

Economics, Business and Management Science Journal

Available online: <https://journal.mahesacenter.org/index.php/ebmsj>

Received: July 16 2024; Reviewed: July 23 2024; Accepted: August 14 2024

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Domora Freshbakery

The Influence of Price, Product Quality and Service on Customer Satisfaction at the Domora Freshbakery Store

Nadya Eka Putri Ramadhani Nasution & Amrin Mulia Utama Nasution*

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Roti & Kue Domora Fresh Bakery & Cake di kecamatan Tanjung Morawa dan menganalisis cara meningkatkan kepuasan pelanggan di Toko Domora Freshbakery Tanjung Morawa. Data dikumpulkan melalui observasi dan kuesioner dari 685 pelanggan Domora Fresh Bakery & Cake. Sampel sebanyak 87 responden diambil dengan teknik non probability sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menganalisis data dengan SEM PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Domora Freshbakery, masing-masing dengan nilai signifikansi 0,003. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perlu dilakukan evaluasi harga, perbaikan kualitas produk, peningkatan pelayanan, dan penciptaan pengalaman belanja yang menyenangkan. Selain itu, evaluasi berkala melalui survei dan analisis data akan memastikan efektivitas perbaikan yang diterapkan, mendukung kepuasan pelanggan, dan kesuksesan bisnis.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This research aims to analyze the influence of price, product quality, and service quality on customer satisfaction at the Domora Fresh Bakery & Cake Bakery & Cake Shop in Tanjung Morawa sub-district and analyze how to increase customer satisfaction at the Domora Freshbakery Tanjung Morawa Shop. Data was collected through observation and questionnaires from 685 Domora Fresh Bakery & Cake customers. A sample of 87 respondents was taken using non-probability sampling techniques. This research uses a qualitative approach and analyzes data with SEM PLS 3.0. The results of this research show that the factors of price, product quality, and service quality significantly influence customer satisfaction at the Domora Freshbakery Store, each with a significance value of 0.003. To increase customer satisfaction, it is necessary to evaluate prices, improve product quality, improve service, and create a pleasant shopping experience. Additionally, regular evaluation through surveys and data analysis will ensure the effectiveness of implemented improvements, supporting customer satisfaction and business success.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

How to Cite: Nasution, N.E.P.R & Nasution, A.M.U. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Domora Freshbakery & Cake di Tanjung Kecamatan Morawa. *Economics, Business and Management Science Journal*, 4(2) 2024: 66-75,

*E-mail: amrinmulia@staff.uma.ac.id

ISSN 2775-3794 (Online)

PENDAHULUAN

Pada era bisnis yang semakin kompetitif saat ini, perusahaan dihadapkan pada tantangan besar dalam menjaga dan meningkatkan kinerja mereka agar tetap relevan dan bersaing di pasar global (Nurhaida, 2021). Persaingan yang ketat ini mendorong pelaku bisnis untuk tidak hanya memahami, tetapi juga memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan lebih baik. Untuk itu, perusahaan perlu merancang strategi pemasaran yang efektif guna menciptakan kepuasan pelanggan (Arnita et al., 2021; Harahap & Siregar, 2022). Kepuasan pelanggan sendiri merupakan indikator utama yang menunjukkan bagaimana pengalaman pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sejalan dengan ekspektasi mereka (Daulay & Kalsum, 2021; Laksana & Nasution, 2022; Sausan et al., 2021).

Industri bakery di Indonesia, khususnya di Kecamatan Tanjung Morawa, mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk bakery. Tren ini mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat yang kini semakin terbuka terhadap berbagai macam produk bakery (Wijoyo & Akbar, 2021). Toko-toko roti modern seperti Aroma Bakery & Cake Shop, Mawar Bakery & Cake Shop, Menara Bakery, Majestyk Bakery & Cake Shop, dan Domora Fresh Bakery & Cake Shop kini semakin mudah ditemukan. Roti, sebagai produk utama dari industri bakery, telah menjadi bagian penting dari pola makan masyarakat Indonesia, terutama sebagai sarapan, kudapan, dan makanan siap saji (Adhitya & Sari, 2019; Chang et al., 2020).

