



Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk pada Iceberg Pizza and Gelato

Sri Ningsih Sagala

¹Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
Email: ningsihsagalasri@gmail.com

Abstrak

Persaingan yang semakin ketat dalam industri makanan dan minuman menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk demi memenuhi harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan dan kualitas produk pada Iceberg Pizza and Gelato. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pendekatan non-statistik. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner dengan skala Likert, dan dokumentasi. Data dianalisis berdasarkan skor, nilai rata-rata, dan persentase pencapaian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada pada kategori **puas** (76,82%), kualitas produk berada pada kategori **puas** (71,79%), dan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan berada pada kategori **puas** (73,53%). Aspek yang memerlukan perhatian lebih untuk perbaikan adalah indikator *tangibles* (bukti fisik) pada kualitas pelayanan serta penyajian produk pada kualitas produk. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi manajemen dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Skala Likert.

Abstract

*Increasing competition in the food and beverage industry requires businesses to enhance service quality and product quality to meet customer expectations. This study aims to analyze the level of customer satisfaction based on service quality and product quality at Iceberg Pizza and Gelato. The research method applied is descriptive quantitative with a non-statistical approach. The sample consisted of 100 respondents selected through accidental sampling. Data were collected via observation, Likert scale questionnaires, and documentation. Data were analyzed based on scores, mean values, and percentage achievements. The results showed that service quality was in the **satisfied** category (76.82%), product quality was in the **satisfied** category (71.79%), and overall customer satisfaction was in the **satisfied** category (73.53%). Aspects requiring further attention for improvement include the *tangibles* indicator in service quality and product presentation in product quality. These findings are expected to serve as an evaluation tool for management to maintain and improve customer satisfaction and loyalty.*

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Product Quality, Likert Scale.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat, khususnya di DKI Jakarta yang didominasi oleh usaha kategori restoran sebanyak 202.983 unit usaha (Badan Pusat Statistik DKI Jakarta, 2024). Kondisi kompetisi yang ketat

ini menuntut setiap penyedia jasa kuliner untuk mampu memberikan nilai tambah melalui produk dan pelayanan yang berkualitas tinggi. Kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial yang memengaruhi keputusan pembelian ulang, loyalitas, serta penyebaran rekomendasi positif *word-of-mouth*.

Kualitas pelayanan mencakup tingkat keunggulan yang diberikan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan, baik dari keramahan staf, kecepatan pelayanan, hingga kenyamanan fasilitas tempat (Tjiptono, 2021). Di sisi lain, kualitas produk mencakup keunggulan yang dinilai dari rasa, tampilan, porsi, kebersihan, dan konsistensi mutu produk (Kotler & Keller, 2020).

Iceberg Pizza and Gelato merupakan restoran F&B di bawah naungan PT Sena Inti Boga yang berlokasi di Jakarta Pusat. Berdasarkan hasil observasi awal dan penelusuran ulasan pelanggan pada Google Review, ditemukan beberapa keluhan konsumen terkait kondisi fasilitas fisik restoran, waktu tunggu penyajian yang relatif lama, penyajian visual produk yang kurang menarik, serta porsi makanan yang dianggap kurang seimbang dengan harga.

Meskipun kajian mengenai kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan, belum ada penelitian yang secara spesifik menganalisis kepuasan pelanggan di Iceberg Pizza and Gelato menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif non-statistik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan mendeskripsikan secara objektif tingkat kualitas pelayanan, kualitas produk, serta kepuasan pelanggan berdasarkan penilaian langsung responden.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif non-statistik (Cahyaningrum, 2024). Analisis difokuskan pada pengolahan data numerik melalui skor aktual, nilai rata-rata (*mean*), dan persentase pencapaian tanpa menggunakan uji statistik inferensial atau pengujian hipotesis.

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Iceberg Pizza and Gelato. Berdasarkan rata-rata kunjungan harian sebanyak 50 pelanggan selama periode pengamatan 30 hari, populasi dihitung sebesar 1.500 pelanggan. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{1500}{1 + 1500(0,10)^2} = 93,75$$

Untuk efisiensi dan representativitas data, jumlah sampel dibulatkan menjadi **100 responden**. Teknik penentuan sampel menggunakan *accidental sampling*, yaitu pelanggan yang kebetulan bertemu peneliti di lokasi dan memenuhi kriteria (berusia minimum 17 tahun dan telah melakukan transaksi).

Teknik pengumpulan data meliputi observasi lapangan, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner berskala Likert 5 tingkat: *Sangat Tidak Setuju (1)*, *Tidak Setuju (2)*, *Netral (3)*, *Setuju (4)*, dan *Sangat Setuju (5)* (Sugiyono, 2022).

Persentase skor dihitung dengan rumus:

$$\text{Persentase Skor (\%)} = \left(\frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \right) \times 100\%$$

Kriteria interpretasi persentase skor mengacu pada interval standar Sugiyono (2022):

- **20,00% – 36,00%:** Sangat Tidak Puas / Sangat Tidak Baik
- **36,01% – 52,00%:** Tidak Puas / Tidak Baik
- **52,01% – 68,00%:** Cukup Puas / Cukup Baik
- **68,01% – 84,00%:** Puas / Baik
- **84,01% – 100%:** Sangat Puas / Sangat Baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Profil Responden

Dari 100 responden, mayoritas berjenis kelamin perempuan (65%), didominasi rentang usia 20–25 tahun (55%), berlatar belakang pekerjaan sebagai pegawai swasta (49%), dan memiliki frekuensi kunjungan 2–3 kali (45%).

2. Analisis Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan diukur melalui 5 dimensi Servqual yang terdiri atas 15 indikator pernyataan.

Tabel 1. Rekapitulasi Penilaian Dimensi Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi Kualitas Pelayanan	Total Skor	Rata-Rata Skor	Persentase (%)	Kategori
1	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1.013	337,60	67,53%	Cukup Baik
2	<i>Reliability</i> (Keandalan)	1.158	386,00	77,20%	Baik
3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	1.151	383,60	76,73%	Baik
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)	1.210	403,33	80,66%	Baik
5	<i>Empathy</i> (Empati)	1.023	340,93	68,19%	Baik
Rata-rata Keseluruhan		1.152,6	5384,17	76,82%	Puas

Memperoleh skor tertinggi (82,07%) karena keramahan dan perhatian staf dinilai sangat memadai. Dimensi *Tangibles* berada pada skor terendah (67,53% - Cukup Baik), dipengaruhi oleh penilaian netral dan kurang setuju terkait kerapian fasilitas fisik serta kondisi peralatan pendukung saat jam ramai.

3. Analisis Kualitas Produk

Kualitas produk diukur melalui 5 dimensi yang mencakup 15 indikator pernyataan.

Tabel 2. Rekapitulasi Penilaian Dimensi Kualitas Produk

No	Dimensi Kualitas Produk	Total Skor	Rata-Rata Skor	Persentase (%)	Kategori
1	Rasa	1.125	375,00	75,00%	Baik
2	Penyajian	983	327,66	65,53%	Cukup Baik
3	Kebersihan	1.106	368,66	73,73%	Baik
4	Porsi Produk	1.049	349,67	69,93%	Baik
5	Konsistensi	1.122	374,00	74,80%	Baik
Rata-rata Keseluruhan		1.077	358,99	71,79%	Puas

Berdasarkan Tabel 2, kualitas produk memperoleh persentase keseluruhan **71,79%** (kategori Puas). Cita rasa gelato dan pizza menjadi keunggulan utama dengan skor 75,00%. Namun, dimensi Penyajian mendapat skor terendah (65,53% - Cukup Baik) akibat kerapian estetika produk yang dirasa pelanggan belum memenuhi ekspektasi visual.

4. Analisis Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan dievaluasi melalui 3 indikator utama yang dijabarkan ke dalam 9 butir pernyataan.

Tabel 3. Rekapitulasi Indikator Kepuasan Pelanggan

No	Indikator Kepuasan	Total Skor	Rata-Rata Skor	Persentase (%)	Kategori
1	Kesesuaian Harapan	1.107	369,00	73,80%	Baik
2	Minat Berkunjung Kembali	1.154	384,67	77,60%	Baik
3	Rekomendasi	1.038	346,00	69,20%	Baik
Rata-rata Keseluruhan		1.099,6	366,55	73,53%	Puas

Hasil analisis pada Tabel 3 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berada pada kategori Puas dengan rata-rata 73,53%. Minat berkunjung kembali mencatat nilai tertinggi (77,60%), mengindikasikan bahwa konsumen memiliki niat melakukan pembelian ulang yang kuat. Indikator Rekomendasi berada pada skor 69,20%, menunjukkan keraguan sebagian responden dalam merekomendasikan tempat secara proaktif kepada pihak lain.

Pembahasan dan Implikasi Praktis

Hasil penelitian mengonfirmasi teori Parasuraman et al. (2020) dan Kotler & Keller (2020) bahwa mutu layanan dan keunggulan produk berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan.

Secara praktis, temuan ini memberikan arahan strategis bagi manajemen Iceberg Pizza and Gelato:

1. **Perbaikan Fasilitas Fisik (*Tangibles*):** Diperlukan pemeliharaan rutin pada area *dining*, sistem pencahayaan, serta kerapian meja saji guna meningkatkan skor kenyamanan fisik.
2. **Standarisasi Visual Penyajian (*Food Presentation*):** Manajemen perlu menerapkan SOP tata saji makanan/minuman yang lebih estetik dan konsisten untuk meningkatkan daya tarik produk.
3. **Efisiensi Waktu Layanan:** Meminimalkan waktu tunggu pemesanan pada jam sibuk (*peak hours*) melalui pembagian alur kerja dapur dan *service staff* yang lebih responsif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif kuantitatif, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. **Kualitas Pelayanan** di Iceberg Pizza and Gelato berada dalam kategori **puas** (76,82%), dengan dimensi empati sebagai keunggulan utama dan bukti fisik (*tangibles*) sebagai aspek yang memerlukan pembenahan.
2. **Kualitas Produk** berada dalam kategori **puas** (71,79%), di mana kelezatan rasa menjadi indikator tertinggi dan nilai keindahan penyajian produk menjadi indikator terendah.
3. **Tingkat Kepuasan Pelanggan** secara keseluruhan berada pada kategori **puas** (73,53%), ditandai tingginya minat berkunjung kembali dari konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Ahmad Jailani, H., Prayuningsih, H., & Fauzi, N. (2023). Skala Likert dan Kategori Penilaian dalam Penelitian Kuantitatif.
- Badan Pusat Statistik DKI Jakarta. (2024). *Statistik Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Indonesia Tahun 2024*. <https://jakarta.bps.go.id/id>
- Cahyaningrum. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Skala Likert. *Jurnal Manajemen*.
- Damayanti, R. N., & Nainggolan, B. M. (2024). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga di Lestari Coffee. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 4224–4231. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4231>
- Dumarya, & Ramagelar, W. W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(8), 461–472. <https://doi.org/10.62335/dm8jbf14>
- Halimah, O. S., & Maulia, F. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *KarismaPro Jurnal Manajemen*, 15(1), 1–11. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v15i1.1331>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (18th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Maha, R. (2021). Kepuasan Pelanggan berdasarkan Pelayanan dan Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Manggala, H., Adirinekso, G. P., & Si, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Shaburi Kelapa Gading). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53.
- Parasuraman, A., Zeithaml, & Berry. (2020). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectation*. The Free Press.
- Putri. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Sahir, S. (2022). *Metode Penelitian*. KBM Indonesia.

Sugiono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2021). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Penerbit Andi.

Yonatan, W., & Rosalina, S. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(8), 461–472. <https://doi.org/10.62335/dm8jbf14>

Zehra, N. F., Sabilla, T. P., Sanjaya, R., & Fadila, B. (2026). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada PT Dewi Wisata Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia: Pendekatan Kualitatif Berbasis SERVQUAL. *Kreatif Republik Indonesia*.