

### “EKSPLORASI KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN DALAM MEMBENTUK MINAT BELI ULANG PELANGGAN: STUDI PADA BISNIS KULINER DENDENG UDA SYA CABANG SUKARAME”

Windy Erie Febianti<sup>1</sup>, Dia Ayu Agustina<sup>2</sup>, Novila Nurhalisa<sup>3</sup>, Vicky F Sanjaya<sup>4</sup>

Universitas Negeri Raden Intan Lampung<sup>1,2,3,4</sup>

[windyfebianti97@gmail.com](mailto:windyfebianti97@gmail.com)<sup>1</sup>, [diaayuagstn@gmail.com](mailto:diaayuagstn@gmail.com)<sup>2</sup>, [novilanur1234567@gmail.com](mailto:novilanur1234567@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[vicky@radenintan.ac.id](mailto:vicky@radenintan.ac.id)<sup>4</sup>

#### Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer repurchase intention at Dendeng Uda Sya culinary business, Sukarame Branch. In the increasingly competitive restaurant industry, an in-depth understanding of how these factors affect customer behavior is key to maintaining customer loyalty. This study uses a qualitative approach with a case study methodology to provide a comprehensive picture of customer experiences and perceptions. Data were collected through in-depth interviews with general customers and direct observation at the company's location. The survey showed that consistent product quality, such as texture, authentic dry taste, and the use of high-quality ingredients, are the main drivers of customer satisfaction. In addition, friendly and fast service quality contributes greatly to creating a positive experience for customers. The results of this study indicate that good collaboration on product and service quality increases customer trust and has a direct effect on repurchase intention. This study provides practical implications for culinary managers to further improve the quality of their products and services in order to maintain and expand their customer base*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Repeat Purchase Interest, Catering Business*

#### Abstrak

*Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk dan kualitas layanan pada niat pembelian ulang konsumen tetap atau pelanggan pada bisnis kuliner Dendeng Uda Sya Cabang Sukarame. Dalam industri restoran yang semakin kompetitif, pemahaman mendalam tentang bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi perilaku pelanggan adalah kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Studi penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metodologi studi kasus untuk memberikan gambaran komprehensif terkait pengalaman dan persepsi pelanggan. Data didapatkan melewati proses wawancara mendalam dengan pelanggan umum dan pengamatan langsung di lokasi perusahaan. Survei menunjukkan bahwa kualitas produk yang konsisten, seperti tekstur, rasa kering yang autentik, dan penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi, merupakan bahan-bahan berkualitas tinggi, merupakan pendorong utama kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas layanan yang ramah dan cepat berkontribusi besar dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kolaborasi yang baik pada kualitas produk dan layanan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan berpengaruh langsung terhadap minat pembelian ulang. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola kuliner untuk lebih meningkatkan kualitas produk dan layanannya guna mempertahankan dan memperluas basis pelanggannya.*

**Kata kunci:** *Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Minat Pembelian Berulang, Bisnis Kuliner*

#### PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjanjikan. Meskipun persaingan relatif tinggi, namun bisnis kuliner dapat berkembang pesat meski dalam lingkungan persaingan yang sangat

ketat. Meski kelezatan kuliner dapat disesuaikan dengan dunia modern, namun setiap pelaku ekonomi wajib untuk selalu melakukan inovasi pada produknya, terutama untuk menjaga loyalitas. Salah satu cara menjaga loyalitas pelanggan yakni dengan memastikan kualitas produk yang konsisten dan memberi layanan yang memenuhi harapan pelanggan. Perusahaan Kuliner Dendeng Uda Sya Cabang Sukarame merupakan salah satu contoh perusahaan kuliner yang menawarkan produk khas berupa dendeng dengan cita rasa autentik serta kualitas tekstur daging yang sangat baik dan konsisten.

Namun, dengan banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen, upaya untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan serta mempertahankan pelanggan bisa jadi sulit. Pelanggan kini menilai produk tidak hanya berdasarkan rasa, tetapi juga pengalaman secara keseluruhan, termasuk layanan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kualitas produk dan layanan berkontribusi pada pembelian berulang oleh pelanggan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini menyelidiki pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap niat beli ulang pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metodologi studi kasus untuk memberikan gambaran rinci mengenai pengalaman pelanggan dan bagaimana kedua elemen tersebut dapat saling mendukung dalam membangun loyalitas pelanggan.

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk menganalisis atau mengetahui peran kualitas produk dan layanan dalam meningkatkan niat beli ulang pelanggan pada bisnis restoran Cabang Denden Udasha Scarame. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan praktis kepada pengelola jasa makanan dalam upayanya meningkatkan kualitas produk dan layanan guna mempertahankan dan memperluas basis pelanggannya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni menggunakan metode studi kasus dengan tujuan memberikan gambaran keseluruhan terkait pengalaman pelanggan serta persepsi terhadap kualitas produk dan layanan pada Perusahaan Memasak Denden Uda Sya Cabang Sukarame yang saya gunakan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan kami mengeksplorasi pandangan subjektif pelanggan, termasuk pengalaman langsung, persepsi, dan evaluasi pribadi mereka terhadap faktor produk dan layanan yang memengaruhi niat membeli kembali. Untuk memperoleh data yang sebenarnya, penelitian ini juga menggunakan metode wawancara dan observasi secara langsung. Metode ini membantu penulis untuk memahami persepsi unik pelanggan mengenai pengalaman mereka di Perusahaan Masakan Denden Udasha Cabang Scarame.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai pengalaman dan persepsi pelanggan tentang kualitas produk dan layanan di bisnis kuliner Dendeng Uda Sya Cabang Sukarame. Pendekatan ini dipilih karena dapat mengeksplorasi pandangan subjektif pelanggan, yang melibatkan pengalaman langsung, persepsi, dan penilaian individu mengenai faktor produk dan layanan yang memengaruhi minat beli ulang. Untuk mendapatkan data yang akurat penelitian ini dilakukan dengan proses wawancara dan observasi secara langsung, metode ini

membantu penulis untuk memahami persepsi pelanggan yang unik dalam pengalaman mereka Bersama bisnis kuliner Dendeng Uda Sya cabang Sukarame.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Temuan dari penelitian kualitatif menggambarkan temuan penelitian berdasarkan hasil wawancara dan observasi. Pelanggan mengungkapkan aspek berbeda terkait hal berbeda, seperti:

1. Tekstur Dendeng dan Rasa Asli
  - a) Banyak pelanggan yang mengatakan membeli produk Udasha Denden karena rasanya yang tetap sama. Selain tekstur, dendeng telah lama memberikan dampak signifikan terhadap pembelian kembali pelanggan.
  - b) Resep khusus dan penggunaan bahan baku berkualitas tinggi memberikan produk daging kering yang sulit ditemukan di tempat lain khususnya di daerah Sukarame.
2. Penggunaan bahan berkualitas tinggi
  - a) Pengamatan menunjukkan bahwa pengelola menggunakan daging dan bahan berkualitas tinggi.
  - b) Hal ini berdampak pada persepsi pelanggan terhadap kesegaran dan kebersihan produk yang menjadi pertimbangan penting saat membeli atau membeli kembali produk masakan Uda Sya.
3. Nilai tambah melalui kualitas produk
  - a) Beberapa pelanggan menyatakan merasa mendapat nilai tambah dari produk Denden Uda yang berkualitas baik dari segi rasa maupun kenikmatan.

