

Analysis of Consumer Satisfaction with Smoothie Janji Manis Products in Sumedang City Through Taste, Price and Quality Factors

Jaja¹, Dewi Puspasari², Anisa Fauziah Nurtanti³, Fany Destania⁴, Novi Siti Rizki Nur Martiana⁵, Zahra

Astri Dwi Permadi⁶

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Sebelas April Sumedang

Jaja.feb@unsap.ac.id, dewi.feb@unsap.ac.id, fauziahica09@gmail.com, fanydestania03@gmail.com,
novisitirizki@gmail.com, zahraastridp@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Jan
12, 2025
Revised Feb
20, 2025
Accepted
March 17,
2025

Keywords:

Costumer
satisfaction,
price taste,
Quality,
Smoothies
Janji Manis

ABSTRACT

Customer satisfaction is the feeling of happiness or disappointment that arises from the comparison between expectations and the performance of the received product. Consumer satisfaction has five indicators, namely the complaint and suggestion system, customer satisfaction surveys, ghost shopping, lost customers, This research aims to identify the factors that influence consumer satisfaction with Smoothies Janji Manis products in the city of Sumedang. The type of research used is qualitative research based on post-positivism philosophy. This study uses the observation method with purposive sampling, along with interviews with the manager of Smoothies Janji Manis. This research yielded answers that the factors of taste, price, and quality significantly influence consumer satisfaction with Smoothies Janji Manis products. And consumers also agree on the large number of visitors to Smoothies Janji Manis.



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Jaja
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angkrek Situ No. 19, Situ, Kecamatan Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45323.
Email: jaja.feb@unsap.ac.id

1. INTRODUCTION (10 pt)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Selain mampu menyerap tenaga kerja lokal, UMKM juga berkontribusi pada pemerataan ekonomi di berbagai wilayah. Salah satu produk minuman yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah Smoothies Janji Manis. Gaya dan kualitas juga berpengaruh terhadap nilai ekonomis tinggi jika diolah secara inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar modern.

Smoothies Janji Manis adalah sebuah usaha yang baru mulai dijalankan pada tahun 2024, dengan pusat operasional yang berlokasi di kawasan Angkrek. Selain itu, usaha ini telah memiliki beberapa cabang yang tersebar di berbagai wilayah, seperti Alun-alun, Jambu, Cimalaka, dan Kebonkol. Berdasarkan informasi dari Putri yang merupakan pegawai di salah satu cabang Smoothies Janji Manis, awal mula terbentuknya usaha Smoothies Janji Manis ini berakar dari bisnis bandar buah yang telah dijalankan sebelumnya.

Smoothies Janji Manis telah menjadi salah satu *brand* yang cukup populer di Kabupaten Sumedang, dikenal luas oleh masyarakat berkat kombinasi harga yang terjangkau dan lokasi gerai yang strategis serta mudah dijangkau. Dengan banyaknya gerai yang tersebar di berbagai titik di Kabupaten Sumedang, *Smoothies* Janji Manis berhasil menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan.

Brand ini menawarkan beragam varian rasa *smoothies* yang menggugah selera, sehingga menjadi favorit banyak orang. Beberapa varian andalannya yaitu *Dragon Fruit*, yang menyajikann kesegaran buah naga dengan rasa unik dan eksotis; *Avocado Smoothies*, perpaduan lembut alpukat yang kaya nutrisi; *Strawberry Smoothies*, dengan rasa manis segar khas stroberi; serta *Mango Smoothies*, yang menawarkan sensasi tropis dengan rasa manga yang manis dan harum.

1). Manajemen Pemasaran

Perusahaan dapat mengatur pemasarannya sesuai dengan tujuan mereka dengan berbagai cara, tetapi ada pengaturan, atau manajemen, yang dimaksudkan di sini adalah manajemen pemasaran.

Menurut Buchori dan Djaslim (2019:5) “Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi.”

Manajemen pemasaran melibatkan beberapa elemen kunci yang mendukung keberhasilannya:

1. Perencanaan Strategis: Meliputi analisis lingkungan bisnis, identifikasi peluang pasar, dan penyusunan strategi pemasaran yang terintegrasi.
2. Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP): Proses membagi pasar menjadi bagian yang lebih kecil, memilih bagian yang paling potensial, dan menentukan posisi unik produk atau layanan di pasar.
3. Bauran pemasaran, juga dikenal sebagai marketing mix, terdiri dari empat komponen utama: produk (atau produk), harga (atau harga), tempat (atau lokasi), dan promosi (atau promosi). Untuk mencapai hasil yang optimal, keempat komponen ini harus dikelola secara bersamaan.
4. Pemahaman Konsumen: Mengenali kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumen untuk memberikan nilai yang sesuai.
5. Evaluasi dan Pengendalian: Melakukan pengukuran kinerja dan penyesuaian strategi untuk memastikan tujuan pemasaran tercapai.

Berdasarkan penjelasan di atas, manajemen pemasaran dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu dalam perencanaan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk kepada pasar sasaran untuk mencapai tujuan kepuasan pelanggan organisasi.

2). Kepuasan Konsumen

Perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja produk yang diterima dan harapan pelanggan dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa "Dalam konteks produk *smoothies*, kepuasan konsumen dapat diukur melalui pengalaman mereka terhadap rasa, harga, dan kualitas produk.". Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu diantaranya ada system keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, *ghost shopping*, dan *lost customer analysis*.

3). Rasa, Harga Dan Kualitas

- Rasa *smoothies* yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong loyalitas, yang menunjukkan bahwa rasa adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk makanan dan minuman.
- Faktor penting dalam keputusan pembelian pelanggan adalah harga. Jika harganya kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk, harga yang terjangkau untuk *smoothies* dapat menarik pelanggan lebih banyak dan membuat mereka membeli produk lain.
- Bahan baku atau kualitas, proses produksi, dan kemasan adalah bagian dari kualitas produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk *smoothies* berpengaruh besar terhadap kepuasan

konsumen. Produk dengan kualitas tinggi tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga meningkatkan kesetiaan mereka.

2. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran tentang bagaimana kepuasan konsumen terhadap produk Smoothies janji manis dipengaruhi. Dengan menggunakan metode ini, peneliti berusaha untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks, dinamika, dan perspektif para pelaku terkait di lapangan.

Metode pengumpulan data ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk berinteraksi langsung dengan pengelola, peneliti melakukan observasi di outlet di depan SMA 1 Sumedang dan melakukan wawancara dengan alat penelitian yang sudah disiapkan untuk mewawancarai pemilik smoothies janji manis. Semua wawancara ini direkam dan didokumentasikan sebagai foto, video, dan rekam suara.

Peneliti ini melakukan Analisis Data seperti:

- Reduksi Data menajamkan, menggolongkan, dan mengorganisasi data. Data tidak penting dibuang untuk menarik kesimpulan. Data dari observasi dan wawancara akan direduksi untuk fokus pada kepuasan konsumen kepada produk Smoothies janji manis melalui factor rasa, harga dan kualitas.

- Penyajian Data membantu memahami data dan menarik kesimpulan. Data disajikan dalam bentuk profil warung, inovasi produk, strategi pemasaran, dan kendala. Penyajian data bertujuan untuk menjawab masalah penelitian.

- Kesimpulan/Verifikasi Hasil akhir dari penelitian ini diperoleh setelah melalui proses pengumpulan dan analisis data. Kesimpulan yang diajukan bersifat sementara dan dapat berubah seiring dengan ditemukannya informasi baru. Proses pengecekan ulang terhadap data dan temuan penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil relevan dan dapat dipertanggung jawabkan.

3. RESULTS AND DISCUSSION

1. Gambaran dari Produk Smoothies Janji Manis Sumedang

Smoothies Janji Manis adalah bisnis baru yang akan dimulai pada tahun 2024 dengan kantor pusat di Angkrek. Selain itu, bisnis ini telah memiliki beberapa cabang di berbagai tempat, seperti Alun-alun, Jambu, Cimalaka, dan Kebonkol. Menurut Putri, karyawan di salah satu cabang Smoothies Janji Manis, bisnis bandar buah adalah asalnya Smoothies Janji Manis. Usaha tersebut akhirnya berkembang dengan menambahkan produk smoothies sebagai bagian dari inovasi bisnisnya setelah melihat peluang untuk memperluas jangkauan pasarnya.

Smoothies Janji Manis menghadirkan berbagai pilihan minuman dan makanan yang menarik, dengan tiga kategori utama minuman untuk memenuhi selera konsumen. Kategori pertama adalah Smoothies, yang menawarkan varian seperti Mango Smoothies, Smoothies Mangga Utuh, Smoothies Oreo, Avocado Smoothies, Strawberry Smoothies, Dragon Smoothies, Mix Smoothies, hingga pilihan unik seperti Smoothies Kretek yang tersedia dalam varian Strawberry, Alpukat, Buah Naga, dan Mango. Tidak ketinggalan, tersedia pula Cokelat Original. Kategori kedua adalah Sticky Milk, yang menggabungkan kelezatan susu kental dengan varian rasa seperti Sticky Milk Matcha, Sticky Milk Chocolate, Sticky Milk Taro, dan Sticky Milk Coffee, memberikan sensasi minuman manis yang lembut dan memanjakan. Kategori ketiga yaitu Es Teler.

Tidak hanya fokus pada minuman, *Smoothies Janji Manis* juga menghadirkan beragam makanan lezat, seperti Salad Buah yang segar, Salad Cokelat yang kaya rasa, serta Roti Kukus yang lembut dan coock sebagai pelengkap minuman.

2. Analisis Penjualan dan Preferensi Konsumen Produk Smoothies Janji Manis

Hasil dari wawancara dengan karyawan Smoothies Janji Manis Sumedang mengenai penjualan dan preferensi pelanggan mengenai rasa, harga, dan kualitas produk, menunjukkan bahwa Smoothies Janji Manis berhasil menjadi pilihan utama pelanggan karena kombinasi faktor-faktor ini: harga dan kualitas produk. Sebagai varian unggulan, Mango Smoothies meningkatkan penjualan karena rasanya yang lezat. Kualitas produk dan layanan yang konsisten membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sementara harga yang terjangkau

membuat produk ini dapat diakses oleh banyak orang. Smoothies Janji Manis semakin menarik di pasar minuman yang kompetitif karena alasan tambahan, seperti lokasi strategis dan promosi dari mulut ke mulut.

3. Analisis Operasional dan Strategi Pemasaran Produk Smoothies Janji Manis

Sebagai hasil dari wawancara yang dilakukan dengan karyawan Smoothies Janji Manis Sumedang tentang operasi dan strategi pemasarannya, mereka memeriksa faktor-faktor seperti rasa, harga, dan kualitas. Hasilnya menunjukkan bahwa Smoothies Janji Manis menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jangkauan pelanggan dan meningkatkan popularitasnya. Strategi-strategi ini termasuk promosi online, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan penawaran khusus. Produk unggulan seperti Mango Smoothies dipromosikan oleh cara penyajian yang menarik dan fleksibel. Komitmen terhadap kualitas produk ditunjukkan dengan memilih buah segar dan proses pengolahan yang tepat, yang memastikan kesegaran dan rasa yang sama. Pelayanan profesional tetap menjadi prioritas utama untuk menjaga kepuasan dan kesetiaan pelanggan, meskipun ada hambatan seperti persaingan ketat dan pelanggan yang tidak ramah. Smoothies Promise mempertahankan daya saingnya dengan menggunakan strategi pemasaran, kualitas produk, dan layanan yang baik.

4. Rencana dan Pengembangan dari Produk Smoothies Janji Manis

Dalam wawancara tentang rencana dan pengembangan, karyawan Smoothies Janji Manis Sumedang ditanya tentang rasa, harga, dan kualitas. Mereka menemukan bahwa inovasi dalam hal rasa, harga, kebersihan, dan kualitas pelayanan adalah hal yang paling penting untuk memperluas bisnis. Menyesuaikan menu dengan musim, seperti menu hangat musim hujan, dapat menarik pelanggan. Untuk mendorong pengembangan yang lebih relevan dan efisien, manajemen harus membuka saluran kritik dan saran yang aktif untuk menerima umpan balik dari pelanggan dan karyawan.

4. CONCLUSION

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasa yang lezat, harga yang terjangkau, dan kualitas produk dan layanan yang konsisten menjadi komponen utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan dengan Smoothies Janji Manis. Konsumen cenderung menghargai produk yang memenuhi ekspektasi mereka dalam hal ini, yang menghasilkan loyalitas dan keinginan untuk membeli lagi.

Lalu berdasarkan pengamatan, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Janji Manis secara umum cukup tinggi. Rasa yang konsisten, keberagaman menu, serta harga yang kompetitif menjadikan produk ini dapat diakses oleh berbagai kalangan. Selain itu, kualitas produk yang dijaga melalui penggunaan buah segar dan pelayanan yang ramah turut mendukung pengalaman positif bagi pelanggan. Namun, aspek tertentu seperti pendekatan pelayanan di cabang tertentu mungkin masih memerlukan peningkatan.

Dan Strategi untuk meningkatkan daya tarik produk yang dapat dilakukan, inovasi dalam varian rasa baru yang sesuai dengan tren pasar dan preferensi konsumen, penawaran promosi menarik seperti diskon musiman, program loyalitas, atau paket hemat untuk menarik konsumen baru sekaligus mempertahankan pelanggan setia, meningkatkan standar kontrol kualitas bahan baku, proses pengolahan, serta menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen di seluruh cabang.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas kemampuan mereka untuk menyelesaikan artikel berjudul "Analisis kepuasan konsumen dengan produk Smoothie Janji Manis di Kota Sumedang melalui faktor rasa, harga, dan kualitas." Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak AA Kartiwa, S.Pd., M.M., dosen pengampu mata kuliah Ekonomi Manajerial, yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan rekomendasi yang sangat berharga selama proses penelitian.

REFERENCES

- Batkunde, Y. J., Pangulimang, J., & Sapari, L. S. J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Janji Jiwa di Manokwari. *Jurnal Innovative* <https://j-innovative.org>
- Anggraeni, D., Nurjanah, S., & Iqbal, M. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Shop Janji Jiwa Jilid 490. *Educational Studies: Conference Series*. <https://jurnal.fkip.unmul.ac.id>
- Fadillah. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa Cabang Pademangan Jakarta Utara. *Jurnal Semarak*. <https://openjournal.unpam.ac.id>
- Purwita, N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Janji Jiwa di Kota Solo. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*. <https://eprints.ums.ac.id>
- Hidayati, N., & Iqbal, M. (2023). Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk Milkshake Donut dan Fruit Smoothies terhadap Word of Mouth dengan Metode Structural Equation Model (SEM). *Jurnal Matriks*. <https://journal.umg.ac.id>