

**PEMERIKSAAN OPERASIONAL TERHADAP KUALITAS
PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA ONEZO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Akuntansi

Oleh:

Elizabeth Jachinta Bella Belinda

2017130050

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA AKUNTANSI

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2021

***OPERATIONAL REVIEW OF PRODUCT QUALITY AND
SERVICE QUALITY IN THE EFFORT TO INCREASE
CUSTOMER SATISFACTION
(CASE STUDY AT ONEZO)***



UNDERGRADUATE THESIS

*Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Economics*

By

Elizabeth Jachinta Bella Belinda

2017130050

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN ACCOUNTING

Accredited by National Accreditation Agency

No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2021

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI



**PEMERIKSAAN OPERASIONAL TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS LAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA ONEZO)**

Oleh:

Elizabeth Jachinta Bella Belinda
2017130050

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Februari 2021

Ketua Program Sarjana Akuntansi,

Dr. Sylvia Fettry Elvira Maratno, S.E., S.H., M.Si., Ak.

Pembimbing,

Felisia, SE, M.Ak., AMA., CMA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Elizabeth Jachinta Bella Belinda
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 3 Mei 1999
NPM : 2017130050
Program studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pemeriksaan Operasional terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dalam
Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus pada OneZo)

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan :

Felisia, SE.,M.Ak., AMA., CMA.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama duatahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : 15 Januari 2021
Pembuat pernyataan



(Elizabeth Jachinta Bella Belinda)

ABSTRAK

Saat ini, dunia berada pada era globalisasi yang memaksa para pebisnis untuk memiliki inovasi yang luas dan tantangan yang beragam untuk dapat diterima oleh para pelanggan. Makanan dan minuman salah satunya industri yang dapat mudah diterima oleh para pelanggan dan memiliki banyak perkembangan serta perubahan *trend*. Walaupun cepat mengalami perubahan, pebisnis dituntut untuk menggabungkan segala inovasi yang ada untuk menciptakan produk makanan atau minuman yang digemari masyarakat. Persaingan yang ketat serta banyaknya pesaing menuntut pebisnis harus unggul dalam layanan dan produk yang diciptakan. Maka dari itu, OneZo perlu melakukan pemeriksaan operasional terhadap kualitas produk dan kualitas layanan untuk dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pemeriksaan operasional merupakan proses untuk menganalisis serta mengevaluasi seluruh kegiatan operasional perusahaan apakah sudah mencapai kriteria dan apakah perusahaan sudah menjalankan bisnis yang efektif, efisien, dan ekonomis yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul antara kecewa dan senang dari produk atau layanan yang pelanggan terima. Terdapat lima dimensi kualitas layanan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* sedangkan terdapat sembilan dimensi *food quality*, yaitu warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa.

Metode penelitian yang dipakai adalah metode deskriptif yang mengumpulkan serta menjelaskan keadaan dan karakteristik yang berhubungan dengan topik peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, kuesioner Teknik pengolahan data yang digunakan adalah studi lapangan berupa analisis kuantitatif dalam bentuk data dan tabel serta studi literatur dengan mempelajari buku, jurnal, internet, koran, dan sebagainya.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada *store manager* dan karyawan yang berhubungan dengan aktivitas layanan dan produk OneZo serta peneliti menyebarkan dan menganalisis kuesioner berdasarkan lima dimensi layanan dan sembilan dimensi *food quality*. Peneliti membagikan kuesioner kepada 100 responden yang telah membeli produk minimal dua kali. Hasil dari persentase total skor akhir berdasarkan indikator dimensi ditemukan bahwa kualitas layanan seperti *reliability* sebesar 92,3%, *responsiveness* sebesar 86,6%, *assurance* sebesar 92,2%, *empathy* sebesar 87,7%, dan *tangibles* 86,7% sedangkan *food quality* seperti warna sebesar 84,1%, penampilan sebesar 89,4%, porsi sebesar 72,9%, bentuk sebesar 84,6%, temperatur sebesar 85,8%, tekstur sebesar 86,8%, aroma sebesar 85,8%, tingkat kematangan sebesar 85,1%, dan rasa sebesar 84,4%. Pelanggan juga diminta ketersediaannya untuk memberikan kritik dan saran untuk perbaikan OneZo kedepannya. Kelemahan yang ditemukan pada tahap pengumpulan data dikembangkan pada tahap kelima pemeriksaan operasional, yaitu tahap pengembangan dan rekomendasi. Diketahui bahwa OneZo belum pernah melakukan pemeriksaan operasional kepada pelanggan yang bukan rekan dari *regional manager*. Diharapkan bahwa kelemahan yang masih membuat pelanggan kecewa dapat menjadi masukan serta perbaikan bagi OneZo untuk dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: pemeriksaan operasional, kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Nowadays, the world is in an era of globalization that forces business people to have wide-ranging innovations and various challenges to be accepted by customers. Food and beverage is an industry that can be easily accepted by customers and has many developments and changing trends. Even though it is rapidly changing, business people are required to combine all existing innovations to create food or beverage products that are popular with the community. Intense competition and many competitors require business people to excel in the services and products created. Therefore, OneZo needs to carry out operational checks on product quality and service quality in order to continue to improve customer satisfaction.