Roti, yang sebelumnya dikenal sebagai makanan penjajah, kini telah menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat, terutama di kalangan golongan menengah ke atas (Kurniaty, 2020). Awalnya, roti hanya dikonsumsi pada waktu sarapan, biasanya disajikan dengan telur dadar atau susu. Namun, dengan perkembangan zaman, roti kini banyak dikonsumsi sebagai kudapan atau makanan siap saji oleh masyarakat kota yang sibuk (Kusmanto et al., 2022). Perubahan pola konsumsi ini menunjukkan betapa pentingnya kualitas produk bakery dalam memenuhi ekspektasi konsumen (Ardiansyah & Rusfian, 2020; Deliana, 2020).

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli di mana hasil dari produk atau jasa yang diterima setidaknya memenuhi atau melampaui harapan pelanggan (Simarmata & Saragih, 2020). Ketidakpuasan timbul jika hasil yang diterima tidak memenuhi harapan (Mora et al., 2020). Proses pembentukan kepuasan konsumen dimulai dari perasaan emosional atau respon kognitif setelah konsumen melakukan konsumsi atau membuat pilihan. Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan (Sakti et al., 2023; Saragih et al., 2019).

Kualitas pelayanan, sebagai salah satu faktor penting, merupakan ukuran kemampuan suatu bisnis dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan dapat dinilai dari seberapa baik layanan tersebut sesuai dengan harapan pelanggan (Ardiansyah & Rusfian, 2020; Setiawan et al., 2022). Semakin tinggi kualitas pelayanan, semakin besar kemungkinan pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterima (Akbar et al., 2021; Pardede et al., 2022).

Domora Fresh Bakery & Cake Shop, yang terletak di Jl. Simpang Kayu Besar, Limau Manis, Tanjung Morawa, adalah salah satu contoh toko bakery yang sedang berkembang pesat. Didirikan pada 12 April 2017 oleh Bapak Peri Ramadansyah, yang sebelumnya adalah seorang karyawan roti biasa, toko ini telah menarik perhatian banyak pelanggan. Dengan dedikasi dan kerja keras, Bapak Peri Ramadansyah dan timnya telah berhasil menciptakan produk-produk bakery berkualitas yang disukai oleh masyarakat. Namun, meskipun telah mendapatkan perhatian positif, terdapat penurunan kepuasan pelanggan yang perlu diteliti lebih lanjut.

Dalam kajian ini, penurunan kepuasan pelanggan di Domora Fresh Bakery di Kecamatan Tanjung Morawa dapat disebabkan oleh beberapa isu, seperti harga yang terjangkau namun sering berubah, kualitas produk yang belum memenuhi ekspektasi, serta pelayanan yang kurang memadai. Permasalahan ini menyebabkan ketidaknyamanan bagi pelanggan dan berdampak negatif pada kepuasan mereka. Misalnya, perubahan harga yang tidak konsisten dapat menimbulkan ketidakpuasan jika pelanggan merasa tidak mendapatkan nilai yang sesuai dengan harga yang dibayar. Demikian pula, kualitas produk yang tidak memadai dapat menyebabkan pelanggan merasa kecewa jika produk yang diterima tidak sesuai dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan yang buruk, seperti kurangnya pengetahuan tentang produk oleh staf, juga dapat mengurangi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Domora Fresh Bakery & Cake Shop. Penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di masa depan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, Domora Fresh Bakery dapat melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, serta menetapkan strategi harga yang lebih efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengevaluasi hubungan antara harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Domora Fresh Bakery & Cake Shop, Tanjung Morawa, menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan cross-sectional. Penelitian ini dimulai pada Oktober 2023 dan melibatkan 685 konsumen sebagai populasi. Sampel sebanyak 87 responden dipilih secara acak menggunakan rumus Slovin.

