

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA PANGAN “WARUNGE INDAH” JAKARTA

Sudiharto, Kusairi, Benny Hari Kusuma

Universitas Budi Luhur Jakarta, Indonesia

Email: hartosudi3@gmail.com, kusairibmkg@gmail.com, bennyharkus@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima 10 Juli 2021 Direvisi 15 Agustus 2021 Disetujui 21 Agustus 2021	Berkembangnya bidang usaha telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang, termasuk dibidang pangan, teknologi dan komunikasi. Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada usaha pangan “Warunge Indah” Jakarta. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, metode pengumpulan dan analisis data menggunakan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa “Indah Warunge” sudah memberikan kualitas produk dengan sesuai aturan yang berlaku di perusahaan. Produk yang dijual aneka makanan dan minuman sehat bahkan madu hitam pahit juga ada. Kesimpulan yang di dapat dari penelitian yang dilukan pelanggan yang membeli produk “Indah Warunge” puas akan kualitas produk yang dijual oleh “Indah Warunge”
Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan	
Keywords: ProductQuality, Customer Satisfaction.	ABSTRACT <i>The development of the business field has been colored by various kinds of competition in all fields, including in the field of food, technology and communication. Good quality and quality service will tend to provide more satisfaction to customers who use services in the company. The purpose of this study is to analyze the influence of product quality on customer satisfaction on the food business "Warunge Indah" Jakarta. The study uses descriptive research with qualitative approaches, data collection and analysis methods using interviews and observations. The results of the study explained that the “Indah Warunge” has provided product quality in accordance with the rules that apply in the company. Products that are sold various foods and healthy drinks even bitter black honey also exist. The conclusion obtained from the research that customers who buy “Indah Warunge” products are satisfied with the quality of products sold by “Indah Warunge”.</i>

Pendahuluan

Saat ini perkembangan dunia bisnis

telah mengalami banyak kemajuan yang cukup pesat sehingga mendorong persaingan

How to cite:	Sudiharto, S., Kusairi, K., & Kusuma, B. H. (2021) Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Pangan “Warunge Indah” Jakarta. <i>Jurnal Syntax Ttansformation</i> 2(8). https://doi.org/10.46799/jst.v2i8.350
E-ISSN:	2721-2769
Published by:	Ridwan Institute

antar perusahaan semakin meningkat. Persaingan tersebut muncul karena adanya perubahan yang terjadi pada pola hidup dan konsumsi masyarakat yang selalu ingin memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan biologis maupun psikologis. Perusahaan harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terus meningkat. Sebelum menciptakan suatu produk, perusahaan harus dapat memperkirakan seberapa banyak pelanggan yang benar-benar ingin dan mampu membeli produknya. Menurut (Keller, 2008) dalam (Gaol & Hidayat, 2016) bahwa perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan Konsumen dengan memberikan sebuah proporsi nilai yang merupakan serangkaian keuntungan dimana perusahaan menawarkannya kepada Konsumen untuk memenuhi kebutuhan.

Berdasarkan penelitian (Najib & Ainun, 2013) bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sama halnya dengan penelitian (Korneli, 2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Seiring dengan kondisi persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai upaya guna meraih pangsa pasar terbesar dan mendapatkan loyalitas pelanggan (Natalia, 2015).

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen (Utama, 2015).

Perusahaan yang bergerak di bidang produksi maupun di bidang jasa pada dasarnya adalah pencapaian tujuan yang telah diterapkan, ada yang berorientasi pada keuntungan maksimal dan ada yang tidak berorientasi pada keuntungan maksimal misalnya dalam bentuk sosial, namun untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan keuntungan perusahaan diharapkan tetap ada

agar perusahaan dapat menjalankan aktivitasnya dalam mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang (Natalia, 2015). Konsep produk yang berkaitan dengan reputasi produk sebagai persepsi dari kualitas barang/jasa yang berhubungan dengan nama produknya (Alfons, 2013). Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran target market dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide (Sari & SRI, 2012).

Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakan (Dewi et al., 2021). Produk yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas produk yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang bertahan lama (Sari & Sri, 2012).

Berdasarkan hasil pengamatan awal peneliti bahwa penelitian ini akan menitik beratkan kepada tingkat kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas produk yang dijual, berbeda dengan penelitian (Najib & Ainun, 2013) yang lebih menitik beratkan kepada lima dimensi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada usaha pangan “Warunge Indah” Jakarta. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi “Warunge Indah” dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini merupakan penelitian deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. (Sukmadinata, 2006). Dalam (Mulyana, 2018)

Populasi pada penelitian ini adalah unit usaha pangan “WARUNGE INDAH” JAKARTA, dimana peneliti meneliti sampel dari keseluruhan populasi yang ada (sample jenuh). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik pengumpulan observasi yang digunakan adalah participant observation, yaitu dimana peneliti terlibat secara langsung dalam kegiatan sehari-hari pada unit usaha pangan “WARUNGE INDAH” JAKARTA sebagai sumber data. Yang kedua adalah teknik pengumpulan dengan cara wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu peneliti hanya memuat poin-poin penting pada unit usaha pangan “WARUNGE INDAH” JAKARTA dari responden

Hasil dan Pembahasan

1. Penerapan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Warunge Indah Jakarta

Selama ini “warunge indah” Jakarta sudah memberikan kualitas produk dengan sesuai aturan yang berlaku di perusahaan. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan diminta digunakan oleh pelanggan (Dewi et al., 2021). Kualitas dapat dikategorikan sebagai suatu senjata yang strategis untuk berkompetisi dengan para pesaing. Karena peran kualitas produk sangat menentukan keinginan pelanggan tersebut sehingga dengan kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi pelanggan hal ini

dilakukan untuk meminimalisir kerugian perusahaan serta kepuasan pelanggan karena barang atau produk yang mereka terima dalam keadaan baik dan tidak rusak (Bailia et al., 2014).

2. Penerapan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Warunge Indah Jakarta Seharusnya

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan kualitas produk yang diberikan suatu produk juga bisa menjadi alasan pelanggan untuk loyal terhadap produk tersebut. Produk yang dijual menawarkan kualitas yang baik maka pelanggan akan membelinya, setelah itu jika pelanggan merasa puas akan membeli ulang produk tersebut dan akan menjadi pelanggan yang loyal. Agar dapat bersaing, bertahan hidup dan berkembang, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kualitas produk berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke yang lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan produk dan kualitas produk yang berorientasi pada kualitas produk yang mengutamakan keputusan pembelian.

Suatu produk dikatakan memiliki kualitas yang baik apabila mempunyai dampak yang positif terhadap perusahaan yang meliputi peningkatan penjualan dan peningkatan pencitraan perusahaan dimata masyarakat, serta peningkatan pengetahuan masyarakat akan penggunaan produk tersebut, dengan demikian kualitas suatu produk akan berpengaruh dalam keputusan pembelian pelanggan (Alim et al., 2018).

Pelanggan juga akan mempertimbangkan baik buruknya kualitas dari barang yang akan digunakannya tersebut (Moly, 2014). Pelanggan akan lebih memilih produk

yang tahan lama mudah digunakan serta memiliki pencitraan yang baik (Rachman & Santoso, 2014). Implikasi dari hal tersebut menjadikan merek yang berkualitas akan menciptakan citra dari produk itu sendiri di benak pikiran pelanggan dan menjadikan motivasi dasar bagi pelanggan dalam memilih suatu produk. Hal ini pula yang dilakukan oleh pelanggan warunge Indah dalam melakukan keputusan pembelian produk dengan memperhatikan dan mempertimbangkan citra merek dan kualitas produk yang dimiliki oleh warunge Indah Jakarta.

Kesimpulan

Implikasi dari hal tersebut menjadikan merek yang berkualitas akan menciptakan citra dari produk itu sendiri di benak pikiran pelanggan dan menjadikan motivasi dasar bagi pelanggan dalam memilih suatu produk. Suatu produk dikatakan memiliki kualitas yang baik apabila mempunyai dampak yang positif terhadap perusahaan yang meliputi peningkatan penjualan dan peningkatan pencitraan perusahaan dimata masyarakat, serta peningkatan pengetahuan masyarakat akan penggunaan produk tersebut, dengan demikian kualitas suatu produk akan berpengaruh dalam keputusan pembelian pelanggan. Hal ini pula yang dilakukan oleh pelanggan warunge Indah Jakarta dalam melakukan keputusan pembelian produk dengan memperhatikan dan mempertimbangkan citra merek dan kualitas produk yang dimiliki warunge Indah Jakarta.

BIBLIOGRAFI

Alfons, M. E. (2013). Pengaruh Tenaga Penjual, Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Tirta Alam Jaya Raya. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 4(2), 432–440. [Google Scholar](#)

Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A.

S. (2018). Pengaruh persepsi label halal dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk fesyen muslim (survei pada pelanggan produk zoya muslim di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 127–134. [Google Scholar](#)

Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3). [Google Scholar](#)

Dewi, R., Suseno, A., & Adhi, M. W. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Counter Handphone “Venus Cellular” Tangerang. *Syntax Idea*, 3(2), 377–382. [Google Scholar](#)

Gaol, A. L., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Tahun Akademik 2012/2013 Universitas Brawijaya yang Menggunakan Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), 125–132. [Google Scholar](#)

Keller, P. K. dan K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Erlangga. [Google Scholar](#)

Korneli, A. R. S. & O. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Waroeng Steak & Shake Melati Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)*, 5(1), 1–11. [Google Scholar](#)

Moly, V. A. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2). [Google Scholar](#)

Mulyana, A. D. E. (2018). *Optimalisasi*

- Kualitas Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Serang*. Universitas Pasundan. [Google Scholar](#)
- Najib, M., & Ainun, H. (2013). *Implementasi kualitas layanan jasa untuk meningkatkan kepuasan konsumen: Studi pada Batu Night Spectacular (BNS)*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. [Google Scholar](#)
- Natalia, S. (2015). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada marcelio speed shop. In *Manajemen Bisnis*. Universitas Dian Nuswantoro.
- Rachman, B. J., & Santoso, S. B. (2014). *Analisis Pengaruh Desain Produk dan Promosi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian yang Dimediasi Oleh Citra Merek (Studi pada Customer Distro Jolly Roger Semarang)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. [Google Scholar](#)
- Sari, R. D. K., & SRI, R. T. A. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. [Google Scholar](#)
- Utama, P. W. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Rown Division Kota Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. [Google Scholar](#)
-

Copyright holder:

Sudiharto, Kusairi, Benny Hari Kusuma(2021)

First publication right:

Jurnal Syntax Transformation

This article is licensed under:

