

## Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Gethuk Goreng *Frozen* Di Toko Bu Slameto Depok 2

Margaretha Andriyani<sup>1, a)</sup>, I G Ayu Ngurah<sup>2, b)</sup>, Rina Febriana<sup>3, c)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

Email: <sup>a)</sup>[margarethaandri24@gmail.com](mailto:margarethaandri24@gmail.com), <sup>b)</sup>[gustiayungurah@gmail.com](mailto:gustiayungurah@gmail.com), <sup>c)</sup>[rinafebriana@unj.ac.id](mailto:rinafebriana@unj.ac.id)

### Abstract

*The aims of this study are: 1) to determine whether service quality has a significant effect on customers' satisfaction at Toko Bu Slameto, 2) to determine whether product quality has a significant effect on customers' satisfaction at Toko Bu Slameto, 3) to determine whether price has a significant effect on customers' satisfaction at Toko Bu Slameto, 4) to determine whether product packaging has a significant effect on customers' satisfaction at Toko Bu Slameto, 5) to determine whether taste innovation has a significant effect on customers' satisfaction at Toko Bu Slameto, and 6) to determine whether ease-of-order has a significant effect on customers' satisfaction at Toko Bu Slameto. This research was carried out at Toko Bu Slameto Depok 2 from March 2021 to January 2022. This is a descriptive qualitative research using the survey method. Analyzing the result shows that the customers' satisfaction level is adequate in service quality, product quality, and price aspects of the frozen gethuk Toko Bu Slameto. Hypothesis testing results show: 1) service quality has a significant effect on consumers' satisfaction (73%), 2) product quality has a significant effect on consumers' satisfaction (81%), 3) price has a significant effect on consumers' satisfaction (63,3%), 4) product packaging does not affect consumers' satisfaction significantly (58%), 5) taste innovation has a significant effect on consumers' satisfaction (90%), and 6) ease-of-order has a significant effect on consumers' satisfaction (87%).*

**Keywords:** *customers' satisfaction, frozen gethuk, product quality, service quality, Bu Slameto's gethuk shop*

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Bu Slameto, 2) untuk mengetahui apakah kualitas produk mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Bu Slameto, 3) untuk mengetahui apakah faktor harga mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Bu Slameto 4) untuk mengetahui apakah faktor kemasan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Bu Slameto. 5) untuk mengetahui apakah faktor inovasi rasa mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Bu Slameto dan 6) untuk mengetahui apakah faktor kemudahan pemesanan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Bu Slameto. Penelitian ini dilakukan di Toko Bu Slameto Depok 2 pada bulan Maret 2021 hingga Januari 2022. Penelitian ini menggunakan metode survei. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil pengujian deskriptif menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan sudah terpenuhi dari segi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga pada usaha gethuk goreng frozen Bu Slameto. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 73%, 2) adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 81%, 3) adanya pengaruh yang signifikan dari variabel harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 63,3%, 4) kurangnya pengaruh yang signifikan dari variabel kemasan terhadap kepuasan konsumen yaitu hanya sebesar 57%, 5) adanya pengaruh yang signifikan dari variabel inovasi rasa terhadap kepuasan konsumen sebesar 90%, dan 6) adanya pengaruh yang signifikan dari variabel kemudahan pemesanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 87%.

**Kata Kunci:** *Kepuasan Pelanggan, Gethuk Goreng Frozen, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Toko Bu Slameto*

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, tuntutan terhadap kepuasan pelanggan pada produk akan semakin tinggi. Keberhasilan suatu usaha dalam pasar terbuka ditentukan oleh produktivitas dan efisiensi produksi. Agar dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan, setiap bagian dalam usaha melaksanakan pekerjaannya dan menunjuk pada tanggung jawab yang diemban oleh para pelaku usaha baik itu pedagang kecil maupun pengusaha besar. Pengetahuan mengenai cara berjualan juga menjadi bagian penting dalam memperdagangkan suatu produk.

Kepuasan (*Satisfaction*) pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2006).

