



STUDI TENTANG KUALITAS PRODUK DI CHING QING VEGE HOUSE

Geredis Geredis¹, Ivone Ivone², Yuliana Yuliana³, Arwin Aswin⁴, Cindy Cindy⁵

^{1,2}Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

^{3,4}Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Program studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

E-mail korespondensi: *² Ivonetjong@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk di Ching Qing Vege House. Adapun metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif, metode pengumpulan data. Yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah melalui metode wawancara. Data yang diperoleh dari wawancara dengan menggunakan triangulasi sumber. Dimana informan dalam penelitian ini adalah 5 pelanggan di Ching Qing Vege House. Data yang ditemukan oleh Miles & Huberman, yaitu: Reduksi Data, Tampilan Data, dan Penarikan Kesimpulan. Dalam penelitian ini penulis menemukan beberapa temuan seperti pelanggan masih kurang puas dengan kualitas produk yang disajikan di Ching Qing Vege House. Sebab rasa produk tidak konsisten, dan penampilan produk dinilai kurang menarik. Pelanggan untuk membeli seperti kemasan yang dipakai kurang menarik.

Kata Kunci: *Kualitas Produk*

ABSTRACT

The author's purpose in conducting this study was to determine the quality of the product at Ching Qing Vege House. The method used in this research is descriptive qualitative research method. method of collecting data. The author used in this study was through the interview method. Data obtained from interviews using source triangulation. Where the informants in this study were 5 customers at Ching Qing Vege House. The data found by Miles & Huberman, namely: Data Reduction, Data Display, and Conclusion Drawing. In this study the authors found several findings such as customers are still not satisfied with the quality of the products served by Ching Qing Vege House. Because the taste of the product is inconsistent, and the appearance of the product is considered unattractive. Customers to buy as the packaging used is less attractive.

Keywords: *Product Quality*

I. PENDAHULUAN

Berdasarkan harapan para manusia modern saat ini, maka bisnis kuliner menjadi salah satu prospek bisnis yang menjanjikan, seperti usaha rumah makan. Salah satu faktor keberhasilan dalam suatu usaha khususnya rumah makan yang bergerak di bidang kuliner ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan. Dengan kualitas produk yang baik maka akan menarik minat pelanggan untuk datang membeli produk yang dihasilkan dengan harapan pelanggan akan merasa puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi.

Produk makanan dan minuman yang ada di rumah makan sangatlah bersifat subjektif di mata pelanggan. Antara pelanggan satu dengan yang lain memiliki perbedaan dalam memberikan



penilaian. Pelanggan akan mempertimbangkan kualitas produk yang disediakan oleh rumah makan. Jadi pebisnis yang bijak akan menjual produk serta memperhatikan kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Penulis mencari perbandingan antara peneliti yang terdahulu dengan peneliti yang dilakukan oleh penulis untuk memosisikan penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian yang penulis anggap mempunyai relevansi dengan penelitian yang dilakukan yaitu artikel ilmiah tahun 2017 Akademi Sekretaris dan Manajemen Cendana dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji Kfc Cabang Asia Mega Mas Medan”. Oleh Ramadhan Harahap,S.E.,M.Si. Hasil penelitian yang dilakukan di Restoran Cepat Saji KFC cbg. Asia Mega Mas, Medan adalah ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji KFC cabang Asia Mega Mas Medan, yang berarti apabila kualitas yang diberikan semakin baik, maka tingkat kepuasan pelanggan juga semakin tinggi.(Ramadhan Harahap,S.E., 2017)

Penelitian selanjutnya tahun 2018 dari artikel ilmiah yang di tulis oleh Jessica Ordella Kristanto dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe One Eighteenth Coffee”. Hasil penelitian yang dilakukan di cafe One Eighteenth Coffee menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada cafe One Eighteenth Coffee. Disarankan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, maka sebaiknya cafe One Eighteenth Coffee menyediakan sarana baik secara lisan maupun tulisan agar pelanggan dapat menyampaikan keluhan, kritik, maupun saran bagi cafe One Eighteenth Coffee.(Jessica Ordella Kristanto, 2018)

Penelitian berikutnya dari Suci Rehcytia pada tahun 2020 dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan”. Hasil penelitian yang dilakukan di resto Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan menunjukkan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Disarankan untuk meningkatkan kepuasan konsumen disarankan bagi pihak perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan mengedepankan kepuasan konsumen terutama dalam hal kualitas produk dan bentuk pelayanan.(Suci Rehcytia, 2020)

Kualitas produk adalah faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan barang diproduksi. (Miguna & Nurhafifah, 2020)

penelitian ini bertujuan mengkaji Studi Tentang Kualitas Produk Di Ching Qing Vege House. Melalui penelitian ini agar bisa mengetahui upaya yang dilakukan Ching Qing Vege House dalam menjalankan kualitas produk tersebut serta Untuk menghasilkan suatu penelitian dengan hasil yang baik maka diperlukan suatu tujuan yang jelas. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang kualitas produk di Ching Qing Vege House.



Penelitian ini mulai dilakukan pada bulan Februari 2022 hingga Juni 2022, di Jl.Musang No.2A, Adapun ruang lingkup penelitian yang menjadi batasan dalam penelitian ini pada kualitas produk. Batasan pada sampel yang digunakan adalah pelanggan yang datang dan memesan makanan di Ching Qing Vege House. Untuk menghasilkan suatu penelitian dengan hasil yang baik maka diperlukan suatu tujuan yang jelas. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang kualitas produk di Ching Qing Vege House. Manfaat penelitian sebagai fasilitas untuk mempraktekkan penelitian tentang Kualitas Produk Di Ching Qing Vege House.

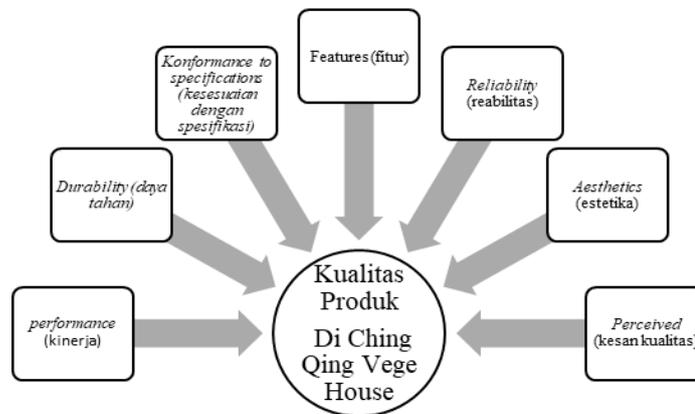
II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Qing Ching Vege House, yang berlokasi di Jl.Musang No.2A. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Februari 2022 s/d juni 2022, penelitian ini dapat dilakukan dengan cara wawancara. Didefinisikan sebagai intraksi Bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan. Salah seseorang yang melakukan wawancara meminta informasi atau ungkapan kepada orang yang diteliti yang berputar sekitar pendapat dan keyakinanya.

Menurut Mullins, et.al. dalam [9], apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing.(Andreas et al., 2021)

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performa produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan(Silvia Silvia, Elsera Siemin Ciamas, Dewi Anggraini, Ngajudin Nugroho, n.d.)

Dalam hal ini, orang yang pernah melakukan pembelian di Ching Qing Vege House dengan kriteria pelanggan tetap yang melakukan pembelian pada hari ke-1 dan hari ke-15 kalender Tionghua di minimal 1 kali di bulan mei kriteria umur di atas 17 Tahun, jenis kelamin pria maupun Wanita. Frekuensi kunjungan minimal 1 kali yang ditemui oleh penulis adalah orang yang akan menjadi sampel dari penulis dan akan dibatasi sebanyak 5 responden. Waktu dan tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut. Misalkan jika peneliti ingin meneliti preferensi konsumen terhadap satu produk dan layanan di Bank Syariah A dengan jumlah nasabah yang besar sejumlah 23.500 orang. Tentu saja peneliti tidak mesti meneliti semuanya namun hanya dilakukan sejumlah tertentu saja namun yang mewakili. (Puteri, 2020).



III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memperoleh data dan informasi mengenai Kualitas Produk di Ching Qing Vege House, Penulis melakukan wawancara semi terstruktur dengan narasumber yang telah diterapkan. Data dan informasi yang penulis terima kemudian penulis melakukan reduksi data dan dan informasi dalam format table.

Tabel 1. Apakah Ching Qing vege house menyajikan makanan dengan cepat?

No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Iya, kurang puas dengan penyajian karena terbilang agak lambat
2.	Informan B	Terkadang penyajian cepat, terkadang juga agak lambat
3.	Informan C	Masih kurang cepat dalam menyajikannya seperti pada saat takeaway juga agak lambat mempersiapkannya
4.	Informan D	Tidak, karena pada saat membeli penyajian yang diberikan lambat
5.	Informan E	Saat datang pelayan kurang



cepat dalam bertanya apa saja menu yang ingin dipesan

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 2. Apakah cita rasa Ching Qing Vege House sesuai dengan cita rasa pelanggan?

No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Iya, sesuai dengan selera saya dan rasanya memuaskan
2.	Informan B	Tidak, karena saya masih merasa kurang dengan selera saya
3.	Informan C	Sesuai dengan selera saya karena aroma dari makanan yang disajikan menggugah selera
4.	Informan D	Rasa dari makanan yang disajikan fresh dan penuh dengan cita rasa
5.	Informan E	Tekstur dari makanan yang disajikan renyah dan menggugah selera makan

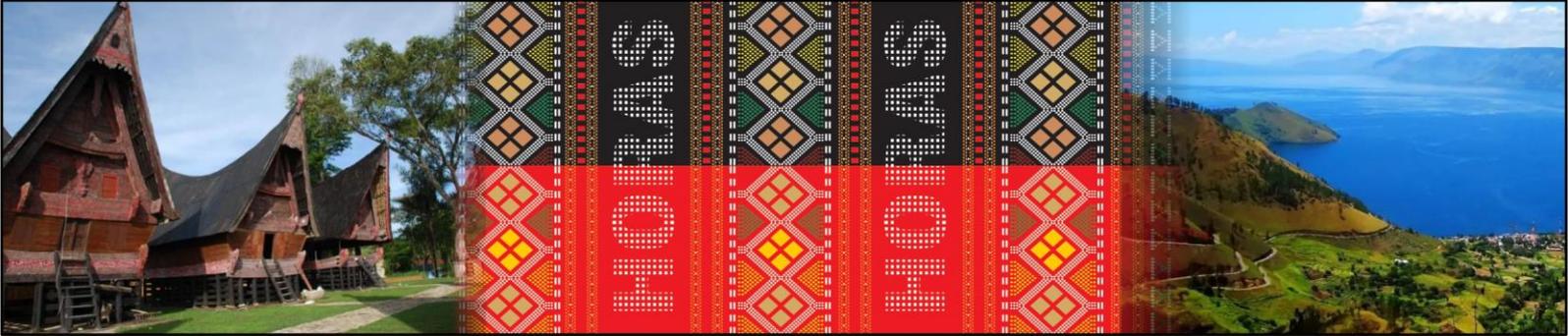
Sumber :Data diolah 2022



Tabel 3. Apakah produk Ching Qing Vege house selalu konsisten dalam penyajian dan kualitas produk serta porsi?

No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Tidak, porsi yang disajikan kurang sesuai tidak seperti yang dipresentasikan
2.	Informan B	Sudah pasti, karena pelayanan adalah kunci utama keberhasilan sebuah perusahaan
3.	Informan C	Ya, karena kualitas berpengaruh pada relasi hubungan antara staff dan pelanggan
4.	Informan D	Ya, seorang pelanggan bisa berlangganan karena dia percaya bahwa rumah makan ini berkualitas tinggi
5.	Informan E	Tentu saja, karena kualitas pelayanan yang baik juga mencerminkan citra restoran yang baik

Sumber :Data diolah 2022



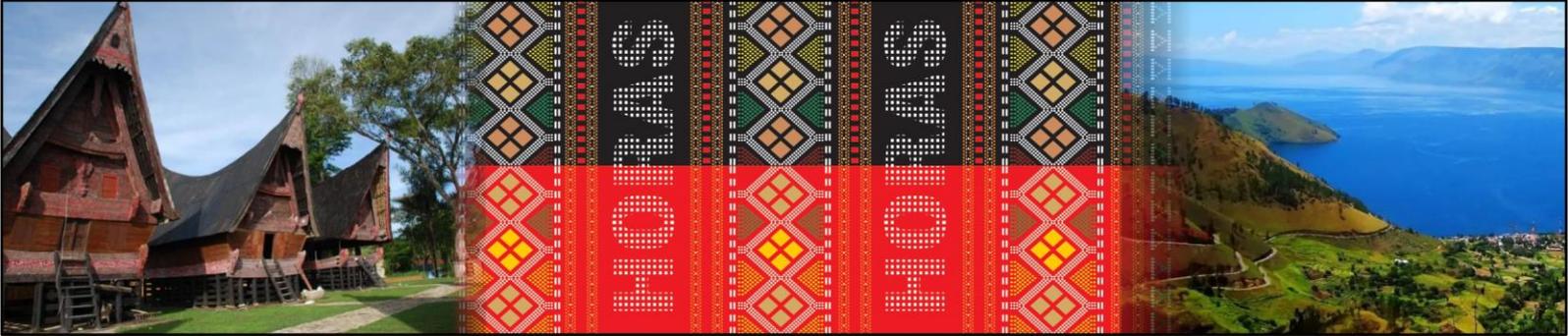
Tabel 4. Apakah keluhan yang anda alami di Ching Qing Vege House dapat diselesaikan dengan cepat?

No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Iya, cukup cepat dalam menangani keluhan dari konsumen
2.	Informan B	Tidak, keluhan yang saya berikan tidak cepat diatasi
3.	Informan C	Pelayan tidak ramah dalam menangani keluhan konsumen
4.	Informan D	Pada saat itu pelayan mengatasi keluhan saya dengan cepat dan baik
5.	Informan E	Tidak, saya memberikan keluhan kepada mereka tapi mereka tidak memberikan solusi yang baik

Sumber :Data diolah 2022

Tabel 5. Apakah kualitas produk yang disajikan ching qing vege house berkualitas?

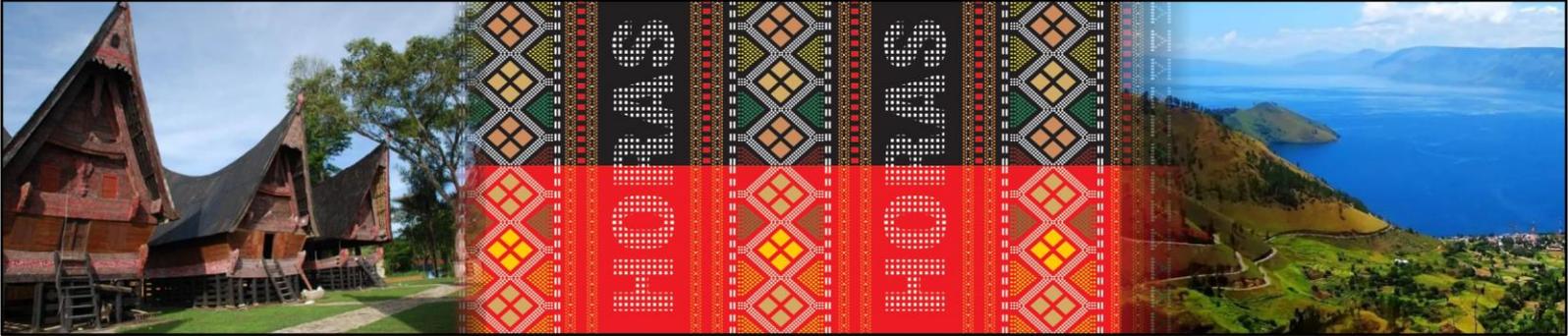
No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Tentu, saya sudah beberapa kali membeli disini dan



		kualitas dan rasa produk di Ching Qing Vege House sangat baik
2.	Informan B	Iya, produk di Ching Qing Vege House cukup berkualitas
3.	Informan C	Tentu, saya suka dengan produk di Ching Qing Vege House karena produknya yang sangat berkualitas
4.	Informan D	Iya saya setuju jika orang berkata di Ching Qing Vege House kualitas produknya baik karena saya sudah beberapa kali membeli dan sangat berkualitas
5.	Informan E	Tentu, ketika saya mencoba produknya bahan-bahan yang digunakan sangat berkualitas

Sumber :Data diolah 2022

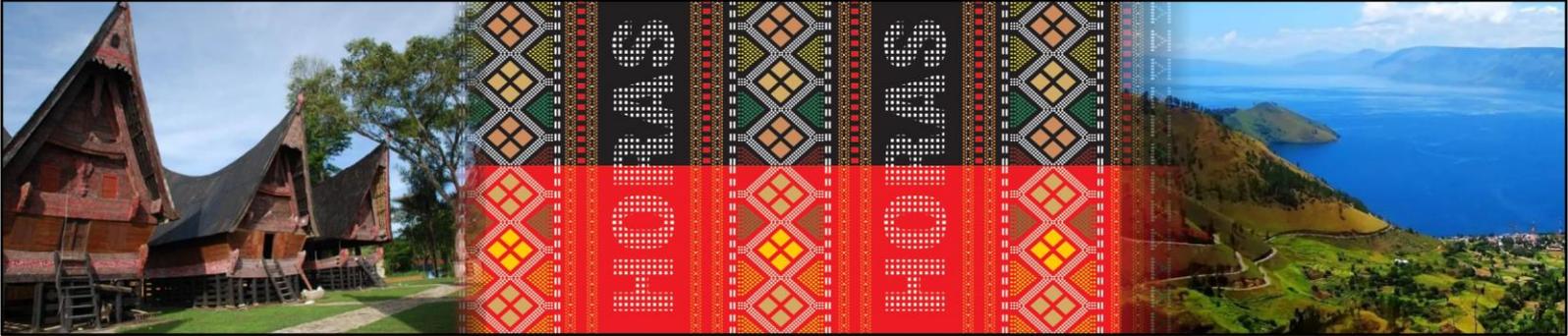
Tabel 6. Apakah produk di Ching Qing Vege House memiliki daya tahan yang jangka panjang?



No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Iya, saya membelinya beberapa kali dan produknya tahan untuk waktu yang lama.
2.	Informan B	Saya sudah mencobanya dan produknya cukup tahan
3.	Informan C	Saya sudah berlangganan di Ching Qing Vege House karena produknya yang tahan dalam waktu yang cukup lama
4.	Informan D	Saya baru pertama membelinya dan saya cukup puas dengan produknya yang tahan cukup lama
5.	Informan E	Tentu, produk di Ching Qing Vege House ini cukup tahan lama di suhu ruangan.

Sumber :Data diolah 2022

Tabel 7. Apakah penyajian/ platting produk di Ching Qing Vege House menarik?

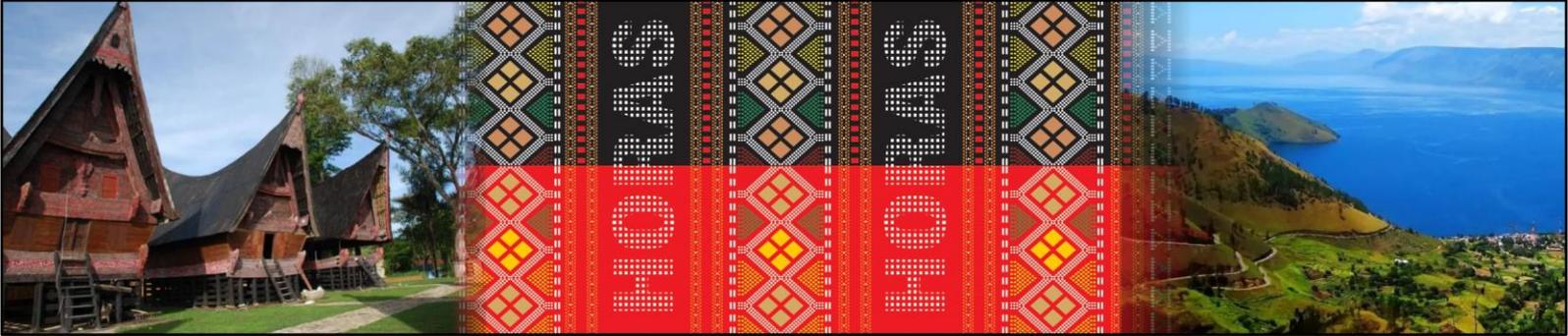


No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Saya cukup puas dengan penyajian produk karena rapih dan menarik
2.	Informan B	Saya merasa penyajiannya sudah cukup bagus dan masih bisa ditingkatkan lagi
3.	Informan C	Saya rasa kurang menarik penyajian produk ini
4.	Informan D	Iya saya tertarik dengan produk-produknya karena penyajiannya jadi saya ingin membelinya lagi
5.	Informan E	Cukup menarik dan membuat saya ingin cepat memakannya

Sumber :Data diolah 2022

Tabel 8. Apakah kualitas produk Ching Qing Vege House sesuai dengan citra/reputasi yang anda dengar?

No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Iya, banyak yang bilang di ching qing vege house memiliki produk yang



		sangat enak dan berkualitas
2.	Informan B	Ada yang mengatakan enak dan berkualitas dan ada juga yang masih kurang puas dengan produk di ching qing vege house
3.	Informan C	Iya, citra ching qing vege house yang didengar mengatakan enak dan ingin membelinya terus-menerus
4.	Informan D	Tentu, teman-teman saya yang sering membeli juga mengatakan produknya enak dan berkualitas
5.	Informan E	Ada beberapa mengatakan berkualitas produknya tapi ada juga yang bilang kurang memuaskan, mungkin sesuai selera ya

Sumber :Data diolah 2022

Tabel 9. Apakah menurut anda Ching Qing Vege House pernah melakukan peningkatan yang mungkin menurut anda berbeda dari tahun ke tahun?

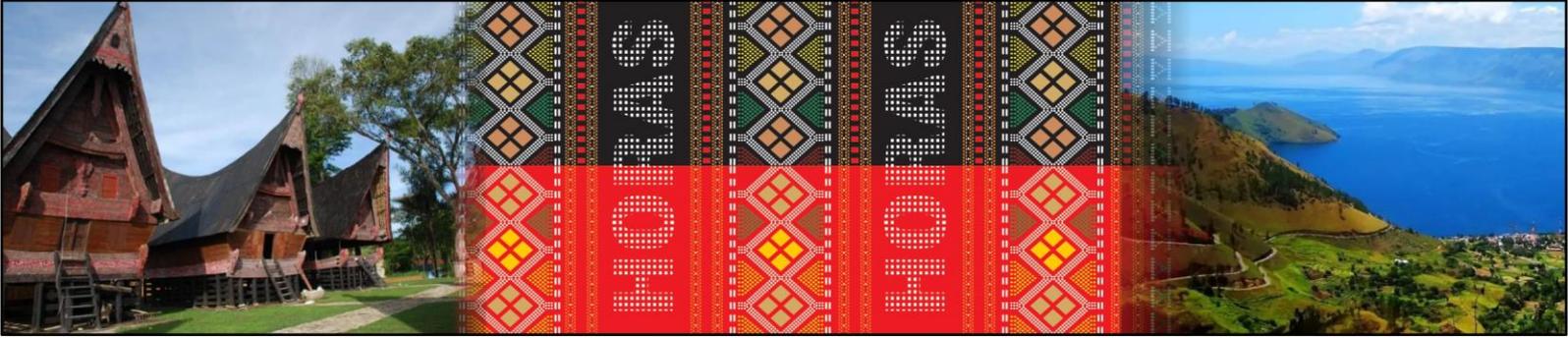


No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Tidak ada Perubahan produk
2.	Informan B	Dari Kualiatas sama saja
3.	Informan C	Perubahan karyawan
4.	Informan D	Pengaruh lingkungan kerja dan hubungan pertemanan
5.	Informan E	Lingkungan sekitar tempat shif kerja

Sumber :Data diolah 2022

Tabel 10. Apakah pelanggan pernah memberikan saran atau kritik terkait kualitas produk di Ching Qing Vege House?

No.	Narasumber	Jawaban
1.	Informan A	Adanya kotak saran
2.	Informan B	Adanya kotak pemilihan kasir terbaik
3.	Informan C	Memberikan kritik dan saran langsung kepada manajer di lokasi
4.	Informan D	Adanya kotak saran
5.	Informan E	Kritik langsung pada owner



*Sumber :Data
diolah 2022*

IV. SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas produk di Ching Qing Vege House masih menjadi harapan para pelanggan agar mereka dapat terus-menerus membeli di Ching Qing Vege House. Hal tersebut dapat dilihat dari produk yang dijual kepada pelanggan masih kurang dalam hal cita rasa yang masih tidak konsisten dan juga penampilan produk yang dinilai pelanggan tidak menarik mereka untuk membelinya.

Setiap individu memiliki cita rasa yang berbeda-beda. Ada banyak cara untuk meningkatkan kualitas produk yaitu, memperbaiki atau menambah kualitas dari rasa yang disajikan bisa juga dengan menambah aroma produk yang disajikan. Produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk didalamnya kemasan, warna, harga, kualitas, dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya. (Indrasari,2019).

Meningkatkan penampilan produk yang dinilai masih kurang menarik pelanggan untuk membeli. Ching Qing Vege House bisa meningkatkan penampilan mulai dari kemasan yang bisa didesain semenarik mungkin dan juga unik. Karena pelanggan akan tertarik dengan kemasan yang menarik. Hendaknya pihak Ching Qing Vege House, selain melihat kualitas produk, juga dapat melihat pengaruh dari faktor- faktor lain. seperti faktor harga, faktor emosional, faktor pelayanan dan faktor kemudahan. Hal ini bertujuan agar pihak Ching Qing Vege House, tetap bisa meningkatkan kualitas produk.

Bagi peneliti selanjutnya, hasil ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian serta sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel kualitas produk.

Daftar Riwayat Hidup

Nama : Geredis
Tempat/ Tanggal Lahir : Titi Akar, 02 April 2000
Alamat : Jl, Kuala Simpur/Dumai, Riau
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Buddha



Kewarganegaraan : Indonesia
No. Hp : 082274180281
Alamat Email : Geredis.zhang@gmail.com
Nama Orang Tua : 1. Johanes (ayah)
2. Sutini (ibu)
Pendidikan : 1. Tahun 2012 lulus SDN 07 Titi Akar
2. Tahun 2015 SMPN Rupert Utara
3. Tahun 2018 SMAS Sultan Agung P.Siantar

Penulis,
Geredis
NIM: 21120087

DAFTAR PUSTAKA

- Andrean, A., Nugroho, N., Akbar, F., Hutabarat, M., Anggraini, D., & Supriyanto. (2021). Keterkaitan Harga , Promosi , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Aplikasi E-Commence Shopee. *SENSASI*, 240–244. <http://seminar-id.com/prosiding/index.php/sensasi/article/view/591>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN(Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan), Universitas Brawijaya. *Administrasi Bisnis*, 37(1), 171– 177.
- Area, U. M. (2020).). *Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan Skripsi Oleh : Suci Rehcytia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan*.
- Arianty, N. (n.d.). *Manajemen Pemasaran. Medan: Perdana Publishing. 2016*.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran. Deepublish*.
- Daga, R. (2017).). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. Gobal Research and Consulting Institute*.
- Harahap, R. (2017).). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji Kfc*



Cabang Asia Mega Mas Medan. *Manajemen Tools*, 7(1)(77–84).

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Jessica Ordelia Kristanto. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe One Eighteenth Coffee*.

Kristanto, J. O. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe One Eighteenthcoffee*.

Laksana, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.

Puteri, H. E. (2020). *Menentukan Populasi dan Sampel*. Riset Ekonomi Dan Perbankan Islam, April, 2.

Ramadhan Harahap, S.E., M. S. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji Kfc Cabang Asia Mega Mas Medan*.

Silvia Silvia, Elsera Siemin Ciamas, Dewi Anggraini, Ngajudin Nugroho, I. I. (n.d.). *Analisis Kepuasan Pelanggan pada UD DAVIA, Medan | Silvia | Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)*. Retrieved June 10, 2022, from <http://prosiding.seminar-id.com/index.php/sensasi/article/view/621>

Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.

Suci Rehcytia. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Ayam Penyet Cabe Hijau Sunggal Medan*.

Sugiyono. (2018). *Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. *Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tengku Firli Musfar, S. E. M. M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.