

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK DALAM UPAYA MENCIPTAKAN MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA *ROCKET CHICKEN* HKSJN BANJARMASIN)

Nama : Githa Arini Sugiono
E-mail : Githaarini@gmail.com

ABSTRAK

Githa Arini Sugiono, 2020, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Dalam Upaya Menciptakan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin), Pembimbing I : H. Mohammad Zainul Pembimbing II : Hj. Farida Yulianti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan dan citra merek dalam upaya menciptakan minat beli konsumen di Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif dan merupakan penelitian survey. Sampel diambil dengan metode penelitian secara langsung dan pengumpulan data dari Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1) Kualitas pelayanan yang signifikan dijalankan oleh Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin dalam menciptakan minat beli pada pelanggannya, 2) Citra merek yang signifikan digunakan oleh Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin dalam menciptakan minat beli pada pelanggannya, 3) Kendala signifikan yang dihadapi oleh Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun citra merek guna menciptakan minat beli pada pelanggannya.

Pada penelitian ini, penulis menyarankan agar perusahaan lebih membangun citra merek dan produk pada Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan akan menjadi lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Githa Arini Sugiono, 2020, Service Quality and Brand Image in an Effort to Create Consumer Purchase Interest (Study on Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin), Advisor I: H. Mohammad Zainul, SE Supervisor II: Hj. Farida Yulianti

This study aims to determine the analysis of service quality and brand image in an effort to create consumer buying interest in Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin. This research uses descriptive qualitative research design and is a survey research. Samples were taken by direct research methods and data collection from Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin.

The results of this study indicate that 1) Significant service quality is carried out by Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin in creating buying interest in its customers, 2) Significant brand image used by Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin in creating buying interest in its customers, 3) Significant constraints faced by Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin in improving service quality and building brand image in order to create buying interest in its customers.

In this study, the authors suggest that companies build brand and product images more on Rocket Chicken HKSJN Banjarmasin so that consumers feel satisfied that the services provided will be more effective and efficient.

Keywords: Service Quality, Brand Image and Consumer Purchase Interest

PENDAHULUAN

Persaingan yang dihadapi sebuah industri tidak lagi datang dari kawasan atau wilayah geografis setempat, tetapi raksasa global dari mancanegara hadir untuk saling berebut pasar. Pada saat ini banyaknya bermunculan perusahaan-perusahaan yang beragam bentuk usahanya, yang menandakan bahwa dunia usaha semakin maju. Dalam mengembangkan usahanya suatu perusahaan harus juga memperhatikan unsur-unsur penting dalam pelayanan yang terdiri dari produk, distribusi, dan promosi. Pemasaran umumnya dilihat sebagai tugas menciptakan, mempromosikan, serta menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen.

Promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting, yang dilaksanakan oleh perusahaan, dalam memasarkan produk atau jasanya. Tanpa promosi keberadaan produk kurang mendapat perhatian dari konsumen atau bahkan konsumen tidak tahu sama sekali mengenai produk tersebut.

Konsep dasar dalam pelayanan bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu, pelayanan juga berperan sebagai jembatan utama, penghubung antara perusahaan sebagai produsen dengan para pelanggan sebagai konsumen. Tidak ada gunanya barang atau jasa yang bermutu baik tetapi konsumen tidak mengetahui apa yang dipasarkan oleh perusahaan karena tidak adanya informasi mengenai produk yang dijual. Bagi perusahaan, di sinilah pentingnya untuk meningkatkan strategi pemasaran yang lebih efektif guna tercapainya tingkat pemasaran yang tinggi.

Di dalam menunjang kemampuan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan membutuhkan adanya promosi, karena promosi mempunyai peranan penting didalam menunjang keberhasilan

perusahaan. Kegiatan promosi merupakan penghubung antara pihak perusahaan dan produk yang dijualnya dengan pihak konsumen. Selain itu promosi merupakan penunjang bagi strategi-strategi perusahaan, baik itu strategi dalam produk, harga maupun distribusi.

Menurut Arisutha, Damartaji, (2005), mendefinisikan pelayanan adalah perilaku penjual kepada pembeli dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginannya, pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atau pertolongan kepada orang lain, baik berupa non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri.

Citra adalah tujuan pokok bagi suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra itu sendiri abstrak atau intangible, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari penilaian, baik semacam tanda respek dan rasa hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap organisasi atau perusahaan tersebut dilihat sebagai sebuah badan usaha yang dipercaya, profesional, dan dapat diandalkan dalam pembentukan pelayanan yang baik.

Tugas manajemen pemasaran bukan hanya sebatas bagaimana menjual produk sebanyak mungkin (semaksimal mungkin). Namun lebih dari itu, yakni bagaimana menjual produk perusahaan semaksimal mungkin diiringi cara pelayanan yang baik. Hal ini berguna dalam mengantisipasi faktor jangka panjang, yaitu dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan yang pada akhirnya dapat mempertahankan serta meningkatkan faktor penjualan.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah diskriptif kualitatif yaitu dimana jenis ini cenderung menggunakan analisis sebagai panduan penelitian sesuai fakta dilapangan dan untuk memahami, mencari data yang

dikumpulkan dari sumber data yang benar agar sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Penelitian ini dilakukan pada *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin yang beralamatkan di jalan HKSJN No.3, Alalak Utara, Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70124.

Dalam usaha untuk memperoleh data manajemen Sumber daya manusia tentang disiplin kerja dan motivasi kerja karyawan, penulis menempuh cara-cara seperti :

1. Observasi : Mengadakan pengamatan langsung melalui perusahaan yang menjadi objek untuk memahami dari sebuah *fenomena*, dan untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan guna melanjutkan suatu penelitian.
2. Wawancara : Mengadakan tanya jawab antara dua pihak yaitu pewawancara dan narasumber untuk memperoleh data, keterangan atau pendapat tentang suatu hal. Pewawancara adalah orang yang mengajukan pertanyaan. Narasumber adalah orang yang memberikan jawaban atau pendapat atas pertanyaan pewawancara. Narasumber juga biasa disebut dengan informan. Orang yang bisa dijadikan sebagai narasumber adalah orang yang ahli di bidang yang berkaitan dengan informasi yang kita cari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keterkaitan kualitas pelayanan dan citra merek dapat digambarkan bahwa kualitas pelayanan sebagai satu wujud dari citra positif perusahaan. Pencitraan merek salah satunya diwujudkan melalui pemberian pelayanan yang berkualitas dan citra positif dapat membuat pelayanan menjadi semakin berkualitas. Sementara

hubungan antara kualitas pelayanan dengan pelanggan dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan, kualitas sebagai akibat dari rasa puas pelanggan, melakukan pembelian ulang, merekomendasikan pada orang lain.

Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup. Citra Merek merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra yang baik tentang produk akan menguntungkan perusahaan, karena konsumen secara tidak sadar akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Bahwa citra adalah sesuatu yang ditonjolkan secara nyata yang timbul berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang ada. Citra yang dimaksud disini adalah kesan yang ingin diberikan oleh perusahaan kepada publik atau khalayaknya agar timbul opini publik yang positif tentang perusahaan tersebut.

1) Kualitas Pelayanan yang dijalankan oleh *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin sebagai berikut :

(1) Menyambut tamu dengan senyum dan salam.

1. Senyum dan salam bervariasi
2. Nada suara dan antusias
3. Sikap dan posisi badan
4. Menatap ke wajah tamu
5. Ramah dan sopan untuk menghargai tamu

(2) Menawarkan produk

1. Tawarkan kelengkapan makanan utama, penyerta, penutup dan minuman
2. Menaikkan porsi makanan/minuman
3. Hanya dilakukan sekali saja
4. Memperkenalkan menu komplet maupun promosi

- untuk meningkatkan penjualan
- (3) Menerima dan mengulangi pesanan
 1. *Dine in/Take away*
 2. Nama produk sesuai menu board
 3. Ketetapan pesanan
 4. Sebutkan produk pesanan yang belum tersedia ke *kitchen* dan diterima *kitchen crew* dengan ucapan "*thank you*"
 5. Menyebutkan nama produk agar jelas bagi *kitchen staff* maupun tamu sekaligus memperkenalkannya
 - (4) Menyiapkan pesanan dengan cepat dan rapi
 1. Kecepatan penyiapan
 2. Urutan penyiapan
 3. Penempatan pada tray/bag
 4. Pengecekan kualitas produk
 5. Menyiapkan pesanan yang sudah siap pada tray agar mudah dibawa
 - (5) Memposting pesanan
 1. Menanyakan kartu diskon
 2. Ketepatan dan kecepatan
 3. Sebutkan total harga
 4. Sebagai dasar perhitungan penjualan/cost/ordering
 - (6) Menerima uang pembayaran
 1. Meletakkan uang pembayaran
 2. Pengembalian ketangan tamu
 3. Agar tamu tetap melihat uang yang diberikan
 - (7) Memberikan uang pesanan dan bukti pembayaran
 1. Menyebutkan ulang pesanan
 2. Pemberian condiment
 3. Struk
 4. Memastikan pesanan sesuai beserta condiment
 - (8) Mengucapkan terima kasih dan meminta datang kembali
 1. Senyuman
 2. Variasi
 3. Memanfaatkan kesempatan sebelum tamu kemeja
- 2) Citra Merek yang digunakan oleh *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin dalam menciptakan minat beli pada pelanggannya sebagai berikut :
- (1) Citra Bayangan
Citra Bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap perusahaan.
 - (2) Citra Yang Berlaku
Citra Yang Berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu perusahaan.
 - (3) Citra Yang Diharapkan
Citra Yang Diharapkan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
 - (4) Citra Perusahaan
Citra Perusahaan adalah citra dari suatu perusahaan secara keseluruhan. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan, antara lain sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang dan lain sebagainya.
 - (5) Citra Majemuk
Citra Majemuk Citra ini dapat diterapkan pada semua jenis organisasi atau perusahaan yang memiliki banyak unit dan pegawai (anggota).
Rocket Chicken telah dikenal dalam masyarakat dan mempunyai jaringan penjualan yang luas salah satunya adalah *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin.

Konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap Citra Merek *Rocket Chicken* karena melihat dari beberapa pertimbangan yaitu popularitas perusahaan *Rocket Chicken*, kredibilitas perusahaan *Rocket Chicken*, jaringan/cabang *Rocket Chicken* yang luas hampir di seluruh kota-kota besar di Indonesia.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari pembahasan diatas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dari Skripsi pada *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas Pelayanan terbukti sangat positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin. Penilaian konsumen terhadap kualitas layanan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.
- 2) Citra Merek terbukti sangat positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin. Citra Merek *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin yang dipersepsikan oleh konsumen mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.
- 3) Kepuasan konsumen mampu memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.
- 4) Kepuasan konsumen mampu memediasi Citra Merek terhadap loyalitas konsumen.

2. Saran-saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan dalam pembuatan laporan Skripsi kepada *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin sebagai berikut :

- 1) Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan

pelanggan. Oleh karena itu penting bagi pengelola *Rocket Chicken* untuk lebih meningkatkan kualitas produknya dengan melakukan pengawasan yang ketat pada bagian produksi, mulai dari pengawasan bahan baku sampai penyajian. Produk dari restoran *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin akan semakin baik jika pihak pengelola restoran dapat menjaga aroma dan cita rasa (taste) masakan secara konsisten.

- 2) Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap niat perilaku. Hal ini perlu dipertahankan oleh pihak *Rocket Chicken* agar pelanggan tidak beralih ke restoran lain. Untuk meningkatkan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, restoran disarankan untuk menambah fasilitas umum bagi pelanggan seperti tempat bermain anak, area hotspot (*wi-fi*), dan ruang sholat.
- 3) Restoran *Rocket Chicken* HKSJN Banjarmasin juga harus memperhatikan kepuasan para pelanggannya secara terus-menerus. Pihak restoran *Rocket Chicken* disarankan untuk melakukan survey kepuasan pelanggan melalui kotak saran, dan kartu komentar. Survey tersebut diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen *Rocket Chicken* dalam meningkatkan mutu pelayanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang lebih baik di masa yang akan datang.

REFERENSI

- Aaker, David. 2007, *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Cetakan Pertama Penerbit Mitra Utama.

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Akbar, Adam "Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba," *Jurnal Universitas Gunadarm*. Jakarta. 2012.
- Al Fatta, Hanif. 2007, *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi*. Yogyakarta : ANDI.
- Anatan, Lina & Lena Ellitan. 2008, *Supply Chain Management Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV. Alfabeta
- Arisutha, Damartaji, 2005, *Dimensi Kualitas Pelayanan*. Penerbit Gremedia Pustaka, Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Atep Adya Barata. 2003, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : Elex Media Kompetindo.
- Basu Swastha, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*; Yogyakarta: BPFE.
- Catur, Rismiati.E. dan Ig. Bondan Suratno. 2001, *Pemasaran Barang dan Jasa*, Cetakan Pertama, Penerbit : Kanisius, Yogyakarta.
- Dara Sartika, Dewi. 2010, Pengaruh Trust in a Brand Terhadap *Brand Loyalty* Produk Air Minum Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMSU
- Dewi, Janita Ike. 2005, *Perspektif Baru dalam Strategi Branding, Bisnis, dan Karir*. Yogyakarta: Penerbit Amara Books.
- Kotler, Philip. 2000, *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Maddy, Khairul, 2009, *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*, Jakarta : Chama Digit.
- Medan. *Skripsi*, Medan : Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta.
- Winardi, J. (2), 2005, *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*, Cetakan Ke-1, Jakarta, Prenada Media