Dari definisi diatas dapat dikatakan apabila kinerja suatu produk tidak sesuai dengan harapan atau apabila harapan yang ditetapkan tidak tercapai, maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa senang atau sangat puas. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa faktor diantaranya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan. Dimana kedua kualitas tersebut sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk.

Produk yang saat ini sedang populer adalah makanan olahan *frozen*, makanan *frozen* memiliki potensi penjualan yang cukup menjanjikan. Makanan *frozen* digemari karena beberapa hal diantaranya: praktis, tahan lama, mudah, dan memiliki banyak Varian. Jenis – jenis makanan yang dijual pun beraneka ragam mulai dari makanan riangan, lauk pauk hingga makanan tradisional sekalipun saat ini banyak di jual dalam kemasan *frozen food*.

Gethuk goreng adalah jajanan khas kota Banyumas Provinsi Jawa Tengah. Gethuk merupakan makanan khas Indonesia yang memiliki rasa enak dan juga sehat. Gethuk goreng ditemukan pada tahun 1981 secara tidak sengaja oleh Bapak Sanpringad, seorang penjual nasi rames keliling di daerah Sokaraja. Pada saat itu gethuk yang dijual tidak terjual semua, sehingga Bapak Sangpringad memiliki ide agar getuk tersebut dapat di konsumsi kembali. Gethuk yang tidak habis dijual itu digoreng kemudian dijual kembali. Ternyata gethuk goreng ini sangatlah digemari oleh para pembeli. Oleh karena itu bisnis makanan ini layak untuk dikembangkan menjadi salah satu bisnis kuliner alternatif yang ada di Indonesia. Oleh karena potensi tersebut sang penjual melihat potensi untuk mengembangkan usaha “Gethuk Goreng *Frozen*”.

Getuk goreng *frozen* pada umumnya memiliki kesamaan bahan dengan getuk pada umumnya namun yang membedakan adalah cara penghidangannya biasanya getuk dimakan melalui proses pengukusan, namun pada getuk goreng penyajiannya melalui proses penggorengan dan disini penjual memodifikasikan dengan menambahkan isian pada gethuk yaitu: coklat dan keju, kemudian dibentuk seperti bola, dilumuri tepung manis dan tepung panir, setelah itu baru digoreng. Sebagian orang melihat penampilan atau tampilan yang baru dari getuk ini merupakan hal yang baru dan unik. Dengan dilakukannya inovasi seperti penambahan isi diharapkan dapat lebih menarik minat para pembeli, terlebih karena tidak semua orang menyukai gethuk yang dari penampilannya terlihat kurang menarik karena hanya di kukus, untuk Sebagian kalangan terutama anak muda mereka merasa makanan yang dikukus kurang menarik oleh sebab itu penjual merubah tampilan menjadi lebih modern yaitu dengan cara digoreng dan membuatnya menjadi *frozen food*.

Dimana menurut catatan penjualan gethuk rata-rata habis terjual sebanyak 95%. Omzet penjualan dari gethuk goreng pada tahun 2020 sebesar Rp. 30.430.000, bila dibandingkan dengan omzet tahun 2021 terdapat penurunan sebesar Rp. 19.779.500 (35%) Mengingat perkembangan adanya penurunan yang cukup signifikan pada produk gethuk goreng pada tahun 2021, maka perlu diteliti bagaimana kepuasan pelanggan pada produk gethuk goreng tersebut, kemungkinan akan ditemukan beberapa indikasi penyebab diantaranya kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut meliputi, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kemudahan dan di bulan tertentu.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan metode survey, adapun pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Penelitian ini dilakukan di Toko Bu Slameto Depok 2 pada bulan Maret 2021 sampai dengan Januari 2022. Populasi terjangkau pada penelitian ini adalah pelanggan Toko Bu Slameto. Sampel pada penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan hasil 37 responden dengan derajat kesalahan 10%. Namun dalam pengambilan sampel terdapat 7 responden yang melakukan pembelian hanya 1 kali sehingga diputuskan hanya 30 responden.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan kuisioner kepada pelanggan Toko Bu Slameto. Tingkat kepuasan pelanggan diukur melalui kuisioner dengan skala likert dengan (5) pilihan jawaban mulai dari sangat puas (skor 5), puas (skor 4), kurang puas (skor 3), tidak puas (skor 2), dan sangat tidak puas (skor 1), total pernyataan berjumlah 24 total nilai tertinggi 120 dan terendah 24.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif digunakan untuk melihat kualitas produk dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan di Toko Bu Slameto. Data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner di analisis untuk melihat hasil yang diperoleh. Kepuasan pelanggan yang akan dianalisis meliputi kualitas produk dan kualitas pelayanan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan yang lebih rinci, maka setiap butir pernyataan kuisioner ditabulasi dan dideskripsikan hasilnya. Berikut ini merupakan kriteria nilai indeks kepuasan pelanggan, yang menjadi patokan skor penilaian.