Operational inspection is a process for analyzing and evaluating all operational activities of the company whether it has met the criteria and whether the company is running an effective, efficient and economical business that can increase customer satisfaction. Customer satisfaction is a feeling that arises between disappointment and pleasure from the product or service the customer receives. There are five dimensions of service quality, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles while there are nine dimensions of food quality, namely color, appearance, portion, shape, temperature, texture, aroma, level of maturity, and taste.

The research method used is a descriptive method that collects and explains the conditions and characteristics associated with the research topic. Data collection techniques used were interviews, observations, questionnaires. Data processing techniques used were field studies in the form of quantitative analysis in the form of data and tables as well as literature studies by studying books, journals, internet, newspapers, and so on.

Researchers conducted observations and interviews with store managers and employees related to OneZo's service and product activities and researchers distributed and analyzed questionnaires based on five service dimensions and nine dimensions of food quality. Researchers distributed questionnaires to 100 respondents who had purchased the product at least twice. The results of the percentage of the final total score based on the dimensional indicators found that service quality such as reliability of 92.3%, responsiveness of 86.6%, assurance of 92.2%, empathy of 87.7%, and tangibles of 86.7% while food quality such as color by 84.1%, appearance of 89.4%, portion of 72.9%, shape of 84.6%, temperature of 85.8%, texture of 86.8%, aroma of 85.8%, a maturity level of 85.1%, and a taste of 84.4%. Customers are also asked for availability to provide criticism and suggestions for future improvements to OneZo. The weaknesses that were found in the data collection stage were developed at the fifth stage of the operational inspection, namely the development and recommendation stages. It is known that OneZo has never conducted operational checks on customers who are not colleagues of the regional manager. It is hoped that the weaknesses that still make customers disappointed can be an input and improvement for OneZo to be able to continue to improve customer satisfaction.

Key words: operational review, product quality, service quality, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan kuasanya peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pemeriksaan Operasional Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Onezo)” dengan tepat waktu dan lancar. Penelitian skripsi ini bertujuan untuk syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak bantuan doa, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih atas semua doa, bimbingan, dan dukungan tersebut kepada sebagai berikut dibawah ini:

1. Orang tua peneliti, cici, dan adik peneliti yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang terbaik baik secara moral maupun materi selama peneliti berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
2. Aih Sin Ai, Ooh Anas, dan Icong Dede yang merupakan anggota keluarga besar peneliti yang telah membantu dalam doa, dorongan, dan materi dari awal kuliah sampai semester 7 ini.
3. Ibu Nani, Ibu Maryati, dan Ibu PSE lainnya di St. Martinus yang telah membantu dari segi doa dan materi peneliti selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
4. Ibu Felisia, SE.,M.Ak., AMA., CMA. selaku dosen pembimbing selama skripsi ini yang telah memberikan bimbingan, dorongan, semangat, waktu, dan ilmu untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Paulina Permatasari, M.Ak., CMA., CSRS., CSRA. selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan ilmu kepada peneliti selama perwalian saat awal semester dan perkuliahan berlangsung.
6. Ibu Dr. Sylvia Fettry Elvira Maratno, S.E., S.H., M.Si., Ak. selaku Ketua Studi program S1 Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan.
7. Seluruh dosen, staf Biro Kemahasiswaan dan Alumni dan staf tata usaha yang sudah memberikan ilmu selama kuliah berlangsung, beasiswa, dan dorongan selama menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Parahyangan.

8. Bapak Ivan Eka Putra dan Ibu Candra Aruna selaku regional dan *store manager* OneZo yang sudah memberikan informasi, kesempatan, dan waktu atas penelitian skripsi ini.
9. Teman-teman *part time* dan *full time* OneZo yang telah menemani bekerja dan mau ditanya-tanya untuk wawancara dan mau di foto-foto untuk data penelitian. Terimakasih banyak ya.
10. Ko Isas dan keluarga yang telah menemani dari peneliti awal berkuliah sampai semester 7 ini. Terimakasih atas dorongan, motivasi, semangat, waktu, ilmu, dan nasehatnya kepada peneliti selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
11. Sahabat peneliti sejak Sekolah Menengah Atas, yaitu Wanthing dan Tania yang telah menemani peneliti belajar akuntansi dari masa bersekolah di Talenta sampai selesai berkuliah.
12. Saskia, Cindy, Fiona yang merupakan sahabat dekat peneliti selama berkuliah di UNPAR. Terimakasih sudah mau mendengarkan curhat dan keluh kesah peneliti selama berkuliah. Terimakasih juga atas dukungan, semangat, motivasi, ilmu, waktu bermain dan belajar, dan canda-tawanya selama ini. Lulus bareng ya gais!
13. Candy, Krisnata, Zahra, Chiu, Ineke, Fen-Fen, dan Ola yang merupakan teman peneliti saat berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan. Terimakasih atas bantuan belajar dan dukungannya selama kuliah ini.
14. Miming, Rendy, Kelvin, dan William yang telah menemani semester perkuliahan. Terimakasih atas ilmu, waktu, dan canda tawanya ya.
15. Teman-teman Akun UNPAR 2017, kakak tingkat, dan adik tingkat peneliti. Terimakasih telah menemani peneliti selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini masih terdapat kekurangan seperti *typo* atau penulisan atau sebagainya. Oleh karena itu peneliti sangat menghargai akan kritik dan saran agar kedepannya lebih baik dari semua pihak serta peneliti juga ingin meminta maaf apabila terdapat perkataan yang kurang berkenan.

Bandung, Januari 2021

Elizabeth Jachinta Bella Belinda

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Kerangka Pemikiran	4
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pemeriksaan	7
2.1.1. Pengertian Pemeriksaan	7
2.1.2. Jenis-Jenis Pemeriksaan	7
2.2. Pemeriksaan Operasional	8
2.2.1. Pengertian Pemeriksaan Operasional	9
2.2.2. Tujuan Pemeriksaan Operasional	9
2.2.3. Manfaat Pemeriksaan Operasional	11
2.2.4. Tahap-Tahap Pemeriksaan Operasional	12
2.2.5. Efektifitas, Efisiensi, dan Ekonomis	17
2.3. Pengendalian Internal	18
2.3.1. Pengertian Pengendalian Internal	18
2.3.2. Fungsi Pengendalian Internal	19
2.4. Kualitas	19
2.5. Produk	20
2.5.1. Pengertian Produk	20
2.5.2. Klasifikasi Produk	20
2.5.3. Kualitas Produk	21

2.5.4. Dimensi Produk	21
2.6. Layanan.....	23
2.6.1. Pengertian Layanan.....	23
2.6.2. Karakteristik Layanan	24
2.6.3. Kualitas Layanan.....	24
2.6.4. Dimensi Kualitas Layanan Jasa	25
2.7. Kepuasan Pelanggan.....	27
2.7.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	28
2.7.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	29
2.8. Waralaba	30
2.8.1. Pengertian Waralaba	30
2.8.2. Karakteristik Waralaba.....	31
BAB 3	32
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	32
3.1. Metode Penelitian.....	32
3.1.1. Sumber Data	32
3.1.2. Teknik Pengumpulan Data	33
3.1.3. Teknik Pengolahan Data.....	35
3.1.4. Operasionalisasi Variabel	37
3.1.5. Kerangka Penelitian.....	53
3.2. Objek Penelitian	55
3.2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	55
3.2.2. Struktur Organisasi.....	56
3.2.3. Deskripsi Pekerjaan.....	56
3.2.4. Produk	57
3.2.5. Gambaran Umum Aktivitas Pembuatan Produk dan Layanan Jasa	58
HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Tahap Perencanaan (<i>Planning Phase</i>).....	60
4.2. Tahap Program Kerja (<i>Work Program Phase</i>)	63
4.3. Tahap Pemeriksaan Lapangan (<i>Field Work Phase</i>)	64
4.3.1. Wawancara dengan Pihak <i>Store</i> mengenai Kebijakan dan Prosedur terkait Kualitas Produk dan Layanan.....	65

4.3.2. Observasi dan Dokumentasi pada Kegiatan Operasional <i>Store</i>	71
4.3.3. Analisis Data Kuesioner.	72
4.4. Tahap Pengembangan Temuan dan Rekomendasi (<i>Development of Review Findings and Recommendation Phase</i>).....	123
4.4.1. Kualitas produk minuman OneZo terkait porsi, ukuran, tekstur, rasa, dan penampilan.	124
4.4.2. Kualitas layanan jasa pada dimensi <i>reliability</i>	128
4.4.3. Kualitas layanan jasa pada dimensi <i>responsiveness</i>	129
4.4.4. Kualitas layanan jasa pada dimensi <i>assurance</i>	132
4.4.5. Kualitas layanan jasa pada dimensi <i>tangibles</i>	133
4.5. Manfaat Pemeriksaan Operasional untuk Menilai Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.	135
BAB 5	139
KESIMPULAN DAN SARAN	139
5.1. Kesimpulan	139
5.2. Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENELITI	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.Kerangka Penelitian	6
Gambar 3.1.Kerangka Penelitian	54
Gambar 3.2.Struktur Organisasi OneZo	56
Gambar 4.1.Jenis Kelamin Responden	73
Gambar 4.2.Tahun Kelahiran Responden	74
Gambar 4.3.Pekerjaan Responden	75
Gambar 4.4. <i>Mall</i> yang dekat dengan tempat tinggal responden	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.5.Sering/Tidak responden berkunjung ke 23 Paskal sebelum Covid 19. ..	76
Gambar 4.6.Jumlah kunjungan responden ke 23 Paskal saat Covid 19.....	77
Gambar 4.7.Alasan utama berkunjung ke <i>store</i> OneZo di 23 Paskal.....	78
Gambar 4.8.Jumlah pembelian produk OneZo oleh responden di 23 Paskal.	79
Gambar 4.9.Cara responden dalam membeli produk OneZo di <i>store</i>	80
Gambar 4.10.Kombinasi warna minuman yang disajikan menarik.....	81
Gambar 4.11.Warna <i>topping</i> menarik.....	83
Gambar 4.12.Kombinasi warna sesuai dengan media promosi.	84
Gambar 4.13.OneZo mengutamakan kebersihan.	85
Gambar 4.14.Porsi minuman sesuai dengan harga.	86
Gambar 4.15.Porsi <i>topping</i> sesuai dengan harga.....	87
Gambar 4.16.Porsi <i>topping</i> sesuai dengan harga.....	87
Gambar 4.17.Bentuk minuman sudah menarik perhatian.	89
Gambar 4.18.Bentuk <i>topping</i> sesuai dengan yang diharapkan.	90
Gambar 4.19.Temperatur minuman sesuai dengan keinginan pelanggan.	91
Gambar 4.20.Pelanggan menyukai variasi temperatur produk.	92
Gambar 4.21.Tekstur <i>topping</i> sudah kenyal dan lembut.	93
Gambar 4.22.Aroma minuman dan <i>topping</i> sesuai dengan jenis minuman.....	95
Gambar 4.23.Tingkat kematangan <i>bubble</i> sudah baik.....	96
Gambar 4.24.Tingkat kematangan <i>bubble</i> sudah konsisten.	97
Gambar 4.25.Rasa produk dan <i>topping</i> yang dipesan sudah sesuai.	98

Gambar 4.26.Rasa produk OneZo unik dan beragam.	99
Gambar 4.27.Informasi menu yang disampaikan sudah tepat.....	101
Gambar 4.28.Tagihan yang tertera pada struk sesuai dengan yang dipesan.	102
Gambar 4.29.Pesanan yang responden terima sesuai dengan yang dipesan.	103
Gambar 4.30.Layanan dari proses pembayaran sampai pemberian produk cepat....	104
Gambar 4.31.Pihak OneZo merespon segala kebutuhan dan memberikan <i>feedback</i> dengan cepat.	105
Gambar 4.32.Responden dilayani dengan ramah.	106
Gambar 4.33.Pihak kasir menyebutkan ulang produk yang dipesan, total nominal, dan uang kembalian.....	107
Gambar 4.34.Karyawan memahami kebutuhan pelanggan.....	108
Gambar 4.35.Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan pelanggan sudah baik.	109
Gambar 4.36.Pakaian karyawan sudah rapi dan sesuai dengan protokol kesehatan.	110
Gambar 4.37. <i>Store</i> OneZo sudah menerapkan protokol kesehatan.....	112
Gambar 4.38.Secara visual desain interior <i>store</i> OneZo sudah menarik.	113
Gambar 4.39. <i>Kiosk machine</i> yang terletak di depan <i>store</i> OneZo menarik perhatian.	114
Gambar 4.40.Responden merasa puas dengan kualitas layanan OneZo.....	119
Gambar 4.41.Responden merasa puas dengan kualitas produk OneZo.	120

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.Kriteria Penilaian.....	36
Tabel 3.2.Kategori Interval	37
Tabel 3.3.Operasionalisasi Variabel	38
Tabel 4.1.Skor Total Kombinasi warna minuman yang disajikan menarik.	82
Tabel 4.2.Kriteria Penilaian.....	82
Tabel 4.3.Warna <i>topping</i> menarik.	83
Tabel 4.4.Kombinasi warna sesuai dengan media promosi.....	84
Tabel 4.5.OneZo mengutamakan kebersihan.	85
Tabel 4.6.Porsi minuman sesuai dengan harga.	86
Tabel 4.7.Bentuk minuman sudah menarik perhatian.	89
Tabel 4.8.Bentuk <i>topping</i> sesuai dengan yang diharapkan.	90
Tabel 4.9.Temperatur minuman sesuai dengan keinginan pelanggan.	91
Tabel 4.10.Pelanggan menyukai variasi temperatur produk.	93
Tabel 4.11.Tekstur <i>topping</i> sudah kenyal dan lembut.	94
Tabel 4.12.Aroma minuman dan <i>topping</i> sesuai dengan jenis minuman.	95
Tabel 4.13.Tingkat kematangan <i>bubble</i> sudah baik.	96
Tabel 4.14.Tingkat kematangan <i>bubble</i> sudah konsisten.....	97
Tabel 4.15.Rasa produk dan <i>topping</i> yang dipesan sudah sesuai.....	99
Tabel 4.16.Rasa produk OneZo unik dan beragam.	100
Tabel 4.17.Informasi menu yang disampaikan sudah tepat.	101
Tabel 4.18.Tagihan yang tertera pada struk sesuai dengan yang dipesan.....	102
Tabel 4.19.Pesanan yang terima sesuai dengan yang dipesan.	103
Tabel 4.20.Layanan dari proses pembayaran sampai pemberian produk cepat.	104
Tabel 4.21.Pihak OneZo sudah merespon segala kebutuhan dan memberikan <i>feedback</i> dengan cepat.....	105
Tabel 4.22.Responden dilayani dengan ramah.....	106
Tabel 4.23.Pihak kasir menyebutkan ulang produk yang dipesan, total nominal, dan uang kembalian.	107
Tabel 4.24.Karyawan memahami kebutuhan pelanggan.	109

Tabel 4. 25.Kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan pelanggan sudah baik.....	110
Tabel 4.26.Pakaian karyawan sudah rapi dan sesuai dengan protokol kesehatan. ...	111
Tabel 4.27. <i>Store</i> OneZo sudah menerapkan protokol kesehatan.	112
Tabel 4.28.Secara visual desain interior <i>store</i> OneZo sudah menarik.....	113
Tabel 4.29. <i>Kiosk machine</i> yang terletak di depan <i>store</i> OneZo menarik perhatian.	114
Tabel 4.30.Hasil keseluruhan total skor akhir dimensi produk.	115
Tabel 4.31.Hasil keseluruhan total skor akhir dimensi layanan.	117
Tabel 4.32.Responden merasa puas dengan kualitas layanan OneZo.	119
Tabel 4.33.Responden merasa puas dengan kualitas produk OneZo.	121

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Hasil Wawancara dengan *Store Manager* pada Tahap *Planning*.

LAMPIRAN 2 Hasil Observasi pada Tahap *Planning*.

LAMPIRAN 3 Hasil Wawancara dengan *store manager* pada Tahap Pemeriksaan Lapangan.

LAMPIRAN 4 Hasil Wawancara dengan karyawan full-time pada Tahap Pemeriksaan Lapangan.

LAMPIRAN 5 Hasil Observasi pada Tahap Pemeriksaan Lapangan.

LAMPIRAN 6 Lampiran Pertanyaan Kuesioner.

LAMPIRAN 7 Hasil Rekapitulasi Kuesioner Identitas Responden dan Pengalaman Responden.

