung ruginya dalam menjalankan usahanya ini. Dan pemilik usaha ini juga selalu menjaga kualitas produk dan rasa agar para pembeli tidak kecewa dan tetap dikonsumsi oleh pembeli.

### **Karyawan**

Karyawan adalah sebagai pekerja yang memproduksi dan melayani konsumen. Karyawan Safwa Bakery sangat peduli dengan perkembangan usaha tersebut. Hal ini juga membuat beberapa karyawan yang selalu optimis dalam melakukan pekerjaannya, tidak ada rasa bosan dalam melayani para konsumen, memperhatikan kebersihan tiap produk dan toko agar para konsumen nyaman. Jumlah karyawan yang bekerja di usaha Safwa Bakery berjumlah 2 orang dan setiap orang memiliki tugas dan perannya masing-masing.

### **Produk**

Produk adalah sesuatu yang dijual atau ditawarkan oleh pemilik untuk dicari atau dikonsumsi. Safwa Bakery memiliki logo atau identitas tersendiri untuk suatu informasi tentang yang ada dalam setiap produk. Label ini sangat penting bagi para pelaku usaha agar lebih baik dan menarik. Label identik dengan logo dan brand tertentu dan label ini bertujuan untuk mengenalkan nama produk ke masyarakat dengan menggunakan gambar produk. Pengemasan melibatkan kegiatan, merancang dan memberi wadah atau pembungkus suatu produk. Tidak semua pelaku bisnis menyadari bahwa kemasan produk yang mereka tawarkan ternyata memberikan pengaruh besar terhadap penjualan produk. Apalagi para pelaku usaha kecil yang saat ini banyak bermunculan, umumnya hanya fokus untuk menciptakan suatu produk namun tidak memperhatikan kemasan produk yang digunakannya. (Nurzannah et al., 2024)

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu usaha karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh usaha dari menjual produknya berupa makanan harga adalah sejumlah uang yang disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukarkan dengan barang (Salsabila, 2022). Promosi yang dilakukan Safwa Bakery Rantauprapat yaitu Word of mouth dari informasi yang disampaikan melalui media masa, kemudian Word of mouth biasa keluar dari konsumen yang merasa puas atas produk dan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok dll (Fakhrudin et al., 2021) tidak hanya promosi. Pentingnya lokasi bagi usaha sangat mempengaruhi strategi pasar dalam menentukan keputusan pembeliannya. Tempat adalah kegiatan pemasaran dalam membuat suatu produk tersedia bagi konsumen (Mulyanto, 2021)

Menurut salah satu konsumen Safwa Bakery ini memiliki cita rasa yang gurih dan juga enak namun semua kembali lagi kepada para konsumen karena setiap selera orang itu berbeda-beda, hal ini membuat pemilik usaha Safwa Bakery ini menawarkan kualitas yang baik dalam memilih bahan baku dan juga resep yang digunakan. Rasa sangat penting membuat pelanggan bertahan dengan rasa yang tidak pernah berubah dari Safwa Bakery dari segi rasa yang di pertahankan membuat para pelanggan tetap bertahan untuk tetap membelinya (Ratih Andini, 2024)

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan deskriptif. Penelitian kualitatif menggunakan postpositivisme sebagai pola berpikirnya untuk mempelajari kondisi suatu objek alamiah. Peneliti berperan penting dalam melakukan penelitian ini dan teknik pengumpulan data digabungkan dengan menggunakan analisis data. Subjek penelitian ini adalah pembeli Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat. Lokasi penelitian menunjukkan tempat lokasi penjualan yang dilakukan adalah di Jalan Simpang Mangga Rantauprapat. Penelitian ini menggunakan dua jenis data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data observasi langsung dan wawancara kepada pembeli (Imron, 2019)

### **4. Hasil Dan Pembahasan**

#### **Profil**

Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat merupakan makanan UMKM yang berdiri pada 29 Januari 2023. Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat berbagai jajanan yang terdiri dari beberapa jenis jajanan ringan. Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat dimana menjual beberapa jenis jajanan tradisional dan jajanan kekinian. Dengan penjualan dibidang pusat jajanan atau kuliner UMKM memiliki daya tarik yang luas biasa karena memiliki banyak peminat, akan tetapi juga memiliki persaingan yang tinggi sehingga mendorong para pelaku bisnis untuk selalu melakukan inovasi baru dan strategi pemasaran yang tepat.

Di beberapa daerah, jajanan UMKM selalu sebagai jajanan oleh-oleh dikalangan masyarakat. Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat seperti jajanan pada umumnya yang ada di Rantauprapat ini, dengan banyaknya pesaing tetapi Safwa Bakery tidak mempermasalahkannya itu, dari itu Safwa Bakery harus bersaing dengan sehat seperti harus menyediakan beberapa stock barang-barang produk jajanan, memiliki jajanan yang lagi ramai dicari konsumen (viral), memiliki produk yang berkualitas dan selalu memeriksa expiry atau produk rusak. Usaha Safwa Bakery ini dibuka dikota Rantauprapat oleh ibu Siti Gabenah.

### Persepsi Pembeli Terhadap Kualitas Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan melalui wawancara dinyatakan bahwa persepsi pembeli berpengaruh terhadap kualitas produk. Menurut (Mahendra Bayu Sejati, 2023) dari hasil lapangan pengaruh antara persepsi pembeli dalam penelitian ini dapat mendorong atau ketertarikan pembeli untuk mempertimbangkan kualitas produk baik buruknya dengan cara melakukan pembelian ulang produk karena dengan pengalaman sebelumnya dapat disimpulkan sesuai atau tidaknya kualitas produk yang sudah dikonsumsi oleh pembeli.

Dalam penelitian ini kebanyakan pembeli yang datang melakukan pembelian atas daya tahan kualitas produk yang sampai berhari-hari dan dapat diandalkan kualitas produk safwa bakery ini. Pembeli dapat menilai suatu produk itu berdasarkan persepsinya. Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pembeli dan pengalaman pembeli terhadap produk.

Berikut adalah beberapa persepsi dari para pembeli Safwa Bakery ini :

No	Nama Pembeli	Umur	Alamat	Persepsi			
				Produk Bakery memiliki keandalan prodduk	Safwa Bakery memiliki keandalan prodduk	Apakah produk Bakery sesuai kebutuhan anda?	Produk yang dijual memiliki daya tahan / pengawetan produk dalam jangka waktu lama ?
1	Laila Tunajji	24 Tahun	Sigambal	ya		Semua yang saya cari ada di safwa bakery	Waktunya cukup lama
2	Pomeri Harahap	21 Tahun	Aek Tapa	Ya sudah		Ya	Pakai
3	Rasya Nasution	19 Tahun	Rantauprapat	Sudah		Sesuai	Expayetnya cukup lama
4	Rasina Siregar	24 Tahun	LanggaPayung	ya		Apa yan saya cari ada disini	Ya, mknly saya beli disini karena disini sudah lengkap
5	Eva Panjaitan	48 Tahun	Rantauprapat	sudah		Kebutuhan saya terpenuhi kok	Pengawetannya smasih lama.
6	Bunga Ramadani	18 Tahun	Sigambal	ya		Sudah pak	Safwa bakery selalu mengontrol waktu pengawetannya
7	Reyhan	19 Tahun	Rantauprapat	Sudah		Semua lengkap disini	Ya pakai
8	Suryati	37 Tahun	Rantauprapat	Ya		Sesuai,	Cukup lama

### Persepsi Pembeli Terhadap Keragaman Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dinyatakan bahwa persepsi pembeli berpengaruh terhadap keragaman produk. Menurut (Zawati, 2021) penelitian ini sangat mendukung keragaman produk dapat berbentuk tambahan dari suatu

produk inti yang menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh pembeli yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.

Dari observasi yang terjadi dilapangan Safwa Bakery selalu menyediakan barang-barang dengan keadaan baru dan kesediaan produk juga diperhatikan oleh Safwa Bakery tidak hanya itu, setiap produk berbeda ukuran beda harga tetapi masing terjangkau murah. Oleh karena itu keragaman produk juga sangat penting dari persepsi pembelian.

Berikut adalah beberapa persepsi dari para pembeli Safwa Bakery ini :

No	Nama Konsumen	Umur	Alamat	Persepsi		
				Apakah produk yang anda beli sesuai harga dan ukurannya ?	Apakah produk yang dijual memiliki tampilan yang menarik?	Apakah produk safwa bakery menyediakan stok barang yang banyak?
1	Nur Hasibuan Parni	34 Tahun	Rantauprapat	Ya, ukuran lebih besar lagi	Ya	Ya, kerna beli banyak tapi masih ada lagi
2	Adelia Sari	29 Tahun	Hutembaru	Besar ukurannya dan harganya sesuai	Tidak	Ya
3	Siti Aisyah	50 Tahun	Sosopan	Sesuai harga dan ukurannya besar	Ya Sudah	Tidak, saya perna tidak kebagian produk
4	Irvan	21 Tahun	Kotapinang	Sesuai, harganya juga sesuai	Tampilannya sesuai dengan trand	Pasti menyediakan yang banyak
5	Rosida Dalimunthe	32 Tahun	Sigambal	Harga murah tapi ukurannya besar	Tampilannya sesuai pada umumnya	Tidak, pernah kehabisan barang
6	Selly Sahfitri	22 Tahun	Aek Nabara	Ya, isinya banyak lagi	Ya sudah	Ya
7	Nur Hamida	26 Tahun	Bandar Tinggi	Sesuai	Sudah	Sudah pasti banyak
8	Annisa Putri	28 Tahun	Cikampak	Sesuai, harga segitu isinya banyak	Tidak	Tidak