Analisis data dari wawancara dan observasi menunjukkan bahwa aspek kualitas layanan juga memainkan peranan penting dalam membangun minat beli ulang pelanggan:

1. Pelayanan Ramah dan Profesional
  - a) Pelanggan melaporkan bahwa staf Denden Uda Sya menunjukkan keramahan, kesopanan, dan profesionalisme dalam bertransaksi.
  - b) Sambutan hangat dan pelayanan yang cepat membuat pelanggan merasa dihargai dan mendapat pengalaman positif.
2. Daya Tanggap Tinggi
  - a) Pelanggan menganggap staf sangat cepat tanggap dan tanggap terhadap permintaan dan pertanyaan mereka.
  - b) Hal ini menjamin pengalaman transaksi yang lancar dan menyenangkan serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis catering Anda.
3. Efektivitas Proses Pelayanan
  - a) Berdasarkan observasi, proses pelayanan Dendeng Uda Sya efektif dan efisien.
  - b) Kepuasan pelanggan meningkat karena produk dapat diterima dalam waktu singkat tanpa memerlukan prosedur yang rumit.

Analisis data menunjukkan bahwa kombinasi kualitas produk dan pelayanan yang unggul dapat menciptakan loyalitas pelanggan:

1. Membangun kepercayaan pelanggan
  - a) Kombinasi produk berkualitas tinggi dan layanan profesional menciptakan kepercayaan pelanggan yang kuat terhadap bisnis ini.

- b) Kepercayaan ini merupakan dasar penting bagi loyalitas pelanggan dan kesediaan mereka untuk melakukan pembelian berulang.

## 2. Pengalaman Positif yang Tak Terlupakan

- a) Pengalaman pelanggan yang positif dengan kombinasi produk dan layanan meninggalkan kesan yang tak terlupakan.
- b) Akibatnya pelanggan cenderung memilih Denden Udasha sebagai pilihan utama dibandingkan kompetitor lainnya.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilaksanakan, ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada pengelola kuliner, antara lain:

### 1. Menjaga konsistensi kualitas produk

- a) Terus menjamin penggunaan bahan baku berkualitas tinggi dan menjaga konsistensi rasa kering.
- b) Mengembangkan resep unik untuk menjaga produk tetap autentik dan menarik bagi pelanggan.

### 2. Meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan

- a) Melaksanakan pelatihan rutin bagi staf untuk meningkatkan keterampilan pelayanan pelanggan, meliputi aspek keramahan, komunikasi dan daya tanggap.
- b) Memperkenalkan sistem layanan yang lebih cepat dan efektif untuk meningkatkan efisiensi transaksi.

### 3. Membangun merek dan strategi periklanan

- a) Gabungkan aspek kualitas produk dan layanan dalam strategi merek Anda untuk menarik perhatian calon pelanggan.
- b) Menggunakan testimoni pelanggan setia dalam kampanye periklanan untuk menonjolkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan

Dalam penelitian ini pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus Dendeng Uda Sya Sukarame terbukti cocok untuk memahami persepsi subjektif pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan di toko Dendeng Uda Sya Sukarame. Peneliti memilih metode ini karena memungkinkan untuk menggali lebih dalam data pengalaman pelanggan, juga pada pemahaman tentang perasaan dan harapan pelanggan.

### Manfaat Metode Penelitian

#### a) Eksplorasi Mendalam

Pendekatan kualitatif memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi pandangan subjektif pelanggan secara lebih rinci. Penggunaan wawancara sebagai alat pengumpulan data memungkinkan untuk memahami berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan minat mereka untuk melakukan pembelian ulang.

#### b) Pengamatan langsung

Melakukan observasi langsung digunakan untuk memvalidasi data wawancara. Metode ini memungkinkan untuk menangkap informasi seperti interaksi pelanggan dengan produk atau karyawan, dan dengan demikian menciptakan gambaran pengalaman yang lebih komprehensif. Kelemahan dan Tantangan a) Subjektivitas data Karena data dikumpulkan dari wawancara dan observasi, maka hasilnya sangat

bergantung pada pemahaman peneliti. Subyektivitas ini dapat mempengaruhi analisis jika Teknik data tidak dilakukan dengan tepat.

b) Generalisasi yang Terbatas

Temuan penelitian ini khusus untuk Dendeng Uda Sya cabang Sukarame. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh mungkin tidak sepenuhnya dapat diterapkan pada industri atau perusahaan jasa makanan lain dengan karakteristik pelanggan berbeda.

c) Waktu dan Sumber Daya

Pendekatan kualitatif, terutama yang melibatkan wawancara dan observasi langsung, cenderung memerlukan waktu yang cukup banyak dan kemampuan peneliti dalam menjaga objektivitas.

Implikasi dan Rekomendasi pendekatan ini juga memberikan rekomendasi strategis berdasarkan data pengalaman pelanggan, seperti:

- Pentingnya menjaga konsistensi rasa dan kualitas produk untuk menjaga kepercayaan pelanggan.
- Perlunya pelatihan staf secara berkala untuk meningkatkan kualitas layanan.
- Strategi merek yang menyoroti pengalaman pelanggan yang positif.

## SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memberi petunjuk bahwa kualitas produk dan layanan Cabang Dendeng Uda Sya Sukarame mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman dan persepsi pelanggan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, kami menemukan bahwa pelanggan sangat menghargai tekstur dan rasa dendeng kami, pemilihan bahan berkualitas, dan layanan yang ramah dan profesional. Hubungan antara produk berkualitas tinggi dan pelayanan yang baik berperan penting dalam meningkatkan niat membeli. Lebih lanjut, hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan yang baik tidak hanya didasarkan pada produk yang ditawarkan, tetapi juga interaksi yang menyenangkan dengan karyawan. Oleh karena itu, membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan pengalaman yang berkesan adalah kunci untuk mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap pembelian produk berulang

Berdasarkan dari hasil dari penelitian, maka dapat dinyatakan beberapa saran antara lain:

1. Menjaga Konsisten Mutu Produk

Untuk memastikan dendeng Anda tetap diminati pelanggan, pastikan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan menjaga konsistensi rasa dendeng Anda. Pengembangan resep juga membantu menjaga daya tarik produk.

2. Meningkatkan kualitas layanan pelanggan memberikan pelatihan berkala kepada karyawannya untuk meningkatkan keterampilan layanan pelanggan seperti keramahan dan komunikasi. Ini meningkatkan pengalaman pelanggan.

3. Membangun merek dan strategi periklanan memadukan aspek kualitas produk dan layanan ke dalam strategi merek untuk menarik perhatian calon konsumen. Gunakan

testimoni pelanggan setia Anda untuk membuat kampanye iklan yang menonjolkan kualitas produk Anda.

4. Melakukan evaluasi secara berkala.

Melakukan evaluasi kualitas produk dan layanan secara berkala berdasarkan umpan balik pelanggan. Hal ini membantu mengidentifikasi apa yang perlu ditingkatkan dan memastikan kualitas produk tetap terjaga.

5. Mengembangkan program loyalitas pelanggan. dapat mengembangkan program loyalitas yang memberikan insentif kepada pelanggan tetap. Ini akan menghidupkan kembali minat berbelanja dan memperkuat hubungan Anda dengan pelanggan.

## REFERENSI

- Septiani, Yuni, Edo Arribe, and Risnal Diansyah. "MENGUNAKAN METODE SEVQUAL ( Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrahman Pekanbaru )." *Teknologi dan Open Source* 3, no. 1 (2020): 131–143.
- Sriyanto, Agus, and Desty Albaity Utami. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadane Di Jakarta." *Ekonomika dan Manajemen* 5, no. 2 (2016): 163–175.
- Atika, D., Zulkarnian, I. ., & Bin Ismail, M. A. K. (2024). Pengaruh Motivasi Berprestasi, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Tentang Minat Mahasiswa Berwirausaha Dengan Self Efficacy Sebagai Variabel Moderasi. *Al-A'mal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 19-25. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/view/53>
- Yusman, Nasution, R. H., Puspita, D., Fauzi, A. M. F., & Sari, D. R. (2024). SWOT Analysis Of Deposito Marketing Strategies At PT. Bank Muamalat Indonesia. *Al-A'mal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 41-48. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/view/202>