



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN ONEZO CENTRE POINT MEDAN

Ferawaty Ferawaty¹, Weny Weny² Ngadjudin Nugroho³, Supriyanto Supriyanto⁴, Fahmi Sulaiman⁵

¹Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan

^{2*}Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan

³Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan

⁴Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Medan, Medan

⁵Program Studi Manajemen Perusahaan, STIM Sukma, Medan

e-mail: 1feratann09@gmail.com, 2estindo@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan konsumen adalah apa yang dirasakan oleh konsumen dengan membandingkan apa yang diperoleh dengan yang diharapkan oleh konsumen. Dan kepuasan konsumen merupakan salah satu aspek penting bagi perusahaan untuk terus bertahan dalam persaingan pasar. Dimana kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh pelayanan, kualitas, dan kondisi fisik toko. Onezo merupakan salah satu toko yang menjual minuman kekinian yaitu minuman boba. Perumusan masalah dalam penelitian ini, “bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, cita rasa dan kualitas produk, dan kondisi toko” dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, cita rasa, dan kualitas produk, dan kondisi toko Onezo Centre Point Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan jumlah responden 6 orang konsumen Onezo Centre Point Medan yang diwawancarai secara langsung oleh peneliti. Hasil yang diperoleh adalah sistem pelayanan Onezo Centre Point Medan dinilai sangat baik, untuk cita rasa dan kualitas produk yang disajikan dinilai cukup baik, dan kondisi toko juga dinilai cukup baik oleh konsumen Onezo Centre Point Medan.

Kata kunci : kepuasan konsumen, minuman boba.

ABTRACT

Consumer satisfaction is what is felt by consumers by comparing what is obtained with what is expected by consumers. And customer satisfaction is one of the important aspects for companies to continue to survive in market competition. Where customer satisfaction can be influenced by service, quality, and physical condition of the store. Onezo is one of the shops that sells a contemporary drink, namely boba. The formulation of the problem in this study, is "how is the level of consumer satisfaction with service quality, taste and product quality, and store conditions" with the aim of knowing the level of consumer satisfaction with service quality, taste, and product quality, and the condition of the Onezo Center Point Medan store. . The research method used is qualitative, with the number of respondents being 6 consumers of Onezo Center Point Medan who were interviewed directly by the researcher. The results obtained are that the Onezo Center Point Medan service system is considered very good, for the taste and quality of the products served it is considered quite good, and the condition of the store is also considered quite good by Onezo Center Point Medan consumers.

Keywords : consumersatisfaction, bobadrink



I. PENDAHULUAN

Masyarakat-masyarakat Indonesia kini sangat gemar dengan minuman manis yang disebut dengan *Bubbletea* (minuman boba). Minuman boba awal mulanya berasal dari negara Taiwan, lebih tepatnya pada kota Taichung pada tahun 1980. Ciri khas dari minuman boba ini adalah terdapat “mutiara” hitam yang kenyal yang diletakkan pada bagian bawah minuman.

Seiring dengan meningkatnya popularitas boba, usaha boba dinilai cukup menjanjikan oleh para pembisnis sehingga kini banyak kita jumpai toko minuman yang berdiri khusus untuk menjual minuman satu ini. Di Indonesia sendiri minuman boba sangat mudah dijumpai di dalam mall. Ada beberapa toko boba yang cukup populer dan tidak asing di telinga masyarakat Indonesia antara lain : Onezo, XingFu Tang, Chatime, Kokumi, StreetBoba, Gulu-Gulu, Koi, dan masih banyak brand lainnya lagi.

Diantara banyaknya brand-brand yang menjual minuman boba tersebut, tentu mereka semua memiliki ciri khas masing-masing dari segi rasa, kualitas, harga dan pelayanan. Dankepuasaan pelanggan merupakan salah satu hal yang krusial untuk diperhatikan.

Penelitian Terdahulu.

Adapun penelitian pendukung yang dilakukan oleh kepuasan konsumen”. Menurut penelitian dari (Wayan Giana Kusumawathi & Putra Darmawan Ga Oka Suryawardani, 2019) menyatakan bahwa “*storeatmosphere*, kualitas layanan, kualitas produk memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Menurut dari penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, 2021) menyatakan bahwa “ harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen”. Dari penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviani1 et al., 2021) dinyatakan bahwa harga, citra merek, dan kualitas produk memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen”. Sedangkan dari penelitian yang dilakukan oleh (Haryono & Octavia, 2014) ditemukan bahwa “mutu pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepausan konsumen”.

Kepuasan Konsumen.

Menurut Zeithaml & Bitner (2008:110) yang terdapat pada (Saidani & Arifin, 2012) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa. Dalam (Rizki et al., 2018) tertulis bahwa menurut Oliver (dalam Barnes, 2003: 64) “kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan”. Menurut Kotler dan Keller (2007:177) yang terdapat dalam (Aliyyah & Sunarti, 2017) mengatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Menurut Tjiptono (2010:150) yang tertulis dalam (Kasinem, 2020) tertulis bahwa : “Kepuasan atau Ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian / diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang di rasakan setelah pemakaiannya”

Dari penjelasan-penjelasan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah apa yang dirasakan oleh pelanggan, berdasarkan pada apa yang didapatkan oleh konsumen tersebut dengan membandingkan pada hasil dan harapan konsumen.

Menurut Irawan (2004) dalam Irawati dan Syahrial (2015) yang ditulis



pada (Kurniati et al., 2016) memiliki pendapat bahwa ada lima faktor yang mendorong kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, harga, *servicequality*, *emotionalfactor*, biaya dan kemudahan

Metode Pengukur Kepuasan Konsumen.

Menurut kotler ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah :

1. Sistem keluhan dan saran.
Organisasi yang berpusat pelanggan(*customercentered*) memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk berinteraksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.
2. *Ghostshopping*.
Merupakan salah satu cara untuk mendapatkan gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli, kemudian melaporkan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka membeli produk tersebut.
3. *Lostcustomeranalysis*.
Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exitinterviews* saja yang perlu, tetapi pemantau *customerlossrate* juga penting untuk dilakukan.
4. Survei kepuasan pelanggan.
Penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan melalui survei, baik melalui pos, telepon, ataupun wawancara langsung.

Manfaat Kepuasan Konsumen.

Menurut Tjiptono (2012:310) dalam (Tessa utami sutrisno,2015) yang tertulis pada (Oktaviani et al., 2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memberi manfaat spesifik, diantaranya:

1. Memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan
2. Memiliki potensi untuk menjadi sumber pendapatan di masa depan
3. Menekan biaya transaksi pelanggan masa depan, terutama biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan
4. Meningkatkan toleransi harga utamanya kesediaan pelanggan membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok .
5. Mampu menumbuhkan rekomendasi yang menular secara positif.
6. Meningkatkan *bargainingpowerrelative* perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

Dari survei singkat yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan adanya hal yang menyebabkan konsumen kurang merasa puas terhadap Onezo Centre Point Medan.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Onezo Centre Point Medan”.

Rumusan Masalah.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan sistem pelayanan?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas dan rasa produk?
3. Bagaimana tingkat kepuasan berdasarkan kondisi toko?

Tujuan Penelitian.

Penelitian ini dibuat dengan tujuan sebagai berikut :



1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan pada sistem yang diberikan oleh Onezo.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan pada kualitas dan rasa pada produk yang disajikan oleh Onezo.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan pada kondisi toko Onezo.

II. METODOLOGI PENELITIAN.

Waktu dan Tempat Penelitian.

Waktu dan tempat penelitian waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai mei 2022. Penelitian dilakukan di Onezo Centre Point Medan.

Ruang Lingkup Penelitian.

Penelitian ini berfokus pada variablekepuasan konsumen. Dimana kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang dirasakan oleh pelanggan, dimana perasaan tersebut bisa saja senang, sedih, atau kecewa tergantung pada kualitas atas produk dan pelayanan yang telah didapatkan oleh konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara yang dilakukan secara langsung dengan 6 responden yang merupakan konsumen Onezo Centre Point Medan. Wawancara yang diberikan berisi 10 butir pertanyaan yang dapat menjadi indikator kepuasan konsumen.

Berikut adalah data-data yang diperoleh melalui wawancara dengan konsumen Onezo Centre Point Medan dan telah melalui tahap reduksi :

Tabel 2.1 Penyajian Data Jawaban

Pertanyaan Nomor Satu.

Bagaimana tingkat kecepatan pelayanan Onezo Centre Point medan?

No.	Informan	Jawaban
1	Informan A	Sangat cepat dan

		teratur.
2	Informan B	Lumayan cepat, tergantung pada antrian
3	Informan C	Luamayan cepat
4	Informan D	Cukup cepat
5	Informan E	Sangat cepat
6	Informan F	Cukup cepat

Sumber: Data Diolah, 2022

Tabel 2.2 Penyajian Data Jawaban

Pertanyaan Nomor Dua.

Bagaimana kemampuan berkomunikasi karyawan Onezo Centre Point Medan dengan konsumen?

No.	Informan	Jawaban
1	Informan A	Sangat bagus
2	Informan B	Cukup baik
3	Informan C	Sangat baik
4	Informan D	Cukup bagus
5	Informan E	Sangat bagus
6	Informan F	Sangat bagus

Sumber: Data Diolah, 2022

Tabel 2.3 Penyajian Data Jawaban

Pertanyaan Nomor Tiga.

Bagaimana kesopanan karyawan Onezo Centre Point Medan?

No.	Infroman	Jawaban
1	Infroman A	Sangat baik
2	Informan B	Sangat baik
3	Informan C	Sangat baik
4	Informan D	Sangat baik
5	Informan E	Sangat baik
6	Infroman F	Sangat baik

Sumber: Data Diolah, 2022

Tabel 2.4 Penyajian Data Jawaban

Pertanyaan Nomor Empat.

Bagaimana sikap bersahabat yang ditunjukkan oleh karyawan Onezo Centre Point Medan terhadap konsumen?

No.	Informan	Jawaban
1	Informan A	Sangat bersahabat dan ramah



2	Informan B	Cukup bersahabat
3	Informan C	Sangat bersahabat
4	Informan D	Sangat bersahabat
5	Informan E	Sangat bersahabat
6	Informan F	Cukup bersahabat

Sumber: Data Diolah, 2022

**Tabel 2.5 Penyajian Data Jawaban
Pertanyaan Nomor Lima.**

Bagaimana keterampilan karyawan Onezo Centre Point Medan dalam membantu dan melayani konsumen?

No.	Informan	Jawaban
1	Informan A	Sangat baik, serta mampu membantudan melayani konsumen
2	Informan B	Cukup baik dalam membantu dan melayani konsumen
3	Informan C	Cukup baik
4	Informan D	Sangat baik
5	Informan E	Cukup baik
6	Informan F	baik

Sumber: Data Diolah, 2022

**Tabel 2.6 Penyajian Data Jawaban
Pertanyaan Nomor Enam.**

Bagaimana cita rasa minuman dari Onezo Centre Point Medan?

No.	Informan	Jawaban
1	Informan A	Enak, <i>creamy</i> , bobanya kenyal
2	Informan B	Enak, namun beberapa varian memiliki rasa terlalu manis.
3	Informan C	Sangat enak
4	Informan D	Cukup enak
5	Informan E	Sangat enak
6	Informan F	Cukup enak, seperti boba pada umumnya

Sumber: Data Diolah, 2022

**Tabel 2.7 Penyajian Data Jawaban
Pertanyaan Nomor Tujuh.**

Bagaimana keterjaminan kualitas bahan yang digunakan dalam pembuatan minuman di Onezo Centre Point Medan?

No.	Informan	Jawaban
1	Informan A	Terjamin, baik dari susu, santan, boba, dan sejenisnya
2	Informan B	Cukup terjamin
3	Informan C	Cukup terjamin
4	Informan D	Sangat terjamin
5	Informan E	Cukup terjamin
6	Informan F	Cukup terjamin

Sumber: Data Diolah, 2022

**Tabel 2.8 Penyajian Data Jawaban
Pertanyaan Nomor Delapan.**

Bagaimana keamanan toko Onezo Centre Point Medan?

No.	Informan	Jawaban
1	Informan A	Aman, karena berada di dalam mall
2	Informan B	Sangat aman
3	Informan C	Pastinya sangat aman
4	Informan D	Sangat aman
5	Informan E	Cukup aman
6	Informan F	Cukup aman

Sumber: Data Diolah, 2022

**Tabel 2.9 Penyajian Data Jawaban
Pertanyaan Nomor Sembilan.**

Bagaimana fasilitas yang diberikan oleh Onezo Centre Point Medan?

No.	Informan	Jawaban
1	Informan A	Cukup baik
2	Informan B	Lumayan baik, karena menyediakan wifi dan stop kontak
3	Informan C	Cukup baik
4	Informan D	Sangat baik
5	Informan E	Cukup baik
6	Informan F	Baik, karena menyediakan <i>wi-fi</i>

Sumber: Data Diolah, 2022



**Tabel 2.10 Penyajian Data Jawaban
Pertanyaan Nomor Sepuluh.**

Bagaimana kemudahan dalam mengakses toko Onezo Centre Point Medan?

No.	Informan	Jawaban
1	Informan A	Mudah untuk mengakses toko
2	Informan B	Agak sulit, karena terdapat di dalam mall
3	Informan C	Sedikit sulit, karena jauh dari akses lobby mall
4	Informan D	Cukup mudah
5	Informan E	Sedikit kesulitan
6	Informan F	Cukup sulit

Sumber: Data Diolah, 2022

III. HASIL DAN PEMBAHASAN.

Dari data hasil wawancara yang telah dipaparkan, maka ditemukan hasil sebagai berikut :

1. Tingkat kecepatan pelayanan Onezo Centre Point Medan dinilai cukup cepat.
2. Tingkat kemampuan berkomunikasi karyawan Onezo Centre Point Medan dinilai baik.
3. Tingkat kesopanan karyawan Onezo Centre Point Medan dinilai sangat baik.
4. Sikap bersahabat yang ditunjukkan karyawan Onezo Centre Point dinilai sangat baik.
5. Keterampilan karyawan Onezo Centre Point Medan dalam membantu dan melayani konsumen dinilai cukup baik.
6. Cita rasa dari minuman yang disajikan oleh Onezo Centre Point Medan dinilai enak.
7. Kualitas bahan yang digunakan oleh Onezo Centre Point Medan dinilai terjamin.
8. Toko Onezo Centre Point Medan dinilai sangat aman.
9. Fasilitas yang diberikan oleh Onezo Centre Point Medan dinilai cukup baik.

10. Untuk mengakses toko Onezo Centre Point Medan dinilai cukup sulit.

Dari hasil yang dipaparkan, dapat dilihat bahwa konsumen Onezo Centre Point Medan merasa cukup puas terhadap Onezo Centre Point Medan.

IV. KESIMPULAN.

1. Sistem pelayanan yang diberikan oleh Onezo Centre Point Medan dinilai sangat baik oleh konsumen.
2. Tingkat kepuasan berdasarkan cita rasa dan kualitas produk dari Onezo Centre Point Medan dinilai cukup baik
3. Tingkat kepuasan konsumen Onezo Centre Point Medan berdasarkan kondisi toko dinilai cukup baik.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem pelayanan, cita rasa dan kualitas produk, serta kondisi toko dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

V. SARAN.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran kepada perusahaan untuk bisa meningkatkan kepuasan konsumen dengan memperbaiki atau mengembangkan perusahaan sesuai dengan harapan konsumen. Saran yang tepat menurut peneliti adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan harus mampu mempertahankan kecepatan dalam melayani konsumen meskipun ditengahantrian banyak, karena kecepatan pelayanan merupakan salah satu komponen kepuasan pelanggan menurut Dr.Noriaki Kano.
2. Mempermudah konsumen untuk mengakses toko, karena semakin mudah untuk mengakses toko, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
3. Memberikan motivasi kepada karyawan agar dapat terus memberikan pelayanan, cita rasa, dan kualitas minuman terbaik bagi konsumen



sehingga dapat mempertahankan kepuasan konsumen.

VI. Daftar Pustaka

- Aliyyah, D., & Sunarti, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). In *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol* (Vol. 51, Issue 2). Wwww.Bisnissurabaya.Com
- Haryono, N., & Octavia, R. (2014). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen* (Vol. 4, Issue 1).
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serele Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329–339.
- Kurniati, E., Silvia, E., & Efendi, Z. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Baytat Bengkulu. *Jurnal Teknologi Dan Industri Pertanian Indonesia*, 8(2), 67. <https://doi.org/10.17969/Jtipi.V8i2.6784>
- Oktaviani, P., Utami*, S., & Susanto, B. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Pos Express Pt. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Kediri Kota. *Jimek*, 1. [Http://www.Posindonesia.Co.Id](http://www.Posindonesia.Co.Id)
- Oktaviani¹, E., Manggabarani², A. S., & Pangestuti³, D. C. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Kosmetik Emina. *Journal Of Sustainable Community Development*, 3, 133–142.
- Rahmawati, M. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Hasil Olahan Laut (Ukm Kepiting) Di Kota Tarakan Analysis Of Consumer Satisfaction On Processed Seafood (Ukm Kepiting) In Tarakan City. *Jurnal Ekonomika*, 12(02).
- Rizki, F., Sudjiono, W., & Arifin, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit Kusta Kediri. *Jimek*, 1.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Minat Beli Pada Ranch Market. In *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi) |Vol* (Vol. 3, Issue 1).
- Wayan Giana Kusumawathi, N., & Putra Darmawan Ga Oka Suryawardani, D. I. (2019). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seniman Coffee Studio* (Vol. 8, Issue 1). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jaa>