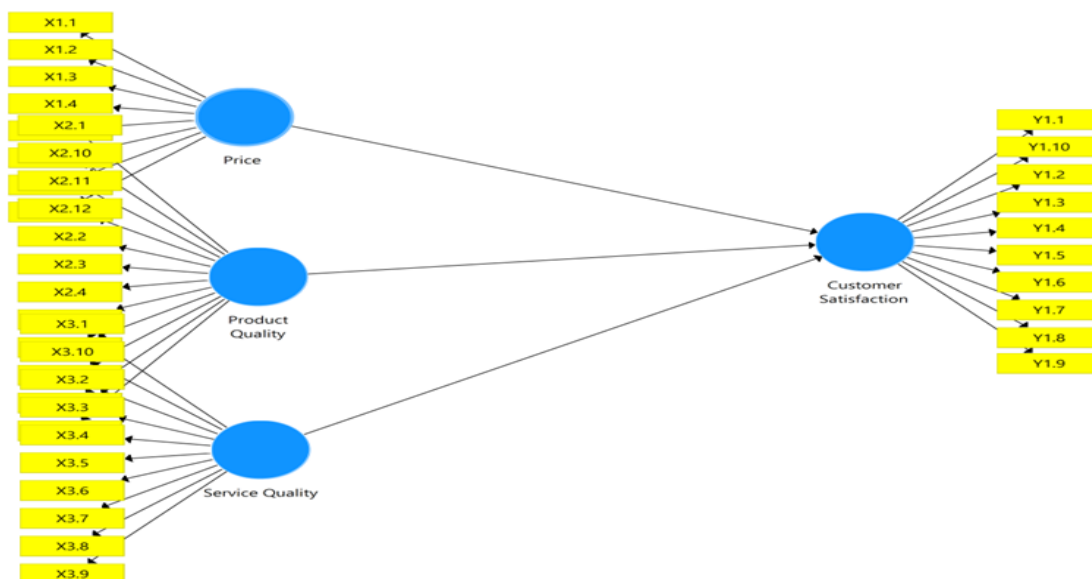
Kuesioner dikembangkan melalui beberapa tahap, termasuk studi literatur, konsultasi dengan ahli, dan uji coba awal. Validitas kuesioner diuji dengan validitas konten dan konstruk, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan metode Cronbach's Alpha. Kuesioner telah diuji coba dalam penelitian pilot untuk memastikan kejelasan dan konsistensi item. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan secara langsung dan online selama periode penelitian. Responden dipilih secara acak, dengan karakteristik sampel yang mencakup usia, jenis kelamin, dan frekuensi kunjungan untuk memastikan representativitas dari populasi konsumen.

Analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS 3. Metode ini memungkinkan pengujian hipotesis mengenai efek langsung dan tidak langsung dari variabel yang diteliti serta pemahaman tentang hubungan kausal antara variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Evaluasi Model pengukuran

Evaluasi model pengukuran atau outer model dijalankan untuk menganalisis reliabilitas dari item atau kuesioner masing-masing variabel serta validitas variabel serta validitas variabel laten. Analisis validas dan realibilitas dindikasikan dari 4 faktor, yaitu outer loading, composite reliability, Average Variance extracted (AVE) (Hair dkk ,2022).



Gambar :1
Hasil Uji Outer Loading

Tabel 1. Hasil Uji Outer Model

	Customer Satisfaction	Price	Product Quality	Service Quality
X1.1		0.911		
X1.2		0.933		
X1.3		0.902		
X1.4		0.881		
X1.5		0.910		
X1.6		0.908		
X1.7		0.910		
X1.8		0.878		
X2.1			0.910	
X2.10			0.930	
X2.11			0.918	
X2.12			0.917	
X2.2			0.939	
X2.3			0.896	
X2.4			0.896	
X2.5			0.890	
X2.6			0.903	
X2.7			0.851	
X2.8			0.913	
X2.9			0.908	
X3.1				0.889
X3.10				0.852
X3.2				0.923
X3.3				0.906
X3.4				0.925
X3.5				0.930
X3.6				0.885
X3.7				0.923
X3.8				0.900
X3.9				0.911
Y1.1	0.934			
Y1.10	0.863			
Y1.2	0.918			
Y1.3	0.928			
Y1.4	0.933			
Y1.5	0.874			
Y1.6	0.914			
Y1.7	0.902			
Y1.8	0.903			
Y1.9	0.879			

Sumber: Output PLS, 2024

Berdasarkan Tabel 1, diketahui masing-masing Indikator Variabel memiliki nilai Outer Loading >0,7, sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan dalam penelitian. Untuk mengecek kembali konsistensi internal reliabilitas dan validitas konvergen masing-masing variabel dapat dilakukan pengecekan nilai composite reliability dan AVE yang dapat dilihat pada table 2.

Tabel 2. Hasil Uji Composite Reliability

Variabel	Reliabilitas Komposit
Customer Satisfaction	0.978
Price	0.973
Product Quality	0.982
Service Quality	0.978

Sumber: Output PLS, 2024

Validitas outer model dilakukan dengan menggunakan convergent validity dan discriminant validity. Penilaian convergent validity dilakukan dengan melihat nilai average variance extracted (AVE) pada setiap konstruk. Hair et al. (2011) menyatakan bahwa nilai AVE pada setiap konstruk yang baik setidaknya adalah $> 0,5$. Hasil Algoritma SmartPLS pada nilai AVE dirangkum

Tabel 3. Hasil Uji AVE

Variabell	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Customer Satisfaction	0.820
Price	0.818
Product Quality	0.821
Service Quality	0.819

Sumber: Output PLS, 2024

Sedangkan untuk nila menunjukkan bahwa nilai AVE setiap konstruk pada model akhir sudah mencapai nilai $> 0,5$. Dengan demikian, model persamaan struktural yang diajukan sudah memenuhi kriteria convergent validity.

Tabel 4. Uji F Square

Variabel	Customer Satisfaction
Price	0.249
Product Quality	0.084
Service Quality	0.059

Sumber: Output PLS, 2024

Berdasarkan data dari tabel 4, dapat dilihat nilai R Square adalah sebagai berikut

1. Nilai F-Square untuk variabel price $0.249 > 0.15$ yang dimana variabel price mempengaruhi variabel Customer Satisfacion secara sedang sedangkan kan sisaanya di pengaruhi oleh variabel yang tidakdi teliti dalam penelitian ini.
2. Nilai F-Square untuk variabel Product Quality $0.084 < 0.015$ yang dimana variabel Product Quality pengaruhi variabel Customer Satisfacion secara rendah sedangkan kan sisaanya di pengaruhi oleh variabel yang tidak di teliti dalam penelitian ini.
3. Nilai F-Square untuk variabel Service Quality $0.059 < 0.015$ yang dimana variabel Service Quality pengaruhi variabel Customer Satisfacion secara rendah sedangkan kan sisaanya di pengaruhi oleh variabel yang tidakdi teliti dalam penelitian ini

Analisis Koefisien Jalur

Analisis koefisien jalur (Path coefficients) bertujuan untuk melihat tingkat signifikan antar variabel. Analisis koefisien jalur dilakukan melalui metode bootstrapping dengan langkah pertama dilihat berdasarkan efek langsungnya atau direct effect, dengan tingkatan signifikan penelitian yaitu 5% maka apabila nilai T-Statistik yang didapatkan diatas 1.96 maka disimpulkan hubungan antar variab el signifikan ataupun apabila nilai p-value yang diodapatkan dibawah 0.05 maka dapat disimpilkan hubungan antar variabel dapat dilihat pada analisis koefisien jalur model struktural padatabel berikut

Tabel 5. Hasil Uji Path Coefficients Direct Effects

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Price - > Customer Satisfaction	0.350	0.340	0.127	2.752	0.003
Product Quality -> Customer Satisfaction	0.344	0.352	0.123	2.800	0.003
Service Quality -> Customer Satisfaction	0.297	0.300	0.150	1.976	0.024

Sumber: Output PLS, 2024

Berdasarkan data dari tabel 5 , dapat dinilai sebagai berikut

1. Pengaruh price terhadap costomer Satisfaction

Berdasarkan Tabel 4.13 menjelaskan bahwa pengaruh antara Price terhadap Customer Satisfaction ($p = 0,003 < 0,05$) maka H_0 ditolak H_1 diterima, dan juga nilai koefisien sebesar 0,350 artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Price terhadap Customer Satisfaction.

2. Pengaruh Product Quality terhadap Customer Satisfaction

Berdasarkan Tabel 4.13 menjelaskan bahwa pengaruh Product Quality terhadap Customer Satisfaction ($p = 0,003 < 0,05$) maka H_0 ditolak H_1 diterima, dan juga nilai koefisien sebesar 0,344 artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Product Quality terhadap Customer Satisfaction

3. Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction

Berdasarkan Tabel 4.13 menjelaskan bahwa pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* ($p = 0,024 < 0,05$) maka H_0 ditolak H_1 diterima, dan juga nilai koefisien sebesar 0,297 artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*.

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Domora Freshbakery Tanjung Morawa

Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan merupakan indikator utama keberhasilan suatu perusahaan. Toko Domora Fresh Bakery & Cake Shop, sebagai salah satu penyedia produk roti dan kue, menghadapi tantangan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal harga, kualitas produk, dan pelayanan. Pembahasan berikut akan menguraikan pengaruh masing-masing faktor tersebut terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan data yang diperoleh serta studi literatur yang relevan.

Harga merupakan salah satu faktor yang paling mencolok dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil uji pengaruh langsung menunjukkan bahwa harga (price) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (customer satisfaction) dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,350 dan nilai signifikansi 0,003. Ini berarti bahwa semakin kompetitif harga yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan.

Namun, meskipun secara umum harga berpengaruh positif, terdapat pandangan berbeda dari beberapa responden. Mereka merasa bahwa harga produk di Domora Fresh Bakery & Cake Shop kurang kompetitif dibandingkan dengan toko roti dan kue lainnya. Hal ini menandakan adanya potensi kelemahan dalam strategi penetapan harga yang diterapkan oleh toko. Masalah ini bisa muncul dari berbagai faktor, seperti biaya produksi yang tinggi, margin keuntungan yang kurang optimal, atau mungkin strategi harga yang kurang sesuai dengan daya beli konsumen.

Untuk mengatasi permasalahan ini, manajemen Domora Fresh Bakery & Cake Shop perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap strategi penetapan harga yang berlaku saat ini. Evaluasi ini harus mencakup analisis biaya produksi, margin keuntungan, serta daya beli konsumen. Selain itu, penting untuk membandingkan harga yang ditawarkan dengan harga pesaing untuk memastikan bahwa produk yang dijual tetap kompetitif di pasar. Dalam hal ini, analisis pasar dan riset konsumen dapat memberikan wawasan berharga mengenai bagaimana harga produk dibandingkan dengan pesaing dan bagaimana hal ini mempengaruhi persepsi konsumen.

Selain evaluasi harga, komunikasi dan edukasi kepada konsumen juga merupakan langkah penting. Banyak pelanggan mungkin tidak sepenuhnya memahami nilai tambah dan keunggulan produk yang ditawarkan oleh Domora Fresh Bakery. Oleh karena itu, manajemen perlu memperjelas dan menyoroti nilai unik dari produk mereka, baik melalui materi pemasaran maupun interaksi langsung dengan pelanggan. Misalnya, informasi tentang bahan berkualitas tinggi, proses pembuatan yang cermat, atau keistimewaan produk dapat membantu konsumen memahami mengapa harga produk tertentu mungkin lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing.

Kualitas produk (product quality) juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji pengaruh langsung menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,344 dan nilai signifikansi 0,003.

Namun, terdapat masalah yang diidentifikasi dari beberapa responden yang merasakan bahwa produk yang dihasilkan oleh Domora Fresh Bakery & Cake Shop tidak sepenuhnya

memenuhi standar yang diharapkan. Responden merasa bahwa produk tersebut tidak memiliki kinerja yang optimal sesuai dengan ekspektasi mereka. Masalah ini mungkin disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya konsistensi dalam proses produksi, penggunaan bahan baku yang kurang berkualitas, atau bahkan persepsi subyektif konsumen yang mungkin dipengaruhi oleh faktor eksternal atau preferensi pribadi.

Untuk menangani isu ini, manajemen perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap proses produksi yang diterapkan di Domora Fresh Bakery & Cake Shop. Evaluasi ini harus mencakup aspek pengendalian kualitas, sanitasi, dan keamanan pangan. Proses produksi harus diperiksa untuk memastikan bahwa standar kualitas yang ditetapkan dipatuhi secara konsisten. Salah satu cara untuk meningkatkan konsistensi adalah dengan menerapkan prosedur pengendalian kualitas yang ketat dan rutin, serta melakukan pelatihan berkelanjutan untuk staf produksi.

Audit kualitas dan analisis penyebab akar masalah (root cause analysis) dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan memperbaiki masalah yang ada. Misalnya, jika ditemukan bahwa bahan baku yang digunakan tidak memenuhi standar, manajemen perlu mencari pemasok yang lebih baik atau meningkatkan kontrol kualitas bahan baku. Selain itu, perbaikan dalam proses produksi, seperti peningkatan teknik pemrosesan atau penggunaan teknologi terbaru, dapat membantu dalam menghasilkan produk yang lebih konsisten dan berkualitas tinggi.

Kualitas pelayanan (service quality) juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil uji pengaruh langsung menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,297 dan nilai signifikansi 0,024.

Namun, ada keluhan dari beberapa responden terkait kualitas pelayanan, terutama mengenai kecepatan respon terhadap pertanyaan atau keluhan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa tim pelayanan pelanggan di Domora Fresh Bakery & Cake Shop belum memenuhi ekspektasi dalam hal kecepatan dan efisiensi pelayanan. Masalah ini bisa disebabkan oleh kurangnya pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia dalam bidang pelayanan pelanggan, beban kerja yang berlebihan, atau bahkan faktor subjektif dari pelanggan.

Untuk mengatasi masalah ini, manajemen perlu mengevaluasi proses dan standar operasional pelayanan pelanggan yang ada. Evaluasi ini harus mencakup pelatihan karyawan, alokasi sumber daya manusia, dan sistem manajemen keluhan pelanggan. Pelatihan yang efektif dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan staf dalam menangani permintaan dan keluhan pelanggan. Selain itu, manajemen harus memastikan bahwa beban kerja tim pelayanan tidak terlalu berat, yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk memberikan pelayanan yang cepat dan efisien.

Audit layanan dan analisis penyebab akar masalah juga dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Misalnya, jika ditemukan bahwa ada kekurangan dalam pelatihan atau prosedur operasional, perbaikan harus dilakukan untuk memastikan bahwa standar layanan yang tinggi dapat dipertahankan. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif, seperti pemasaran konten dan promosi, dapat digunakan untuk memperkuat persepsi positif konsumen terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh Domora Fresh Bakery & Cake Shop.

Secara keseluruhan, harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Domora Fresh Bakery & Cake Shop. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, manajemen harus secara aktif mengevaluasi dan memperbaiki ketiga faktor ini. Melalui pendekatan yang komprehensif dan berbasis data, Domora Fresh Bakery & Cake Shop dapat memperbaiki kekurangan yang ada, memenuhi harapan pelanggan, dan akhirnya mencapai keberhasilan bisnis yang lebih besar.

Langkah-Langkah Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Toko Domora Freshbakery Tanjung Morawa

Kepuasan pelanggan adalah indikator kunci dari keberhasilan bisnis yang berkelanjutan, dan Toko Domora Freshbakery di Tanjung Morawa tidak terkecuali. Untuk memastikan pelanggan merasa puas dan terus kembali, toko perlu mengambil langkah-langkah strategis yang terencana dan terukur. Langkah-langkah ini melibatkan evaluasi harga, peningkatan kualitas produk,

perbaikan pelayanan pelanggan, pengoptimalan pengalaman belanja, dan evaluasi berkala untuk penyesuaian yang tepat.

Harga adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Untuk menjaga kepuasan pelanggan, Toko Domora Freshbakery perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap struktur harga produk mereka. Analisis harga yang bersaing di pasar lokal harus dilakukan untuk memastikan bahwa harga yang ditawarkan tetap kompetitif. Toko dapat melakukan survei pasar secara rutin untuk memantau harga pesaing dan menilai posisi mereka dalam pasar. Jika harga produk di Domora Freshbakery dirasa terlalu tinggi dibandingkan dengan toko lain, maka perlu dilakukan penyesuaian harga atau penawaran promosi untuk menjaga daya tarik produk.

Promosi musiman, diskon khusus, atau paket bundling adalah beberapa strategi yang dapat digunakan untuk menawarkan nilai lebih kepada pelanggan dan menarik perhatian mereka. Misalnya, menawarkan diskon pada pembelian kedua atau memberikan paket bundling produk dengan harga spesial bisa meningkatkan volume penjualan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penting untuk memiliki transparansi dalam penetapan harga dengan mengkomunikasikan kepada pelanggan alasan di balik harga tertentu. Hal ini dapat menciptakan rasa keadilan dan membangun kepercayaan di antara pelanggan.

Kualitas produk merupakan faktor sentral dalam menentukan kepuasan pelanggan di Toko Domora Freshbakery. Produk yang konsisten dan berkualitas tinggi menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan dan mengurangi risiko keluhan dari pelanggan. Untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga, Toko Domora Freshbakery harus memperkuat sistem kontrol kualitas yang ada. Salah satu langkah pertama adalah memperkenalkan prosedur kontrol kualitas yang ketat di setiap tahap produksi, dari pemilihan bahan baku hingga proses pembuatan dan pemeriksaan akhir produk.

Memberikan pelatihan berkelanjutan kepada staf produksi adalah kunci untuk mencapai standar kualitas yang diinginkan. Pelatihan ini harus mencakup teknik pembuatan yang benar, pemahaman tentang standar kualitas, serta cara menangani bahan baku dengan hati-hati. Selain itu, penerapan teknologi dalam proses produksi, seperti penggunaan alat pengukur kesegaran atau sistem pemantauan suhu, dapat membantu menjaga produk tetap dalam kondisi optimal. Penggunaan teknologi juga memungkinkan deteksi dini terhadap masalah kualitas, sehingga tindakan perbaikan dapat dilakukan sebelum produk mencapai pelanggan.

Pelayanan pelanggan yang berkualitas adalah faktor penting yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Di Toko Domora Freshbakery, pelayanan yang ramah, efisien, dan profesional dapat menciptakan pengalaman belanja yang positif. Untuk mencapai hal ini, toko perlu fokus pada pelatihan staf secara menyeluruh. Pelatihan harus mencakup keterampilan komunikasi yang efektif, penanganan keluhan, dan teknik pelayanan yang memadai. Staf yang dilatih dengan baik akan lebih mampu berinteraksi dengan pelanggan secara positif, menangani pertanyaan atau masalah dengan cepat, dan memberikan layanan yang memuaskan.

Optimasi proses pelayanan juga penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Misalnya, memperbarui sistem kasir untuk mempercepat transaksi dan mengurangi waktu tunggu pelanggan dapat membuat pengalaman belanja lebih nyaman. Selain itu, manajemen jadwal staf yang efektif selama jam sibuk dapat membantu menghindari antrian panjang dan memastikan bahwa pelanggan dilayani dengan cepat. Toko juga harus menyediakan saluran komunikasi yang mudah diakses bagi pelanggan untuk memberikan umpan balik, seperti kotak saran atau survei kepuasan. Menanggapi umpan balik pelanggan dengan cepat dan mengambil tindakan yang tepat dapat menunjukkan bahwa toko menghargai pendapat pelanggan dan berkomitmen untuk perbaikan.

Pengalaman belanja yang menyenangkan berkontribusi pada kepuasan pelanggan yang tinggi. Toko Domora Freshbakery harus memperhatikan berbagai aspek yang memengaruhi pengalaman pelanggan di toko. Desain interior toko adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi kenyamanan belanja. Tata letak yang bersih, terorganisir dengan baik, dan estetis dapat membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan betah saat berbelanja. Menyediakan area yang nyaman untuk melihat-lihat produk dan memastikan bahwa produk ditampilkan dengan baik akan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Informasi produk yang jelas dan mudah diakses juga penting untuk membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang informasional. Menyediakan label yang mencantumkan bahan-bahan, manfaat, dan informasi penyimpanan produk akan mempermudah pelanggan dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, program loyalitas dan reward dapat menjadi cara efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas. Program ini bisa berupa poin reward yang dapat ditukar dengan produk atau diskon khusus untuk pelanggan setia. Program semacam ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga mendorong mereka untuk kembali berbelanja di toko.

Evaluasi dan penyesuaian berkala adalah langkah penting untuk memastikan bahwa semua langkah perbaikan yang diterapkan efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Toko Domora Freshbakery perlu melakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin untuk mengumpulkan data tentang pengalaman pelanggan dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Survei ini dapat dilakukan melalui formulir online, kotak saran di toko, atau wawancara langsung dengan pelanggan.

Analisis data penjualan dan umpan balik pelanggan juga dapat memberikan wawasan tentang tren kepuasan dan pola yang perlu ditangani. Misalnya, jika data menunjukkan bahwa pelanggan sering mengeluhkan waktu tunggu yang lama, maka toko perlu mengidentifikasi penyebabnya dan mencari solusi yang tepat. Rapat evaluasi internal dengan tim toko dapat membantu mendiskusikan hasil survei, umpan balik, dan kinerja toko secara keseluruhan. Diskusi ini harus mencakup penentuan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan dan merencanakan implementasi solusi yang efektif.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Toko Domora Freshbakery dapat secara efektif meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan memastikan keberlanjutan serta kesuksesan bisnis dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan yang tinggi tidak hanya berkontribusi pada reputasi yang baik tetapi juga menarik lebih banyak pelanggan ke toko, sehingga memperkuat posisi Toko Domora Freshbakery di pasar. Langkah-langkah strategis yang diambil untuk memperbaiki aspek harga, kualitas produk, pelayanan pelanggan, pengalaman belanja, dan evaluasi berkala akan memberikan dampak positif yang signifikan pada kepuasan pelanggan dan kesuksesan bisnis.

SIMPULAN

Faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Toko Domora Freshbakery. Data menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Begitu juga, kualitas produk berkontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi yang sama, yaitu 0,003. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sebagaimana dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,003.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Toko Domora Freshbakery Tanjung Morawa, beberapa langkah strategis perlu diambil. Pertama, evaluasi harga produk untuk memastikan kompetitif di pasar, serta penerapan promosi menarik seperti diskon atau bundling. Kedua, perbaiki kualitas produk dengan memperkuat kontrol kualitas, pelatihan staf, dan penggunaan teknologi. Ketiga, tingkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf dan optimasi proses pelayanan, seperti sistem kasir dan manajemen jadwal. Keempat, ciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dengan tata letak toko yang nyaman dan informasi produk yang jelas. Terakhir, lakukan evaluasi berkala dengan survei kepuasan pelanggan dan analisis data untuk memastikan perbaikan yang diterapkan efektif. Langkah-langkah ini akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan mendukung kesuksesan jangka panjang bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Adhitya, W. R., & Sari, E. P. (2019). Graber: Studi Peluang Bisnis Alternatif Bagi Mahasiswa Di Kota Medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2(2), 254–270. <https://doi.org/10.34007/jehss.v2i2.91>

- Akbar, M. F., Wijoyo, H., & Wibowo, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Alfamart Pada Toko Alfamart Cabang Cikokol. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 29–39. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.9>
- Ardiansyah, A., & Rusfian, E. Z. (2020). Eksplorasi Aspek – aspek Penghambat Penerimaan User Telemedicine pada Daerah Tertinggal di Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 671–681. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.393>
- Arnita, V., Aulia, A., Muttaqin, E. E., & Suryani, S. (2021). Analisis Pertumbuhan Laba Dalam Rasio Keuangan Pada Pt Semen Indonesia Tbk. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.1>
- Chang, K., Gunawan, M. T., Grashiella, E., Jaya, H., William, K., & Marpaung, W. (2020). Dukungan Sosial pada Survivor Kanker di Medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 386–393. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.318>
- Daulay, A., & Kalsum, E. U. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Guru Swasta di Medan. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(2), 106–111.
- Deliana, M. (2020). Budaya Organisasi Salah Satu Faktor Penentu Kinerja Karyawan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 518–523. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.355>
- Harahap, M. S., & Siregar, D. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Price Discount terhadap Impulsive Buying pada Butik Fylo Closet di Kota Pematangsiantar. *Economics, Business and Management Science Journal*, 2(2), 95–107. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v2i2.292>
- Kurniaty, E. Y. (2020). Kebijakan Pemerintah Provinsi Sumatera Utara Untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Masyarakat Ekonomi Asean. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(1), 227–234. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i1.280>
- Kusmanto, H., Warjio, W., & Kurniaty, E. Y. (2022). Evaluasi Strategi E-Commerce sebagai Upaya Penguatan Ekonomi pada Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia. *Perspektif*, 11(2), 443–450. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.5812>
- Laksana, R. D., & Nasution, A. M. U. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dimsum Pada CV . Royal Insan Mandiri di Medan The Effect of Service Quaity and Promotion on Dimsum Purchasing Decisions at CV . Royal Insan Mandiri in Medan. *Economics, Business and Management Science Journal*, 2(1), 9–15.
- Mora, Z., Fandayani, I., & Suharyanto, A. (2020). Pengaruh Komitmen Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Mopoli Raya di Kecamatan Seruway. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 487–492. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.348>
- Nurhaida, N. (2021). Analisis Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Dari Faktor Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Keluarga. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 58–67. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.15>
- Pardede, B. J., Sari, W. P., Yusnaini, Y., & LKS, I. (2022). Pengaruh Anggaran Biaya Produksi Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada PT. Perkebunan Nusantara II (Persero) Kebun Melati Perbaungan. *Economics, Business and Management Science Journal*, 2(2), 57–64. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v2i2.226>
- Sakti, M., Isnaini, I., & Warjio, W. (2023). Analisis Kinerja Pegawai pada Sekretariat DPRD Provinsi Sumatera Utara. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(4), 2745–2754. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i4.1694>
- Saragih, E. E., Mustamam, & Mukidi. (2019). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. Vol 2, No.(1).
- Sausan, N. S., Nasution, A. M. U., & Sabrina, H. (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Karyawan terhadap Kinerja Karyawan Foods Manufacture. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 6–13. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.3>
- Setiawan, P., Badaruddin, B., & Amin, M. (2022). Analisis Penggunaan Dana Desa Berdasarkan Permendesa PDTT Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019. *Perspektif*, 11(2), 718–734. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.6175>
- Simarmata, H. M. P., & Saragih, R. S. (2020). Destination Image as a Strategy to Increase the Number of Tourists for Lake Toba “Monaco of Asia” in Samosir Regency. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 533–537.
- Wijoyo, H., & Akbar, I. R. (2021). Strategi Usaha Menengah Kecil Dan Mikro Bertahan Di Era Pandemi-19. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 40–46. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.11>