**Tabel 1.** Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan

Nilai indeks Kepuasan Pelanggan	Kriteria
0% - 20%	Sangat Rendah
21% - 40%	Rendah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Tinggi
81% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber : Mahdiyah (2015)

### 1. Karakteristik Konsumen

Responden pada penelitian ini ialah pelanggan di Bu Slameto pada pembelian gethuk goreng *frozen*. Dari 30 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 8 orang (26,67%), sedangkan responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 22 orang (73,33%). Jumlah perempuan sebagai responden lebih banyak dari kaum lelaki. Hal ini sesuai dengan pendapat dari (Mulianingsih, Fauzi dan Alfisyah, 2019) yang menyatakan bahwa konsumen wanita lebih memiliki tingkat motivasi belanja hedonis lebih tinggi dibandingkan konsumen pria.

### 2. Kualitas Produk

Berdasarkan data yang telah diuraikan diatas pada aspek kualitas produk, pelanggan yang menilai sangat puas sebesar **17,86%**, pelanggan yang menilai puas sebesar **73,33%** dan pelanggan yang menilai kurang puas sebesar **8,81%**. Maka dari itu penilaian kategori pada kualitas produk berada pada tingkat puas yaitu **73,33%** dengan indeks kategori tinggi.

Pada sub indikator *performance* (volume, aroma, dan warna gethuk) tingkat kepuasan konsumen sudah memuaskan tetapi ada faktor yang perlu ditingkatkan yaitu

volume gethuk yang kadang tidak seragam. Pada sub indikator *features* (isi atau *filling* dan tekstur gethuk) tingkat kepuasan konsumen sudah memuaskan tetapi ada yang perlu diperhatikan yaitu tekstur gethuk yang terkadang masih terasa berserat (tidak halus) dan isian gethuk yang tidak seragam; Pada sub indikator *reliability* (kualitas singkong yang digunakan) tingkat kepuasan konsumen sudah memuaskan tetapi kualitas singkong yang tidak selalu baik dapat mempengaruhi kualitas gethuk; Pada sub indikator *consistency* (kestabilan bentuk dan kestabilan rasa) tingkat kepuasan konsumen sudah memuaskan tetapi bentuk gethuk yang terkadang tidak bulat sempurna dan rasa yang terkadang tidak sama dikarenakan faktor kualitas singkong; Pada sub indikator *durability* (keawetan produk dan tingkat daya simpan) tingkat kepuasan konsumen sudah memuaskan tetapi daya simpan pada suhu ruang yang masih harus ditingkatkan; Pada sub indikator *design* (kerapihan *packaging* dan keunikan *packaging*) tingkat kepuasan konsumen sudah memuaskan tetapi *packing* yang digunakan masih kurang menarik karena hanya menggunakan plastik polos khusus makanan kemasan dan tidak ada label; dan Pada sub indikator *price* (harga produk) tingkat kepuasan konsumen sudah memuaskan, harga yang berikan lebih murah dibandingkan dengan harga produk yang sama di pasaran.