LAMPIRAN 8 Hasil Rekapitulasi Dimensi Kualitas Produk

LAMPIRAN 9. Hasil Rekapitulasi Dimensi Kualitas Layanan

LAMPIRAN 10 Hasil Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan

LAMPIRAN 11 Kritik dan Saran Pelanggan

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dunia saat ini sedang berada pada era globalisasi yang memaksa para pebisnis untuk memiliki inovasi yang luas dan tantangan yang beragam. Sehingga banyak pebisnis baru yang muncul dan mengembangkan usaha mereka agar dapat diterima oleh para pelanggan. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk dapat memasarkan dan mengenalkan produknya sampai ke luar negeri. Inovasi merupakan kunci industri makanan dan minuman berkembang pesat di era industri 4.0 akhir-akhir ini. Tahun 2019, Kementerian Perindustrian mencatat industri makanan dan minuman adalah salah satu dari lima sektor manufaktur yang menjadi andalan untuk mendorong perekonomian Indonesia. Hal ini didukung dengan perkembangan tren yang membuat pebisnis berlomba-lomba untuk muncul dan terlibat dalam kompetisi yang ketat tersebut.

Tren minuman dan makanan di Indonesia terus mengalami perubahan terutama hidangan bernuansa *fusion* yang memadukan cita rasa, kultur, dan teknik pengolahan unik memiliki perputaran tren yang sangat cepat. Tren kuliner ini bahkan dapat berubah dalam jangka pendek. Banyak tren kuliner yang mulai ditinggalkan karena rasa bosan dan jenuh yang membuat lunturnya tren ini. Akibatnya, banyak pebisnis yang mulai berinovasi dengan mencampurkan bahan-bahan unik ke dalam minuman dan makanan serta menyesuaikan juga dengan keinginan pasar terutama pangsa pasar terbesar, yaitu kaum milenial. Dengan penggabungan dan inovasi yang baru dari pihak pebisnis membuat tren kuliner yang sempat viral tidak punah. *Fusion Food* memberikan warna baru pada kuliner Indonesia. Dalam kumparan *travel & lifestyle* di Harian Nasional “<http://harnas.co/2019/11/25/tren-musiman-tak-pernah-pudar> yang di akses 26 November 2019”, *Chef* Yuda Bustara mengungkapkan bahwa tren masakan *fusion* memiliki jangka waktu yang panjang, bahkan cenderung abadi.

Pebisnis diharapkan tidak memiliki satu inovasi saja untuk jangka panjang melainkan terus memadukan inovasi yang ada. Banyaknya pebisnis yang

ikut serta dalam perkembangan kuliner Indonesia membuat persaingan bisnis kuliner kian ketat. Porter (1990) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Dalam menjalankan bisnis, pebisnis harus memperhatikan kepuasan pelanggan yang dapat dilihat dari kualitas produk yang dihasilkan dan pelayanan yang diberikan. Pelanggan yang merasa puas akan pelayanan dapat dilihat dari kesetiaan pelanggan membeli produk perusahaan begitupun sebaliknya. Untuk menghindari pelanggan beralih ke pesaing lain oleh karena itu pebisnis harus menilai kualitas layanan dan produk yang dihasilkan apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan serta perlunya mengevaluasi secara berkala.

OneZo merupakan salah satu *brand* minuman ber-*topping bubble* asal Taiwan yang memiliki 16 varian *bubble* dan memiliki banyak varian jenis minuman. OneZo banyak membuka *store* di Indonesia namun varian *bubble* yang ditawarkannya berbeda dengan yang di Taiwan, di Indonesia sendiri hanya terdapat kurang lebih 5 *topping bubble* dan berbagai varian minuman. Inovasi lain dapat dilihat dari *bubble* yang dikeluarkan OneZo dalam *event-event* tertentu seperti contoh saat musim imlek, OneZo mengeluarkan *bubble* edisi terbatas bernama *red yeast. Cup* untuk varian minuman yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan keinginan dan *budget* pelanggan, yaitu *small, medium, dan large*. Pemesanan *offline* di *store* juga terdapat 2 pilihan, yaitu *kiosk machine* yang diletakkan di depan *store* dan langsung kepada kasir di dalam *store*. *Store manager* membuat *bubble* yang *fresh* yang dapat dilihat oleh pelanggan di *store*. Desain interior yang menarik dan tersedia bangku dan meja sehingga memberikan kenyamanan untuk para pelanggannya dalam menunggu pesanan minuman.