## 5. Penutup Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi pembelian, kualitas dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat. Dengan hal ini sebagai pelaku usaha untuk memanfaatkan keputusan pembelian proses terhadap produk yang telah ditawarkan kepada konsumen. Pusat Jajanan Safwa Bakery Rantauprapat adalah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dimana mempunyai lokasi yang strategis mampu memberi peluang bisnis, dan yang paling penting mempunyai strategi pemasaran yang luas. Persepsi pembelian yang dilakukan sudah efektif yaitu melalui mulut kemulut dan mengikuti event atau festival serta menyebarkan browsur maupun melalui media sosial. Upaya dilakukan untuk menambah jumlah konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan, dan memperbanyak produksi stok barang agar penjualan semakin meningkat.

## Saran

Berdasarkan pembahasan diatas maka sebagai peneliti dapat memberikan saran bagi Pusat Jajanan Sawa Bakery Rantauprapat, ada beberapa rekomendasi yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Meningkatkan pelayanan agar meninggalkan kesan yang baik bagi pembeli
2. Untuk lebih giat lagi dalam mempromosikan produknya
3. Melakukan promo tiap akhir bulan
4. Menambahkan variasi produk agar pembeli memiliki banyak pilihan saat melakukan pembelian
5. Yang paling penting tetap menjaga kebersihan dan keamanan pembeli.

### Daftar Pustaka

- Arianto, S. D. (2021). *Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen CV. Dua Merpati Kudus*. 11–57.
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Boba, M., Rantauprapat, D., Prasetya, W., Broto, B. E., Florentina, E., & Simanjourang, S. (2023). *Pengaruh Digital Marketing , Cita Rasa , Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Produk*. 8(3), 376–390.
- Di, B., Koffie, K., & Pekanbaru, K. (2019). *The ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN BARISTA DI KREMA KOFFIE PEKANBARU*. 1–16.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & Melly A.D, Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
- James W, Elston D, T. J. et al. (2020). PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PENETAPAN HARGA KULINER PADA EVENT PACU JALUR DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 2.
- Jaya, I., & Gumanti, M. (2023). Analisis Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Darsa Fruits Chips. *ECo-Fin*, 5(3), 289–294. <https://doi.org/10.32877/ef.v5i3.984>
- Lailiyah, N. I., Ulfa, M., & Serenade, V. (2023). *Economics and Digital Business Review Penggunaan Analisis Swot Sebagai Alat Strategi Pemasaran Umkm Produk Makanan*. 4(2), 229–234.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Mahendra Bayu Sejati, N. H. H. (2023). *Persepsi pembeli*.
- Masrurroh, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Keragaman Produk, Dan Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dibengkel Bandara Motor Brangkal Mojokerto. In *Ilmu Manajemen* (Vol. 1, Issue 1, pp. 43–54). <https://bion.thejournals.com/index.php/bion/article/view/5/masrurroh-artikel>
- Meutia, R. (2021). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pusat Jajanan Kota Langsa*. 4(2).
- Mulyanto, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut, Citra Perusahaan Dan Lokasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 6(1), 28–36.
- Nasution, M. E. (2020). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. 15–25.
- Nurhikmat, A. (2023). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga dan Kualitas Produk : Literature Review. *KarismaPro*, 13(2), 75–86. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>
- Nurzannah, P. A., Florentina, E., & Simanjourang, S. (2024). *Strategi Pemasaran Salad Buah Dan Zozu Buah Agades . Id Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Masyarakat Kota Rantau Prapat*. 9(1), 334–352.
- Pada, P., Harmoni, C. V, & Syahputro, D. (2021). *Pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada cv. harmoni lestari pematangsiantar*. 3(1), 8–15.
- Ratih Andini, Elida Florentina Sinaga Simanjourang, M. R. (2024). *GOVERNANCE : Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan*. 10, 324–331.

- Salsabila, A. N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Pelanggan Gen Z*. 3(1), 87–100.
- Susanto, A., Nurhayati, E. C., Efendi, B., & ... (2022). Pengaruh Pengelolaan, Keberagaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Al-Azam. *Jamasy: Jurnal Akuntansi ...*, 2, 87–96. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/2557%0Ahttps://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/download/2557/1582>
- Zahro, R. (2020). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Atmospher Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Tamara Kediri. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 1–12.
- Zawati, E. diani. (2021). 931305709-eridianizawati-2013 *Keragaman Produk, Minat Nasabah*. 11–31.