Hal diatas sesuai dengan pendapat dari Kotler dan Keller (2009) bahwa kualitas produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan sehingga menimbulkan keputusan untuk membeli, maka kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa yang diukur dalam ketinggian standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi ekspansi pelanggan. Menurut Lupiyoadi (2001), produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

### 3. Kualitas Pelayanan

Pada penilaian aspek kualitas pelayanan, diketahui semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin puas pelanggan. Berdasarkan data yang telah diuraikan pelanggan yang menilai sangat puas sebesar 12,33%, pelanggan yang menilai puas sebesar 81,33% dan pelanggan yang menilai kurang puas sebesar 6,33%. Maka dari itu penilaian kategori pada kualitas produk berada pada tingkat puas yaitu **81,33%** dengan indeks kategori sangat tinggi.

Hal ini disebabkan pada sub indikator *reliability* (kesopanan, kecepatan dan kemampuan karyawan); *responsiveness* (ketanggapan dan keramahan karyawan); *assurance* (jaminan kualitas pelayanan); dan *empathy* (program “*by phone delivery*”, “*delivery packet*”, pemesanan melalui sosial media dan pembayaran yang dapat dilakukan secara tunai maupun non tunai). Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan (Tjiptono dan Chandra, 2005).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada rentang tinggi hingga sangat tinggi pada pelanggan Toko Bu Slameto. Hal ini dikarenakan pada masa sekarang makanan frozen sudah sangat digemari oleh masyarakat. Jika dilihat dari faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dapat dikatakan bahwa semua faktor terdapat pada rentang tinggi pada kepuasan pelanggan di Toko Bu Slameto.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pelanggan yang datang ke Toko Bu Slameto didominasi oleh pelanggan yang ingin mengkonsumsi gethuk sebagai camilan di waktu senggang. Pelanggan yang datang pun didominasi oleh wanita yang bekerja sebagai ibu rumah tangga.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada pembahasan yang telah diuraikan mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha gethuk goreng *frozen* di Toko Bu Slameto Depok 2, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk (*product quality*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha gethuk goreng *frozen* di Toko Bu Slameto Depok 2 hal ini terbukti dengan tingkat kepuasan yang dihasilkan yaitu puas dengan nilai 0,73 (73%) dan berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi, interval koefisien 0,73 merupakan kategori tinggi.
2. Kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha gethuk goreng *frozen* di Toko Bu Slameto Depok 2 hal ini terbukti dengan tingkat kepuasan yang dihasilkan yaitu puas dengan nilai 0,81 (81%) dan berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi, interval koefisien 0,81 merupakan kategori sangat tinggi.
3. Variabel harga (*price*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha gethuk goreng *frozen* di Toko Bu Slameto Depok 2 hal ini terbukti dengan tingkat kepuasan yang dihasilkan yaitu puas dengan nilai 0,63 (63%) dan berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi, interval koefisien 0,63 merupakan kategori tinggi.
4. Variabel kemasan (*packaging*) kurang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha gethuk goreng *frozen* di Toko Bu Slameto Depok 2 hal ini terbukti dengan tingkat kepuasan yang dihasilkan yaitu puas dengan nilai 0,57 (57%) dan berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi, interval koefisien 0,57 merupakan kategori cukup.
5. Variabel inovasi rasa (*taste innovation*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha gethuk goreng *frozen* di Toko Bu Slameto Depok 2 hal ini terbukti dengan tingkat kepuasan yang dihasilkan yaitu puas dengan nilai 0,90 (90%) dan berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi, interval koefisien 0,90 merupakan kategori sangat tinggi.
6. Variabel kemudahan pemesanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada usaha gethuk goreng *frozen* di Toko Bu Slameto Depok 2 hal ini terbukti dengan tingkat kepuasan yang dihasilkan yaitu puas dengan nilai 0,87 (87%) dan berdasarkan nilai interpretasi koefisien korelasi, interval koefisien 0,87 merupakan kategori sangat tinggi.

#### REFERENSI

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. *Marketing Management*. Pearson Education Inc.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Lopiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, edisi I*. Jakarta. Salemba.
- Mahdiyah. 2014. *Statistik Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulianingsih, Defi, Achmad Fauzi dan Rizal Alfisyahr. 2019. Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Impulsif Di Online Shop. *Jurnal Administrasia Bisnis*. Vol.66.No.1:56-66.  
administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi