

**PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KUALITAS  
PRODUK DAN PROMOSI PADA USAHA BOLU MENARA**

**Ayu Sharon Sapm Simanungkalit<sup>1</sup>, Sabda Dian Nurani Siahaan<sup>2</sup>**

Universitas Negeri Medan

Email: [ayusharon976@gmail.com](mailto:ayusharon976@gmail.com)<sup>1</sup>, [sabda@unimed.ac.id](mailto:sabda@unimed.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak** – Persaingan zaman sekarang, bisnis dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai yang tinggi, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing lainnya, serta mengkomunikasikan produk kepada pelanggan melalui kegiatan promosi yang merupakan suatu hal penting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami apakah promosi dan kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bolu Menara. Populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan yang pernah berkunjung dikarenakan tertarik dan melakukan pembelian produk Bolu Menara. Sampel penelitian adalah 96 responden, menggunakan teknik Accidental Sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Partial Least Square (SmartPLS) 4.1. Hasil uji membuktikan bahwa promosi dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Promosi, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Bolu Menara.

*Abstract* – In today's competition, businesses are required to offer quality products and have high value, so that they appear different from other competitors' products, as well as communicating products to customers through promotional activities which is an important thing. This research aims to find out and understand whether promotion and product quality have a positive and significant influence on customer satisfaction at Bolu Menara. The population in this research are customers who have visited because they were interested and purchased Bolu Menara products. The research sample was 96 respondents, using the Accidental Sampling technique. Data collection was carried out using a questionnaire. This research uses the Partial Least Square (SmartPLS) 4.1 data analysis technique. The test results prove that promotion and product quality have a positive and significant influence on the dependent variable, namely customer satisfaction.

**Keywords:** Promotion, Product Quality, Customer Satisfaction, Bolu Menara..

## **PENDAHULUAN**

Dalam lingkungan bisnis yang semakin ketat, para pengusaha mencari cara terbaik untuk memasarkan barang mereka. Semua orang yang bekerja di tiap industri harus peka terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Saat ini, setiap negara berusaha untuk mendorong bisnis untuk beroperasi semaksimal mungkin. Oleh karena itu, para pelaku bisnis (wirausaha muda) harus berkompetisi dan kompeten dalam menciptakan nilai barang dan jasa dengan menggabungkan pengetahuan, menemukan cara baru, dan mengembangkan proses pengetahuan melalui ide kreatif dan inovatif. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, kemasan, dan sebagainya) (Handoko, 2010:49).

Salah satunya adalah memulai bisnis toko roti. Masyarakat sangat membutuhkan roti sebagai pengganti makanan pokok sehari-hari. Perusahaan bakery memiliki kompetensi yang sangat kuat, jadi setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan agar mereka dapat memperluas porsi pasar mereka. Karena tuntutan pasar yang berubah-ubah, perusahaan harus membuat strategi pemasaran yang berfokus pada pasar untuk mempersiapkan diri dan menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Bisnis toko roti yang saat ini sedang diminati masyarakat, apalagi di kalangan anak muda yaitu Bolu Menara. Dikarenakan produk memiliki harga sesuai standar dan bisa diberikan untuk sebagai hadiah kepada teman, pacar ataupun keluarga. Dalam bisnis, selalu ada persaingan, terutama di kota besar yang memiliki banyak toko kue yang sudah lama berdiri. Dengan demikian, pemasaran digital juga merupakan bagian penting dari keberhasilan dan pertumbuhan bisnisnya di era digital saat ini. Jika ketidakpuasan itu terus menerus terjadi, tentu toko akan mengalami kerugian.

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produk dan membujuk konsumen untuk membeli. Promosi dilakukan untuk memberi tahu pelanggan tentang barang atau jasa dan menumbuhkan permintaan yang terus-menerus, hingga pelanggan akhirnya menjadi pelanggan. Promosi adalah upaya yang sangat penting yang dilakukan oleh perusahaan. Tujuan dari promosi ini adalah untuk menarik pelanggan potensial untuk membeli atau mengkonsumsi barang tersebut.

Tetapi promosi bukanlah satu-satunya faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, promosi hanya menjadi proses menginformasikan, membujuk dan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk juga memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk memiliki peran dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mendorong pelanggan untuk menjadi loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Kualitas adalah jaminan dari suatu produk dan digunakan untuk meningkatkan daya saingnya. Produk harus memenuhi kepuasan pelanggan dengan kualitas yang melebihi atau paling tidak sama dengan produk pesaing. Seperti beberapa pelanggan mengatakan bahwa bolu yang dibeli seperti rasa bolu yang sudah lama, serta bolu yang diterima terlihat sudah berubah tekstur dan periklanan melalui konten yang dibuat tidak kreatif sehingga mengurangi fokus pelanggan terhadap bolu menara.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Bolu Menara”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Kepuasan Pelanggan**

Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman sebelumnya, komentar dari

kerabat, janji dan informasi dari pemasar dan pesaing. Pelanggan yang puas akan lebih setia, kurang sensitif terhadap harga, dan memberi ulasan yang baik tentang perusahaan. Adapun menurut Tjiptono (2012) beberapa indikator kepuasan pelanggan yang terdiri atas kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Menurut Sangadji (2013) bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan.

## **2. Promosi**

Meskipun pelanggan mungkin memiliki persepsi yang berbeda tentang kualitas produk, setidaknya mereka akan memiliki produk dengan kualitas yang baik. Adapun menurut Tjiptono (2020) beberapa indikator kualitas produk yang terdiri atas periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), penjualan personal (personal selling), pemasaran langsung (direct marketing) dan hubungan masyarakat (public relations).

## **3. Kualitas Produk**

Setiap perusahaan yang ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan berusaha membuat produk berkualitas tinggi, yang ditampilkan baik melalui desain produk dan inti produk itu sendiri. Dengan adanya kualitas yang baik, maka akan terbentuk suatu karakteristik yang baik di pandangan pelanggan. Adapun menurut Tjiptono (2020) beberapa indikator kualitas produk yang terdiri atas kinerja (performance), keandalan produk, feature (ciri-ciri produk), daya tahan (durability) dan estetika produk.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian kali ini, jenis penelitian yang digunakan penulis adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian kepada para responden yang ada. Hal ini dimaksudkan agar penulis mendapatkan saran serta kritik dari para pelanggan untuk kepentingan penelitian..

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Berdasarkan identifikasi menurut jenis kelamin sesuai kuesioner yang telah dibagikan kepada responden diperoleh total keseluruhan responden sebanyak 96 orang. Jumlah responden berjenis kelamin perempuan ada sebanyak 50 orang dengan persentase 52%, sedangkan jenis kelamin laki-laki hanya atau sebanyak 46 orang dengan persentase 48%.
2. Berdasarkan identifikasi menurut usia sesuai kuesioner yang telah dibagikan kepada responden diperoleh total keseluruhan responden sebanyak 96 orang. Jumlah responden berusia 21-25 tahun ada sebanyak 61 orang dengan persentase 63,54%, responden berusia 26-30 tahun ada sebanyak 21 orang dengan persentase 21,88% dan responden berusia diatas 31 tahun ada sebanyak 14 orang dengan persentase 14,58%.
3. Berdasarkan identifikasi menurut pekerjaan sesuai kuesioner yang telah dibagikan kepada responden diperoleh total keseluruhan responden sebanyak 96 orang. Jumlah responden sebagai mahasiswa sebanyak 43 orang dengan persentase 44,79%, responden sebagai wiraswasta sebanyak 13 orang dengan persentase 13,54% dan responden sebagai lain-lain sebanyak 40 orang dengan persentase 41,67%.

### **Pembahasan Hasil Analisis Data**

#### **1. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan**

Promosi adalah salah satu bentuk pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan atau minat beli masyarakat. Jika promosi dapat memenuhi fungsi utamanya, yaitu memberikan, memperkenalkan, dan menumbuhkan kepercayaan, minat beli akan meningkat. Pengujian

hipotesis 1 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan Bolu Menara.

### **2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan diatas, hipotesis 2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bolu Menara. Ini berarti, semakin baik kualitas yang diberikan maka akan semakin mendorong masyarakat untuk membeli produk Bolu Menara.

### **3. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk dan promosi bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Promosi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta, kualitas produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk mencapai kualitas produk Bolu Menara yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Belvia, S dkk. 2023. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Saltxsucre Pontianak. Universitas Sam Ratulangi.
- Hadita. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Smartphone terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid 19. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Handoko, T, Hani. 2010. Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia (edisi 2). BPF. Yogyakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2010. Principles of Marketing, thirteen editions. Prentice Hall. New Jersey.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Cv Andi.
- Suliyanto, D. (2010). Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2012). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andy