

Peningkatan Kualitas Produk Dan Pelayanan Untuk Kepuasan Konsumen di Sanita Catering Semarang

Christine Paramitta Dwi Sinaga

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

***Abstract.** This research was conducted on Semarang Sanita Catering which aims to find out and describe how to improve the quality of products and services for customer satisfaction which experience good conditions including physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy which are in the conditions of service provided by the service by an employee is still not good enough, and there are some quality products that are still not in line with customer expectations. The research data was obtained through interviews and descriptive analysis. The informants used in the study were 8 people including 1 manager, 2 employees, 5 consumers. The results of the study are expected to provide useful information for the management and customer satisfaction. The data obtained were processed using descriptive analysis. Qualitative analysis uses data validation techniques, reduction, data presentation, and conclusion or verification. The results showed that there was an increase in product quality and service for customer satisfaction. Product quality in Sanita Catering 8 (eight) good product quality standards among 8 (eight) product quality is flavor, consistency, texture, nutritional content, visual appeal, aromatic appeal, temperature, and recipes. Customers still believe that the quality of products in Sanita Catering is quite good, but there are some quality products that need to be improved including consistency, texture, temperature and recipes. Quality of service at Sanita Catering has 5 (five) elements among 5 (five) quality dimensions These services are reliability, responsiveness, assurance (assurance and certainty), empathy (empathy), responsibility (tangible). Employees are of the opinion that there are still some that must be improved, including in the elements of dimensions of responsiveness (responsiveness) and empathy (emphaty), in order to increase consumer satisfaction of product purchases in the next period.*

Keywords: *Product Quality, Service, and Consumer Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan pada Sanita Catering Semarang yang bertujuan untuk Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana meningkatkan kualitas produk dan pelayanan untuk kepuasan pelanggan yang mana mengalami kondisi kurang baik meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan serta empati yang mana dalam kondisi pelayanan yang diberikan oleh pelayanan oleh seorang karyawan masih kurang cukup baik, serta ada beberapa kualitas produk masih kurang sesuai harapan pelanggan. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dan analisis deskriptif. informan yang digunakan dalam penelitian sebanyak 8 orang diantaranya 1 pengelola, 2 karyawan, 5 konsumen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pihak pengelola maupun kepuasan konsumen. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis kualitatif menggunakan teknik keabsahan data, reduksi, sajian data, dan kesimpulan atau vertivikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya peningkatan kualitas produk dan pelayann untuk kepuasan konsumen. Kualitas

produk di Sanita Catering 8 (delapan) standar kualitas produk yang baik diantara 8 (delapan) kualitas produk tersebut adalah flavour, consistency, texture, nutritional content, visual appeal, aromatic appeal, temperature, dan recipes. Pelanggan tetap berpendapat bahwa kualitas produk yang di Sanita Catering sudah tergolong cukup baik akan tetapi ada beberapa kualitas produk yang perlu ditingkatkan meliputi consistency, texture, temperature dan recipes. Kualitas pelayanan di Sanita Catering mempunyai 5 (lima) unsur diantara 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan dan kepastian), empathy (empati), tangible (berwujud). Karyawan berpendapat bahwa masih ada beberapa yang harus ditingkatkan meliputi dalam unsur dimensi responsiveness (ketanggapan) dan empathy (emphaty), guna meningkatkan kepuasan konsumen pembelian produk pada periode berikutnya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, peran kualitas produk menjadi semakin berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan dalam mencari konsumennya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju dituntut untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang mengarah kepada tindakan yang efisiensi. Dimana kegiatan yang efisiensi harus dapat memperhatikan kualitas dari barang atau jasa yang dihasilkan. Kegiatan efisiensi sangat berpengaruh untuk menekan biaya, yang bertujuan agar konsumen mampu menjangkau harga dari produk dan jasa yang dihasilkan tersebut. Konsumen merupakan bagian yang sangat penting dan berpengaruh dalam membentuk berjalannya sebuah perusahaan yang maju. Selain daripada itu konsumen juga berperan penting dalam menjalankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Kualitas produk dan jasa pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan salah satu faktor penting bagi kelangsungan dan perkembangan perusahaan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan, misalnya dengan memberikan produk yang bermutu lebih tinggi, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada pesaingnya (Supranto 1997). Perusahaan haruslah memperhatikan kualitas dari produk atau jasa yang mereka berikan kepada konsumen, agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Pada era globalisasi ini konsumen sudah menjadi lebih kritis dalam memilih produk atau jasa yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Konsumen juga memperhatikan antara biaya yang mereka keluarkan dengan manfaat yang akan mereka peroleh dari produk atau jasa tersebut.

Adapun upaya untuk meningkatkan kualitas produk oleh pihak pengelola Sanita Catering, pemilik perusahaan melakukan hal-hal berikut: (1) untuk variasi makanan agar di sesuaikan dengan menu yang lain seperti dari segi metode memasak mulai dari pengolahan makanan yang di goreng, kukus, bakar dan lain-lain, dan memperhatikan kombinasi warna makanan, (2) mengatur tingkat kematangan makanan dengan memperhitungkan waktu pengolahan daging agar kematangan sesuai dengan yang diinginkan, (3) lebih memperhatikan kelezatan masakan dari segi rasa dengan membuat standar resep yang baku, dimana jumlah penggunaan bahan baku dan bumbu seimbang, dan (4) memberikan pelatihan pada karyawan yang bekerja di dapur agar menambah wawasan mengenai pengolahan makanan. Oleh karena itu, dengan perbaikan kualitas produk yang dilakukan oleh Sanita Catering diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan meningkatkan jumlah pesanan.

KAJIAN TEORI

Kepuasan Konsumen

Menurut Umar (2005) mendefinisikan kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai apa yang dipersepsikan konsumen. Menurut (Kotler *et al.*, 2004) dalam Tjiptono (2008) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Kotler (1997) menyatakan bahwa pelanggan yang puas akan kinerja perusahaan mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Menjadi lebih setia.
- b. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada.
- c. Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya.
- d. Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing dan kurang sensitif terhadap harga.

Menurut Yamit (2010) menyatakan: Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan

harapannya. Konsumen yang melakukan pembelian ulang atas produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan adalah pelanggan dalam arti yang sebenarnya atau pelanggan yang merasa puas.

Kualitas Produk

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat, produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Kualitas tersebut baik jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Pengembangan kualitas produk sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sejarah masyarakat. Dengan adanya perkembangan tersebut maka perusahaan berusaha untuk tetap menjaga reputasi dan nama baik melalui kualitas barang atau produk yang dihasilkan (Prasastono, 2012). Pada era globalisasi banyak menyajikan kenyataan baru yang ditandai oleh pasar tanpa batas Negara, revolusi teknologi komunikasi, revolusi teknologi informasi dan adanya deskriminasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk dan jasa pelayanan. Yang mana konsumen tidak tergerak dengan imbuhan untuk membeli dan menggunakan produk dalam negeri dengan alasan patriotik. Konsumen mencari kualitas (nilai) terbaik dalam membeli produk dan jasa pelayanan yang dibutuhkannya.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan Bagian yang paling rumit dari pelayanan adalah kualitasnya yang sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik.

Kesimpulan dari kualitas jasa pelayanan yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan yaitu Yamit (2010):

- a. *Excellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
- b. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan.

- c. *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- d. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e. *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
- f. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.
- g. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara benar dan dalam waktu yang tepat.

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan konteks penelitian, yaitu penelitian kualitatif dalam teknik cuplikan ini penulis menggunakan *purposive* dan *internal sampling*, Teknik internal sampling akan membantu penulis dalam memilih informan yang mengetahui dan dapat dipercaya sebagai sumber yaitu Pengelola, karyawan dan konsumen.

Dalam proses pemilihan partisipan/Informan penelitian, penelitian menggunakan teknik internal sampling. Teknik internal sampling akan membantu penulis dalam memilih informan yang mengetahui dan dapat di pertanggung jawabkan sebagai sumber, yaitu 1 (Satu) pihak pengelola, 2 (dua) pihak karyawan, 5 pelanggan tetap.

HASIL PEMBAHASAN

Kualitas Produk di Sanita Catering Semarang

Hasil wawancara dari beberapa pelanggan tetap bahwa kualitas produk yang ada pada Sanita Catering meliputi *Flavour*(rasa/bau)pada menu makanan yang di sajikan di Sanita Catering sudah enak, menu makanan yang disajikan di Sanita Catering Semarang sudah *Consistency* dalam cita rasa bumbu yang dihasilkan, Untuk *Texture* pada menu makanan di Sanita Caetring sudah bagus dari segi ukuran dan bentuk dan sudah sesuai yang saya harapkan Untuk kandungan gizi (*Nutritional Content*) sendiri sudah memenuhi dan sudah sesuai, menu makanan di Sanita Catering bisa membangkitkan selera makan keluarga saya *aromatic appeal*. Menu makanan yang di sajikan *Temperature* cepat

berubah karena terkadang menu makanan yang dikirim lebih awal dari perjanjian yang di sepakati. Untuk jumlah sajian yang ada di sanita catering sudah pas terkadang berlebihan. Untuk saat ini tidak tertarik pindah ke produk lainnya karena menurut saya menu makanan di Sanita Catering sangat cocok di lidah saya dan keluarga. Dengan senang hati saya akan mempromosikan Sanita catering kepada kerabat dan teman-teman.

Menurut Kotler & Amstrong (2003) arti dari kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Umar (2005) mendefinisikan kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai apa yang dipersepsikan konsumen. Menurut Kotler, et al (2004) dalam Tjiptono (2008) mendefenisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Marsum WA (2005), setidaknya ada 7 dimensi yang menentukan mutu makanan yang berkualitas yaitu:

a. *Flavour* (rasa/bau).

Keseluruhan kesan (sensasi) yang diterima oleh indra manusia terutama oleh rasa dan bau pada saat makanan dan minuman dikonsumsi (Fardiaz, 2004) Pengalaman yang saling berbeda tetapi menjadi satu kesatuan dari indera pengecap atau pencicip, pembau, dan perasa termasuk di dalamnya sensasi rasa hangat atau rasa sakit yang ringan seperti rasa pedas harus diperhatikan bahwa rasanya harus enak dan baunya pun harus sedap.

b. *Consistency* (kemantapan, ketepatan).

Hidangan yang disajikan harus sesuai dengan standar yang pasti (Menurut West, Wood dan Harger, Gaman dan Sherrington serta Jones dalam Margaretha dan Edwin, 2012) Mutu hidangan/menu yang lengkap harus dijaga supaya mantap atau tetap baik dalam hal mutu, rasa, dan aromanya.

c. *Texture* (susunan/bentuk/potongan).

Tingkat tipis dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dari reseptor di mulut. (Menurut West, Wood dan Harger, Gaman dan Sherrington serta Jones dalam Margaretha dan Edwin, 2012). Ada banyak

tekstur makanan antara lain halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Di dalam menyajikan menu lengkap, harus ada hidangan yang ringan (hidangan pembuka), cukup berat (sop), dan hidangan paling berat (hidangan utama).

d. *Nutritional Content* (kandungan gizi).

Adalah unsur yang terkandung di makanan dimana bisa memberi dampak positif bagi yang mengkonsumsinya sehingga menjadi lebih sehat (Almatsier, 2005). Makanan yang disajikan tetap harus diperhatikan kandungan gizinya. Seperti dalam satu hidangan terdiri dari karbohidrat, lemak, protein, serat dan kandungan gizi penting lainnya yang sesuai untuk porsi dewasa.

e. *Visual appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata).

Bentuk Bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata. (Menurut West, Wood dan Harger, Gaman dan Sherrington serta Jones dalam Margaretha dan Edwin, 2012) Warna Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen. misalnya hidangan harus diatur, disusun dengan rapi, seni dan baik agar benar-benar menarik sehingga menimbulkan selera makan bagi konsumen/tamu.

f. *Aromatic appeal* (daya tarik penarik lewat bau harum).

Aromatic appeal adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut. (Menurut West, Wood dan Harger, Gaman dan Sherrington serta Jones dalam Margaretha dan Edwin, 2012). Di dalam menyusun suatu hidangan perlu diperhatikan juga aromanya. Maka yang disajikan harus sedap/harum aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan para konsumen/tamu. Menurut penyelidikan ternyata bahwa daya penarik lewat mata lebih kuat daripada daya tarik lewat bau harum makanan itu.

g. *Temperature* (panas/dingin).

Artinya di dalam menyajikan makanan harus diperhatikan suhunya (Menurut West, Wood dan Harger, Gaman dan Sherrington serta Jones dalam Margaretha dan Edwin, 2012) Temperatur juga bisa mempengaruhi rasa, misalnya rasa

manis pada sebuah makanan akan lebih terasa saat makanan tersebut masih hangat, sementara rasa asin pada sup akan kurang terasa pada saat sup masih panas. Makanan panas harus disajikan dalam keadaan benar-benar panas, dengan piring yang panas. Makanan yang dingin harus disajikan dalam keadaan benar-benar dingin.

Menurut Kotler (1997) menyatakan bahwa pelanggan yang puas akan kinerja perusahaan mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- e. Menjadi lebih setia.
- f. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada.
- g. Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya.
- h. Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing dan kurang sensitif terhadap harga.

Pelayanan di Sanita Catering Semarang

Hasil wawancara dengan beberapa karyawan yang bekerja di Sanita Catering mengenai pelayanan yang diberikan kepada konsumen meliputi dalam memberikan pelayanan di Sanita Catering sudah sesuai instruksi yang di berikan yaitu dengan cara menjaga kebersihan lingkungan kerja serta menjaga kualitas bahan baku makanan, serta memberikan pelayanan di Sanita Catering sudah sesuai instruksi yang di berikan yaitu *greeting 5S* (Salam, Sapa, Sopan, Santun, Senyum). Kesigapan karyawan dalam mengatasi komplain dari pelanggan. Selalu memberikan jawaban yang tepat atas produk yang ingin dipesan oleh konsumen dan memuaskan kepada pelanggan atas pelayanan yang sudah diberikan sudah sesuai harapan, sampai saat ini pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah tergolong baik meliputi adanya fasilitas yang memadai pada saat membuat produk makanan atau minuman, serta penampilan fisik karyawan dari ujung rambut sampai kaki sudah tergolong rapi dan bersih. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pelayanan yang ada di Sanita Catering sudah cukup baik karena pada kenyataannya beberapa pelanggan tetap senang hati saya akan mempromosikan Sanita catering kepada kerabat dan teman-teman.

Pelayanan Bagian yang paling rumit dari pelayanan adalah kualitasnya yang sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari

konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik.

Kualitas pelayanan terdiri dari dua bagian yang saling mempengaruhi, yaitu kualitas pelayanan internal dan kualitas pelayanan eksternal. Kualitas pelayanan internal akan mendorong terwujudnya kepuasan karyawan (sebagai pelanggan internal), kepuasan yang tercipta akan mendorong timbulnya loyalitas terhadap perusahaan. Kemudian loyalitas karyawan akan mengarah pada peningkatan produktifitas, produktifitas yang tinggi akan menciptakan pelayanan eksternal, yang kemudian akan menentukan kepuasan pelanggan eksternal (Tjiptono, 2006). Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua hal, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang diterima (*perceived service*). Kemudian kualitas pelayanan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Peningkatan Kualitas Produk Dan Pelayanan Untuk Kepuasan Konsumen Di Sanita Catering Semarang

Umar (2005) mendefinisikan kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai apa yang dipersepsikan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan tamu adalah respon tamu terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan aktual kinerja produk yang dirasakan. Sedangkan menurut Engel (dalam Tjiptono 2004) mengungkapkan bahwa kepuasan tamu merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan tamu, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan tamu.

Sanita Catering mempunyai 8 (delapan) standar kualitas produk yang baik diantara 8 (delapan) kualitas produk tersebut adalah *flavour, consistency, texture, nutritional content, visual appeal, aromatic appeal, temperature, dan recipes*. Pelanggan tetap berpendapat bahwa kualitas produk yang di Sanita Catering sudah tergolong cukup baik akan tetapi ada beberapa kualitas produk yang perlu ditingkatkan meliputi *consistency, texture, temperature dan recipes*.

Kualitas produk yang ada pada Sanita Catering meliputi *Flavour*(rasa/bau)pada menu makanan yang di sajikan di Sanita Catering sudah enak, menu makanan yang disajikan di Sanita Catering Semarang sudah *Consistency* dalam cita rasa bumbu yang

dihasilkan, Untuk *Texture* pada menu makanan di Sanita Catering sudah bagus dari segi ukuran dan bentuk dan sudah sesuai yang saya harapkan Untuk kandungan gizi (*Nutritional Content*) sendiri sudah memenuhi dan sudah sesuai, menu makanan di Sanita Catering bisa membangkitkan selera makan keluarga saya *aromatic appeal*. Menu makanan yang di sajikan *Temperature* cepat berubah karena terkadang menu makanan yang dikirim lebih awal dari perjanjian yang di sepakati. Untuk jumlah sajian yang ada di sanita catering sudah pas terkadang berlebihan. Untuk saat ini tidak tertarik pindah ke produk lainnya karena menurut saya menu makanan di Sanita Catering sangat cocok di lidah saya dan keluarga. Dengan senang hati saya akan mempromosikan Sanita catering kepada kerabat dan teman-teman.

Sanita Catering mempunyai 5 (lima) unsur diantara 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan dan kepastian), *emphaty* (empati), *intanggible* (berwujud). Karyawan berpendapat bahwa masih ada beberapa yang harus ditingkatkan meliputi dalam unsur dimensi *responsiveness* (ketanggapan) dan *emphaty* (emphaty), guna meningkatkan kepuasan konsumen pembelian produk pada periode berikutnya. Hasil wawancara dengan beberapa karyawan yang bekerja di Sanita Catering mengenai pelayanan yang diberikan kepada konsumen meliputi dalam memberikan pelayan di Sanita Catering sudah sesuai instruksi yang di berikan yaitu dengan cara menjaga kebersihan lingkungan kerja serta menjaga kualitas bahan baku makanan, serta memberikan pelayan di Sanita Catering sudah sesuai instruksi yang di berikan yaitu *greeting 5S* (Salam, Sapa, Sopan, Santun, Senyum). Kesigapan karyawan dalam mengatasi komplain dari pelanggan. Selalu memberikan jawaban (*assurance*) yang tepat dan memuaskan kepada pelanggan, serta sampai saat ini Sampai saat ini pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah tergolong baik meliputi adanya fasilitas yang memadai pada saat membuat produk makanan atau minuman, serta penampilan fisik karyawan dari ujung rambut sampai kaki sudah tergolong rapi dan bersih. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa tamu yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

SIMPULAN

Berdasarkan dari penelitian, maka dapat disimpulkan tentang Peningkatan Kualitas Produk dan Pelayanan untuk kepuasan konsumen di Sanita Catering Semarang sebagai berikut :

1. Kualitas produk di Sanita Catering 8 (delapan) standar kualitas produk yang baik diantara 8 (delapan) kualitas produk tersebut adalah *flavour*, *consistency*, *texture*, *nutritional content*, *visual appeal*, *aromatic appeal*, *temperature*, dan *recipes*. Pelanggan tetap berpendapat bahwa kualitas produk yang di Sanita Catering sudah tergolong cukup baik akan tetapi ada beberapa kualitas produk yang perlu ditingkatkan meliputi *consistency*, *texture*, *temperature* dan *recipes*.
2. Kualitas pelayanan di Sanita Catering mempunyai 5 (lima) unsur diantara 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan dan kepastian), *emphaty* (empati), *intanggible* (berwujud). Karyawan berpendapat bahwa masih ada beberapa yang harus ditingkatkan meliputi dalam unsur dimensi *responsiveness* (ketanggapan) dan *emphaty* (emphaty), guna meningkatkan kepuasan konsumen pembelian produk pada periode berikutnya.
3. Upaya peningkatan kualitas produk dan pelayanan untuk kepuasan konsumen di Sanita Catering Semarang meliputi *Flavour* (rasa/bau) pada menu makanan yang di sajikan di Sanita Catering sudah enak, menu makanan yang disajikan di Sanita Catering Semarang sudah *Consistency* dalam cita rasa bumbu yang dihasilkan, Untuk *Texture* pada menu makanan di Sanita Caetring sudah bagus dari segi ukuran dan bentuk dan sudah sesuai yang saya harapkan. pelayanan yang diberikan kepada konsumen meliputi dalam memberikan pelayan di Sanita Catering sudah sesuai instruksi yang di berikan yaitu dengan cara menjaga kebersihan lingkungan kerja serta menjaga kualitas bahan baku makanan, serta memberikan pelayan di Sanita Catering sudah sesuai instruksi yang di berikan yaitu *greeting 5S* (Salam, Sapa, Sopan, Santun, Senyum). Kesigapan karyawan dalam mengatasi komplain dari pelanggan. Selalu memberikan jawaban (*assurance*) yang tepat dan memuaskan kepada pelanggan, serta sampai saat ini Sampai saat ini pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah tergolong baik meliputi adanya fasilitas yang memadai pada saat membuat produk makanan atau minuman, serta penampilan fisik karyawan dari

ujung rambut sampai kaki sudah tergolong rapi dan bersih. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pelayanan yang ada di Sanita Catering sudah Cukup baik karena pada kenyataannya beberapa pelanggan tetap senang hati saya akan mempromosikan Sanita catering kepada kerabat dan teman-teman.

DAFTAR PUSTAKA

- Almatsier, S. 2005. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Umum
- A.W Marsum, 2005. *Restoran Dan Segala Permasalahannya Edisi IV*. Yogyakarta: Andi
- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. And L. Berry L. 1985. "Problems And Strategies In Services Marketing". *Jurnal Of Marketing* Vol. 49. (Spring).
- Buchari Alma, 2005. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* Cetakan 5. Bandung: Cv Alfabeta
- Fardiaz, Dedi, Kriteria Dan Tat Laksana, 2004. *Penilaian Produk Pangan, Cetakan Pertama*, Jaskarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Media Pressindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Dan Kontrol*. Jilid 1 (*Edisi Bahasa Indonesia Dari Principles Of Marketing 9e*). Jakarta: Penerbit PT Prenhalindo
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium, jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2004. *Manajemen Pemasaran, Edisi Melinium*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, R. Dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Barat
- Margaretha S. & Edwin Japarianto 2012. *Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image Terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Supranto. 1997. *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2008, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta, Penerbit ANDI.
- _____. 2008, *Strategi Pemasaran Ed.3*. Yogyakarta; Penerbit ANDI
- Umar, Husein. 2005, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Ed 7*, Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Yamit, Zulian. 2010, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Ekonisia.