Untuk mengetahui keinginan pelanggan dan mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan perlu melakukan penilaian mengenai kualitas produk dan layanan serta terus melakukan evaluasi dengan melakukan pemeriksaan. Peneliti menggunakan OneZo sebagai unit penelitian, OneZo merupakan salah satu penyedia produk minuman kekinian yang harus memperhatikan tren minuman Indonesia dari waktu ke waktu. Pelayanan yang terbaik juga harus perusahaan berikan kepada setiap pelanggan yang berkunjung ke *store*. Bila dilihat secara keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh OneZo dalam menyambut pelanggan di *store* sudah cukup baik

namun terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan seperti pelanggan yang komplain akibat tekstur produk yang dihasilkan di *store* berupa *bubble* tidak konsisten sehingga mereka bingung akan ciri khas rasa dan tekstur *bubble* yang sebenarnya. Di Bandung sendiri, OneZo memiliki 3 *store*, yaitu 23 Paskal *Shopping Center*, Paris Van Java *Resort Lifestyle Place*, dan Grab *Kitchen Kopo*. Namun karena *pandemic* Covid 19 yang berkepanjangan dan melanda seluruh wilayah di dunia termasuk Indonesia membuat beberapa *store* OneZo Indonesia termasuk Bandung, yaitu di Paris Van Java sementara waktu tutup sampai waktu yang tidak ditentukan dan untuk *store* Grab *Kitchen Kopo* hanya melayani secara *online*. Dalam penelitian ini, peneliti menilai kualitas produk dan layanan sehingga pelanggan yang hanya membeli *online* saja dan tidak pernah membeli secara *offline* tidak dapat dimasukkan ke dalam penelitian ini sehingga penelitian yang dilakukan adalah pada satu *store* di Bandung, yaitu 23 Paskal *Shopping Center*.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diidentifikasi dan yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh OneZo terkait kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan?
2. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh OneZo?
3. Apa manfaat pemeriksaan operasional yang dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas produk dan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di OneZo?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi di atas, maka ditemukan beberapa tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh OneZo terkait kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

2. Mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan oleh OneZo.
3. Menganalisis manfaat pemeriksaan operasional yang dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas produk dan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di OneZo.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak:

1. Bagi Perusahaan diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat kepada perusahaan mengenai peranan dari pemeriksaan operasional terhadap kualitas produk dan layanan bagi OneZo. Penelitian diharapkan dapat membantu pihak OneZo dalam memberikan rekomendasi dan saran yang dihasilkan agar dapat menjadi pertimbangan serta membangun dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi Peneliti dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama kegiatan perkuliahan serta mendapatkan pengalaman baru dalam pemeriksaan operasional secara langsung kepada OneZo dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan serta dapat membantu mengasah berkomunikasi dengan pihak-pihak OneZo.
3. Bagi Pembaca diharapkan menambah pengetahuan, wawasan, pemahaman, dan serta menjadi acuan informasi pada bidang pemeriksaan operasional terhadap kualitas produk dan layanan bagi peneliti selanjutnya.

1.5. Kerangka Pemikiran

Di era serba teknologi ini menuntut setiap individu harus *uptodate* pada segala macam produk kekinian yang baru muncul. Munculnya banyak pesaing dalam bisnis minuman seperti OneZo ini mengakibatkan munculnya persaingan yang ketat di pusat perbelanjaan. Pebisnis harus dapat memberikan kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur produk dan layanan diterima masyarakat

sehingga dapat menimbulkan kesetiaan pelanggan. Oleh karena itu, setiap pebisnis harus dapat menilai kepuasan pelanggan secara berkala untuk dapat memberikan kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan karena kepuasan pelanggan mendorong kelangsungan hidup bisnis perusahaan.

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan atau hasil berupa produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan yang dibentuk. Penilaian pelanggan terhadap produk bergantung pada faktor loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan *brand*. Pelanggan seringkali membentuk persepsi yang baik terhadap suatu produk dengan brand yang mereka sudah anggap positif (Kotler, 2014:128). Pelanggan membentuk ekspektasi layanan dari berbagai sumber seperti pengalaman, dari mulut ke mulut, dan iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang harapannya terpenuhi. (Kotler, 2014:373).

Untuk mencapai harapan pelanggan maka perusahaan harus mempertimbangkan kualitas produk dan layanan yang diberikan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka kualitas produk dan layanan yang dihasilkan harus sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Kotler (2014:356), layanan adalah tindakan atau kinerja apapun yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Bidgoli (2010:299), terdapat 5 dimensi untuk mencapai kualitas layanan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*

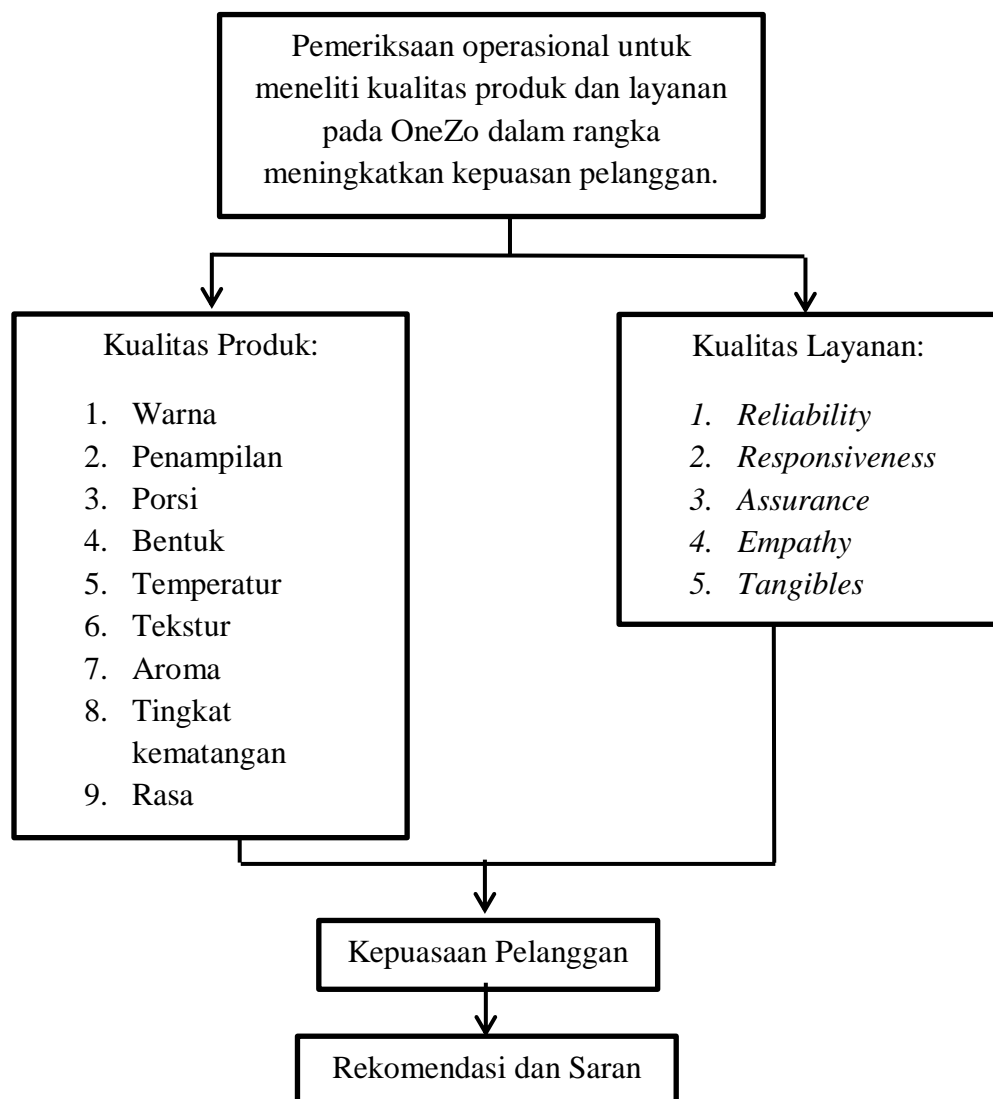
Menurut West, Wood dan Hanger (2006:39), Gaman dan Sherrington (1996:132), dan Jones (2000:109-110) dalam jurnal S. Fiani dan Japarianto (2012, hal 1) terdapat 9 indikator untuk mengukur *food quality*, yaitu: warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa

Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan layanan sudah sesuai harapan pelanggan maka perlu dilakukan pemeriksaan operasional. Menurut Reider (2002:2) pemeriksaan operasional adalah suatu proses untuk menganalisis operasi dan aktivitas internal perusahaan untuk mengidentifikasi area yang bermasalah lalu

dilakukan perbaikan secara berkelanjutan. Terdapat 5 tahapan yang harus dilakukan dalam melakukan pemeriksaan operasional, yaitu tahap perencanaan, tahap program kerja, tahap penelitian lapangan, tahap pengembangan temuan dan rekomendasi, serta tahap pelaporan.

Pemeriksaan operasional yang dilakukan diharapkan mengatasi kelemahan dari kualitas produk dan layanan yang diberikan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Gambar 1. 1.
Kerangka Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti