



## **Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan(Studi Kasus Pada Umkm Dimsum Nagel Di Balongpanggang, Gresik)**

| <b><u>INFO PENULIS</u></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b><u>INFO ARTIKEL</u></b>                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Nala Radha Salsabila<br/>STIE IBMT Surabaya<br/><a href="mailto:radhanala94@gmail.com">radhanala94@gmail.com</a></p> <p>Muhammad Faizin<br/>STIE IBMT Surabaya<br/><a href="mailto:kaj69717@gmail.com">kaj69717@gmail.com</a></p> <p>Efrizar Sunni<br/>STIE IBMT Surabaya<br/><a href="mailto:ayung.sunni@gmail.com">ayung.sunni@gmail.com</a></p> | <p>ISSN: 2808-1307<br/>Vol. 6, No. 2, Agustus 2026<br/><a href="https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh">https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh</a></p> |

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

### ***Saran Penulisan Referensi :***

Salsabila,N. R., Faizin, M., & Sunni, E . (2026). Analisis Kualitas Produk Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan(Studi Kasus Pada Umkm Dimsum Nagel Di Balongpanggang, Gresik). *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6 (2), 2653-2658

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, kualitas pelayanan, dan peran kedua aspek tersebut dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada UMKM Dimsum NaGel di Balongpanggang, Gresik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Informasi penelitian diperoleh dari pemilik usaha dan sepuluh pelanggan yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sesuai dengan pengalaman mereka terhadap produk dan pelayanan Dimsum NaGel. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan informasi diperkuat melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan menilai kualitas produk Dimsum NaGel secara positif berdasarkan cita rasa, tekstur, kesegaran bahan, kebersihan, dan tampilan produk. Dalam aspek pelayanan, keramahan, kecepatan merespons pesanan, komunikasi, dan kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan menjadi pengalaman yang paling banyak diapresiasi. Kualitas produk menjadi dasar utama dalam membentuk penilaian pelanggan terhadap produk, sedangkan kualitas pelayanan memperkuat kenyamanan selama proses pembelian. Kepuasan pelanggan terlihat melalui pembelian ulang dan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Penelitian ini juga menemukan beberapa aspek yang masih dapat dikembangkan, terutama variasi menu, desain kemasan, promosi, dan pengelolaan pelayanan ketika jumlah pesanan meningkat.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, UMKM, Dimsum NaGel

### Abstract

This study aims to analyse product quality, service quality, and the role of both aspects in improving customer satisfaction at Dimsum NaGel MSME in Balongpanggang, Gresik. The study employed a descriptive qualitative approach. Research information was obtained from the business owner and ten customers who had purchased the product at least twice. Informants were selected purposively based on their experience with Dimsum NaGel's products and services. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and subsequently analysed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data credibility was strengthened through source and technique triangulation. The findings indicate that customers positively evaluate Dimsum NaGel's product quality based on taste, texture, ingredient freshness, cleanliness, and product presentation. In terms of service, friendliness, responsiveness to orders, communication, and the ability to fulfil customer needs were the most appreciated aspects. Product quality serves as the primary basis for customers' evaluation of the product, while service quality strengthens comfort throughout the purchasing process. Customer satisfaction is reflected in repeat purchases and customers' willingness to recommend the product to others. The study also identifies several aspects that can still be developed, particularly menu variety, packaging design, promotion, and service management when the number of orders increases.

**Keywords:** Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, MSMEs, Dimsum NaGel

### A. Pendahuluan

Persaingan dalam usaha kuliner memberikan banyak pilihan kepada pelanggan dalam menentukan produk yang akan dikonsumsi. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha perlu memperhatikan pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Pelanggan tidak hanya memberikan penilaian terhadap makanan yang dibeli, tetapi juga terhadap cara usaha memberikan pelayanan selama proses pembelian berlangsung.

Pada usaha kuliner, kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan penting bagi pelanggan. Penilaian tersebut dapat terbentuk melalui rasa, tekstur, kesegaran bahan, kebersihan, tampilan, dan konsistensi produk. Produk yang sesuai dengan harapan pelanggan dapat menciptakan pengalaman positif dan menjadi alasan pelanggan untuk kembali melakukan pembelian. Dalam penelitian ini, kualitas produk dipahami sebagai kemampuan UMKM Dimsum NaGel dalam menyediakan produk yang sesuai dengan harapan pelanggan berdasarkan pengalaman mereka ketika menerima dan mengonsumsi produk.

Selain produk, pelayanan juga menjadi bagian dari pengalaman pelanggan. Dalam proses pembelian, pelanggan berinteraksi dengan pelaku usaha sejak melakukan pemesanan hingga menerima produk. Oleh karena itu, keramahan, kecepatan, ketepatan, responsivitas, komunikasi, dan kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan dapat memengaruhi cara pelanggan menilai suatu usaha. Fenomena tersebut ditemukan pada UMKM Dimsum NaGel yang berlokasi di Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik. Dimsum NaGel merupakan usaha kuliner yang menawarkan berbagai varian dimsum dan telah memiliki pelanggan tetap. Berdasarkan studi pendahuluan dan pengamatan selama kegiatan usaha berlangsung, pelanggan memberikan perhatian terhadap kualitas rasa, kesegaran bahan, kebersihan, tekstur, dan tampilan produk. Pada aspek pelayanan, pelanggan juga memperhatikan keramahan, kecepatan, responsivitas, dan komunikasi. Di sisi lain, terdapat masukan mengenai variasi menu, kemasan, promosi, serta pelayanan ketika jumlah pesanan meningkat.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya berkaitan dengan apakah pelanggan menyukai produk atau tidak. Pengalaman pelanggan juga terbentuk melalui interaksi yang terjadi selama proses pembelian. Penelitian mengenai Dimsum NaGel menjadi menarik karena berfokus secara langsung pada pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap produk dan pelayanan yang mereka terima.

Kebaruhan penelitian ini terletak pada upaya memahami pengalaman pelanggan secara langsung melalui pendekatan kualitatif. Penelitian tidak hanya berfokus pada tingkat kepuasan, tetapi juga menggali bagaimana pelanggan menilai kualitas produk, mengalami proses pelayanan, melakukan pembelian ulang, serta menyampaikan harapan terhadap pengembangan usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk pada UMKM Dimsum NaGel, menganalisis kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, serta memahami peran kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **B. Metodologi**

### **1. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman mengenai pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan yang mereka rasakan. Data penelitian tidak digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel secara statistik, melainkan untuk menggambarkan fenomena berdasarkan informasi yang diperoleh dari informan.

### **2. Lokasi dan Informan Penelitian**

Penelitian dilakukan pada UMKM Dimsum NaGel yang berada di Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik. Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Mei 2026. Informan penelitian terdiri dari pemilik usaha dan sepuluh pelanggan Dimsum NaGel.

Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling. Pelanggan yang dipilih merupakan pelanggan yang telah melakukan pembelian minimal dua kali. Kriteria tersebut digunakan agar informan memiliki pengalaman yang cukup dalam memberikan penilaian terhadap produk dan pelayanan yang diterima.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik usaha dan pelanggan. Wawancara dengan pemilik digunakan untuk memperoleh informasi mengenai proses produksi, kualitas bahan, konsistensi produk, pelayanan, penanganan keluhan, dan upaya mempertahankan pelanggan.

Sementara itu, wawancara dengan pelanggan digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman pembelian, penilaian terhadap kualitas produk, penilaian terhadap pelayanan, kepuasan, pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan produk, serta saran terhadap pengembangan Dimsum NaGel.

Observasi dilakukan terhadap kegiatan usaha, proses produksi, kondisi produk, penyajian, serta proses pelayanan kepada pelanggan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung dalam proses penelitian.

### **4. Teknik Analisis Data**

Data dianalisis melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dipilih berdasarkan fokus penelitian. Selanjutnya, hasil penelitian dikelompokkan ke dalam tema kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Untuk meningkatkan keabsahan data, penelitian menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Informasi dari pemilik usaha dibandingkan dengan informasi dari pelanggan, kemudian diperkuat melalui hasil observasi dan dokumentasi. Metode ini sesuai dengan prosedur yang digunakan dalam skripsi penelitian.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **Kualitas Produk Dimsum NaGel**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk Dimsum NaGel secara umum memperoleh penilaian positif dari pelanggan. Aspek yang paling sering muncul dalam wawancara adalah cita rasa, tekstur, kesegaran bahan, kebersihan, dan tampilan produk.

Cita rasa menjadi salah satu alasan pelanggan menyukai Dimsum NaGel. Beberapa pelanggan menggambarkan produk sebagai dimsum yang gurih, memiliki rasa daging yang terasa, dan sesuai dengan harapan. Selain itu, tekstur produk dinilai lembut sehingga memberikan pengalaman konsumsi yang nyaman.

Kesegaran bahan juga menjadi perhatian pelanggan. Hasil observasi menunjukkan bahwa proses produksi dilakukan dengan memperhatikan kondisi bahan dan kebersihan selama pengolahan. Produk dikemas sebelum diberikan kepada pelanggan. Pelanggan juga menilai produk terlihat bersih dan higienis.

Pada aspek tampilan, pelanggan memberikan tanggapan positif terhadap penyajian produk. Tambahan topping menjadi salah satu unsur yang membuat produk terlihat lebih menarik.

Namun, beberapa pelanggan memberikan masukan agar desain kemasan dikembangkan sehingga tampilan produk menjadi lebih menarik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama kualitas produk Dimsum NaGel terdapat pada rasa, tekstur, kesegaran bahan, dan kebersihan. Namun, kemasan masih menjadi salah satu aspek pendukung yang dapat dikembangkan.

### **Kualitas Pelayanan Dimsum NaGel**

Dalam aspek pelayanan, pelanggan secara umum memberikan penilaian positif. Keramahan, kecepatan merespons pesanan, komunikasi, dan kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan menjadi aspek yang paling banyak muncul dalam hasil wawancara.

Pelayanan Dimsum NaGel memiliki karakteristik tersendiri karena sebagian besar proses pelayanan dilakukan langsung oleh pemilik usaha. Pelanggan dapat melakukan pembelian secara langsung maupun melakukan pemesanan. Keterlibatan pemilik secara langsung membuat komunikasi dengan pelanggan berlangsung lebih dekat.

Berdasarkan hasil penelitian, pelanggan menilai pelayanan yang diberikan cukup ramah dan komunikatif. Pemilik juga berupaya memberikan pelayanan yang cepat dan tepat agar pelanggan merasa nyaman. Selain itu, pemberian bonus pada kondisi tertentu menjadi salah satu bentuk perhatian yang diberikan kepada pelanggan.

Meskipun pelayanan secara umum dinilai baik, kondisi berbeda dapat terjadi ketika jumlah pesanan meningkat. Pada waktu ramai, pelanggan dapat mengalami waktu tunggu yang lebih lama dibandingkan kondisi normal. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan pelayanan perlu menjadi perhatian apabila permintaan produk semakin meningkat.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini terlihat dari penilaian positif terhadap produk dan pelayanan. Namun, kepuasan tidak hanya ditunjukkan melalui pernyataan pelanggan bahwa mereka merasa puas. Pembelian ulang dan kesediaan untuk merekomendasikan Dimsum NaGel kepada orang lain juga menjadi gambaran pengalaman positif yang diperoleh pelanggan.

Beberapa pelanggan melakukan pembelian kembali karena rasa produk sesuai dengan selera mereka. Kualitas produk yang dinilai baik menjadi alasan utama pelanggan untuk kembali membeli. Di sisi lain, pelayanan yang ramah dan komunikatif membuat proses pembelian menjadi lebih nyaman.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pelanggan bersedia merekomendasikan Dimsum NaGel kepada orang lain. Kesediaan tersebut muncul karena pelanggan menilai produk tidak hanya memiliki rasa yang baik, tetapi juga memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan.

### **Discussion**

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas produk menjadi bagian penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Rasa, tekstur, kesegaran bahan, kebersihan, dan tampilan produk merupakan aspek yang secara langsung dapat dirasakan oleh pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman konsumsi menjadi dasar utama dalam membentuk penilaian terhadap kualitas produk.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller (2022) bahwa kualitas produk berkaitan dengan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pada Dimsum NaGel, kualitas tersebut tercermin melalui karakteristik produk yang dirasakan langsung oleh pelanggan.

Penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran dalam memperkuat pengalaman pelanggan. Keramahan, respons terhadap pesanan, komunikasi, dan kemampuan pemilik memenuhi kebutuhan pelanggan memberikan kenyamanan selama proses pembelian. Interaksi langsung antara pemilik dan pelanggan menjadi karakteristik yang cukup menonjol pada UMKM Dimsum NaGel.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam penelitian ini tidak dapat dipisahkan secara sepenuhnya. Produk yang memiliki rasa dan kualitas sesuai harapan menjadi alasan pelanggan untuk melakukan pembelian, sedangkan pelayanan yang nyaman dapat memperkuat pengalaman positif tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan bersedia merekomendasikan produk kepada orang lain. Dengan demikian, kepuasan pelanggan pada Dimsum NaGel terbentuk dari pengalaman secara keseluruhan, bukan hanya dari kualitas makanan yang dikonsumsi.

Meskipun memperoleh penilaian positif, penelitian ini juga menemukan beberapa aspek yang dapat dikembangkan. Variasi menu dapat diperluas untuk memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan. Desain kemasan dapat ditingkatkan agar tampilan produk lebih menarik. Promosi juga dapat dikembangkan agar produk dikenal oleh pasar yang lebih luas. Selain itu, pengelolaan pelayanan ketika jumlah pesanan meningkat perlu diperhatikan agar pengalaman pelanggan tetap terjaga. Hal ini juga sejalan dengan kesimpulan dan saran yang terdapat dalam skripsi.

#### **D. Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan Dimsum NaGel memberikan penilaian positif terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diterima.

Pada aspek kualitas produk, pelanggan memberikan perhatian terutama terhadap cita rasa, tekstur, kesegaran bahan, kebersihan, dan tampilan produk. Rasa yang dinilai enak dan tekstur yang lembut menjadi kekuatan utama produk. Kesegaran bahan dan kebersihan juga memperkuat penilaian positif pelanggan. Namun, desain kemasan masih dapat dikembangkan agar memiliki daya tarik yang lebih baik.

Pada aspek pelayanan, keramahan, kecepatan merespons pesanan, komunikasi, dan kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan menjadi aspek yang paling diapresiasi. Pelayanan yang dilakukan langsung oleh pemilik menciptakan hubungan yang lebih personal dengan pelanggan. Namun, kapasitas pelayanan perlu diperhatikan ketika jumlah pesanan meningkat agar kualitas pelayanan tetap konsisten.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan saling melengkapi dalam membentuk kepuasan pelanggan. Produk menjadi dasar pengalaman pelanggan ketika mengonsumsi Dimsum NaGel, sedangkan pelayanan memengaruhi kenyamanan selama proses pembelian. Kepuasan tersebut terlihat melalui pembelian ulang dan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Kesimpulan ini sesuai dengan hasil akhir penelitian dalam skripsimu.

Berdasarkan hasil tersebut, Dimsum NaGel perlu mempertahankan kualitas rasa, kesegaran bahan, kebersihan, dan konsistensi produk. Pengembangan dapat dilakukan melalui penambahan variasi menu, perbaikan desain kemasan, peningkatan promosi, serta pengelolaan pelayanan ketika jumlah pesanan meningkat.

#### **E. Referensi**

- Annisa, P. A., Mustari, M., Ahmad, M. I. S., Nurdiana, & Supatminingsih, T. (2022). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UMKM (Studi kasus: Djoin Cafe di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar). *Indonesian Journal of Pedagogical and Social Sciences*.
- Assauri, S. (2023). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Rajawali Pers.
- Astuti, Y. R. D. P., Muttaqien, Z., & Evasari, A. D. (2025). Pengaruh harga, service quality dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Jamu Herbal Pare. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 4(4), 305–319. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i4.3804>
- Chasanah, U., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Halizah, S. N. (2024). Strategi Peningkatan Kinerja Bisnis Kuliner melalui Optimalisasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *At-Tasyri: Jurnal Hukum Islam dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 85–100. <https://doi.org/10.55380/tasyri.v3i01.695>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Diara, Y. H., Budiarti, L., & Nurtjahjani, F. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap kepuasan pelanggan UMKM Morfeen di Kota Malang. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 1145–1155. <https://doi.org/10.63822/404dg576>
- Fahrizal, M., Hadita, Komariah, N. S., Faeni, D. P., & Hendayana, Y. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui word of mouth pada UMKM Bakso Perintis Bogor. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(3), 201–215. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v1i3.284>
- Hidayati, L., & Wibowo, D. (2023). Analisis biaya kualitas produk dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan kepercayaan pelanggan UMKM di Simo Sidomulyo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). Pearson.

- Mahmud, M., Ashari, M. F., & Mahendra, I. G. N. A. (2024). Analisis strategi manajemen hubungan bisnis terhadap UMKM Kota Surabaya pasca pandemi COVID-19. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(8), 39–44. (jurnal.kolibi.org)
- Manurung, L., Ningsi, E. H., & Widodo, S. (2025). The influence of UMKM service and product quality on tourist satisfaction. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 13(2), 220–226. <https://doi.org/10.35335/ijafibs.v13i2.382>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2021). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nayla, H., Septiani, S., Fitria, R., & Nasution, Y. S. J. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap UMKM di CFD Lapangan Merdeka Medan. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Scientific Studies*, 3(1), 11–15. <https://doi.org/10.33151/ijomss.v3i1.373>
- Savina, S., Alijoyo, F. A., & Hilabi, S. S. (2025). Optimalisasi manajemen proses bisnis Yolah Authentic Frozen Yogurt melalui analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing di era digital. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(1), 978–983. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i1.12614> (garuda.kemdiktisaintek.go.id)