



ANALISIS KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ES TEH HIJAU ELSA DI SICINCIN

Nini¹, Agus Nurofik², Elfi Merita³
^{1,2,3}Jurusan Manajemen, Universitas Sumatera Barat
¹nini03598@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the effect of green tea ice product quality on customer satisfaction at Elsa outlets, Sicincin. The research method used is qualitative with a descriptive approach. Data collection was carried out through interviews with customers. The results of the study indicate that there is a significant relationship between product quality and customer satisfaction. Good product quality, such as fresh taste, affordable prices, and product cleanliness, greatly affect the level of customer satisfaction. The implication of this study is the importance for Elsa outlets to continue to maintain and improve the quality of their products in order to maintain and increase the number of customers. The purpose of this study was to determine how much influence product quality has on customer satisfaction at Elsa's green tea ice in Sicincin. The desired results indicate that there is a fairly strong and positive relationship between product quality and customer satisfaction. The variables in this study are product quality (X) and customer satisfaction (Y). One way to achieve excellence is to apply the right product quality to increase customer satisfaction. Based on the conclusions obtained, customers are advised to choose the products offered according to their desires, needs and expectations, so as not to be disappointed when buying.

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk es teh hijau terhadap kepuasan pelanggan di gerai Elsa, Sicincin. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang baik, seperti rasa yang segar, harga yang terjangkau, dan kebersihan produk, sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi gerai Elsa untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Es the hijau elsa di sicincin. Hasil yang diinginkan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat dan positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Salah satu cara untuk mencapai keunggulan adalah dengan menerapkan kualitas produk yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, pelanggan disarankan untuk memilih produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapannya, agar tidak kecewa saat membeli.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.

© 2024 Jurnal Pustaka Manajemen

1. Pendahuluan

Industri minuman saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat, ditandai dengan munculnya berbagai merek baru dan inovasi produk. Salah satu faktor penentu keberhasilan suatu produk minuman adalah kualitas produk itu sendiri.

Kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan bagi pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang. Minuman segar seperti es teh hijau telah menjadi pilihan populer di masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Seiring dengan meningkatnya permintaan, persaingan di industri minuman pun semakin ketat. Untuk dapat bertahan dan berkembang, pelaku usaha minuman perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk es teh hijau Elsa di Sicincin. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif bagi gerai Elsa dan pelaku usaha minuman lainnya.

Penelitian ini secara khusus akan mengkaji pengaruh kualitas produk es teh hijau terhadap kepuasan pelanggan di gerai Elsa, Sicincin. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang perlu diperhatikan oleh gerai Elsa dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Sicincin, sebagai salah satu daerah di Sumatera Barat, memiliki potensi pasar yang cukup besar untuk produk minuman. Gerai Elsa, sebagai salah satu pelaku usaha minuman di Sicincin, memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan minuman segar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kualitas produk es teh hijau yang ditawarkan oleh gerai Elsa dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Dengan memahami preferensi konsumen lokal, diharapkan gerai Elsa dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan daya saingnya di pasar lokal.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif melalui observasi langsung untuk penelitian ini. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk mengidentifikasi dan menjelaskan berbagai aspek seperti kondisi, keadaan, situasi, peristiwa dan kegiatan. Sugiyono (2015) yang dikutip oleh (Atik Nurngaeni, 2021) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai metode filosofis post-positivis yang menyelidiki keadaan alami suatu objek (sebagai lawan dari pendekatan eksperimental). Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama, beberapa metode digunakan dalam pengumpulan informasi (triangulasi), analisisnya

bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian menekankan pentingnya observasi daripada generalisasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Es the hijau merupakan sejenis minuman olahan dari tanaman daun teh, menu yang ditawarkan bervariasi yang dimana menu utamanya adalah Es the hijau berdiri sejak tahun 2020, selain menu es The hijau juga menyediakan menu es lainnya seperti minuman jus buah, es teller, es cendol. Pelanggan yang datang berkunjung yang tidak suka dengan Es the hijau bisa memilih menu lain.

Pelanggan Es the hijau tidak hanya orang tua dan orang dewasa saja, bahkan anak-anak juga banyak yang menjadi pelanggan di Es the hijau. Sudah banyak dari kalangan masyarakat sekitar yang sudah menjadi pelanggan Es the hijau, oleh karena itu yang paling utama yang harus diperhatikan adalah kualitas produk.

3.1. Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi salah satu hal yang penting di Es the hijau Elsa, untuk bisa tetap eksis di tengah persaingan minuman saat ini. Pelanggan pasti mendambakan suatu produk yang berkualitas, jika memenuhi kriteria pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, karena kepuasan akan membuat pelanggan kembali dan sebaliknya akan memberikan manfaat. Sejak pertamakali berdiri Ngombe Duren memanfaatkan media sosial sebagai tempat memasarkan produknya.

3.2. Media Sosial

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan siapa pun berpartisipasi dalam aktivitas sosial dan memungkinkan pengguna berkomunikasi satu sama lain atau berbagi konten tertulis, visual, dan video. Manfaat paling umum yang diperoleh dari media sosial adalah mempermudah terhubung dengan orang atau berinteraksi dengan orang lain secara online. Seperti namanya, media sosial merupakan sebuah tempat atau forum dimana orang-orang dapat saling berinteraksi. Media sosial juga sebagai peluang untuk menyampaikan informasi strategis yang lebih fleksibel. Sebagai sumber informasi dan sumber berita alternative.

Di era modern saat ini sebagian besar orang memanfaatkan media sosial. Pemasaran bisa dilakukan melalui Facebook, Instagram bahkan WhatsApp juga bisa dijadikan sebagai tempat berjualan. Facebook, Instagram, whatsApp Keunggulan jejaring sosial ini adalah modal sosial bagi individu atau kelompok untuk membangun hubungan dengan tujuan tertentu. Facebook maupun instagram merupakan media sosial yang dapat membentuk jaringan pertemanan virtual yang sangat besar tanpa batasan ruang dan waktu. Pemilik Es the

hijau memasarkan dan menawarkan produknya melalui facebook dan instagram dengan mengunggah foto minuman yang menarik untuk dipasarkan. Dengan memasang iklan melalui facebook dan instagram, banyak pelanggan yang tertarik dan datang langsung ke kedai untuk membeli Es the hijau. Pemasaran lewat facebook lebih banyak yang merespon dari pada menggunakan instagram, ketika pelanggan sudah tertarik biasanya akan berlanjut di whatsapp untuk memudahkan komunikasi selanjutnya.

Whatsapp memiliki kelebihan yaitu memungkinkan untuk mengirim pesan dengan mudah ke pengguna lain, baik mengirim pesan teks, foto, dokumen, audio atau video. Whatsapp merupakan aplikasi yang sangat penting bagi sebagian masyarakat karna sebagai alat komunikasi. Salah satunya pebisnis yang menjalankan usahanya sendiri dan menggunakan whatsapp untuk mempromosikan produk yang dijualnya. Pemilik dari Es the hijau juga menggunakan whatsapp sebagai sarana untuk mempromosikan produknya dengan cara memposting foto-foto dari produknya untuk menarik minat pelanggan. Tidak Cuma itu biasanya pelanggan yang sudah membeli akan pesan kembali melalui whatsapp.

3.3. Delivery

Pelanggan selain yang datang langsung ke kedai biasanya dari Es the hijau juga memberikan fasilitas delivery. Dengan adanya delivery lebih memudahkan pelanggan karna tidak perlu datang langsung ke kedai, pesanan pelanggan akan diantarkan sampai ke rumah. Untuk pelanggan yang delivery yang lokasinya dekat tidak akan dipungut biaya kirim, kecuali lokasi rumah pelanggan yang jauh maka akan dikenakan biaya kirim sesuai jarak. Delivery biasanya ada minimal pembelian yaitu dua item untuk pemesanan es durian. Kalau dibandingkan antara facebook, instagram dan whatsapp pelanggan lebih

banyak yang merespon dari facebook dan akan pesan kembali melalui aplikasi whatsapp.

4. Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yang positif dari pelanggan, dimana sebagian besar pelanggan berpendapat bahwa kualitas produk yang disajikan dari Es The hijau Elsa di Sicincin cukup baik. Selain itu pelanggan sangat puas dengan produk yang dibeli di Ngombe Duren. Dengan reaksi pelanggan yang menunjukkan hubungan yang benarbenar mengesankan dan positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Dimana ditemukan kepuasan pelanggan juga dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk.

Daftar Rujukan

- [1] Erinawati, Fajrini & Afriapollo S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan harga Promosi Terhadap Keputusan. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. Ino.1 Januari 2021. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa.
- [2] Weenas, Jackson R.S. (2013). Kualitas Produk Harga Promosi dan Kualitas Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Springbed Comforta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal 607-618.
- [3] Cahyani, Febby.G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap keputusan Konsumen. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- [4] Mariansyah, Alvin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Café Kabalu. Vo.3. No.3, 2020. Universitas Bina Darma.
- [5] Dharmmesta, Basu S. (2021). Materi Pokok Manajemen Pemasaran. CV. Dharmaputra
- [6] Harsasi, Meirani. (2023) Pengembangan Produk. PT. Gramedia
- [7] Simamora, Bilson. (2022) Pemasaran Strategik. PT. Pratasejati Mandiri Tumpal,
- [8] Daniel. (2021) Materi Pokok Perencanaan Pemasaran. PT. Temprina Media Grafika
- [9] Novinaldi et al. Integrasi Hotspot Manager Berbasis Web Pada Smkn 1 Sintuk Toboh Gadang. Jurnal J-Click, [S.l.], v. 8, n. 1, p. 19-31, July 2021. ISSN 2541-2469.