



## **Analisis Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan pada Pembelian CV Donat Madu Cihanjuang**

**Zuhrotul Khasanah<sup>a</sup>, Sella Novitya Sundari<sup>b</sup>, Rahmawati Indriani Pranoto<sup>c</sup>,  
Muhammad Dimas Tirtawan<sup>d</sup>, Boni Fancius Siahaan<sup>e</sup>, Agung Prayudha Hidayat<sup>f</sup>**

<sup>abcdef</sup>Sekolah Vokasi IPB University, [zuhrotulkhasanah@apps.ipb.ac.id](mailto:zuhrotulkhasanah@apps.ipb.ac.id)

### *INFO ARTIKEL*

**Riwayat Artikel:**

*Received*

*Revised*

*Accepted*

**Keywords:**

*service, customer trust,  
customer satisfaction,  
cihanjuang honey donuts*

**Kata Kunci:**

*pelayanan, kepercayaan  
pelanggan, kepuasan  
pelanggan, donat madu  
cihanjuang*

### *ABSTRACT*

*The service aims to increase customer satisfaction, foster loyalty, and provide a good effect on the overall business development. Obstacles in customer service that arise have a significant effect on customer satisfaction and operational efficiency. This research was conducted to analyze the quality of service in increasing customer confidence in purchasing CV products. Cihanjuang Honey Donuts which is located on Jl. Raya Ciapus Muara, South Bogor, Bogor. The research method used is a qualitative method which is carried out by collecting data through surveys directly to the place, and conducting interviews to obtain an assessment of the quality of services provided in order to achieve satisfaction. The data obtained includes primary and secondary data. Primary data is obtained through observation and direct interviews, while secondary data is sourced from journals or literature related to research. This study produced new data that showed that service quality had a positive effect on increasing customer confidence when buying Cihanjuang honey donuts. This service standard can also have a positive effect on customer loyalty and trust in the purchase of Cihanjuang honey donut products.*

## ABSTRAK

Pelayanan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, menumbuhkan loyalitas, dan memberikan efek baik bagi perkembangan bisnis secara keseluruhan. Kendala dalam pelayanan pelanggan yang muncul berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen serta efisiensi operasional. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan pada pembelian produk CV. Donat Madu Cihanjuang yang terletak di Jl. Raya Ciapus Muara, Bogor Selatan, Bogor. Metode penelitian yang dipergunakan yaitu metode kualitatif yang dilakukan dengan mengumpulkan data lewat survei langsung ke tempat tersebut, serta melaksanakan wawancara untuk memperoleh penilaian mengenai kualitas layanan yang diberikan demi mencapai kepuasan. Data yang diperoleh meliputi data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui observasi dan wawancara langsung, sedangkan data sekunder bersumber dari jurnal atau literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini menghasilkan data baru yang menunjukkan bahwa mutu layanan berpengaruh positif dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan saat membeli donat madu Cihanjuang. Standar pelayanan ini juga bisa memberikan efek positif pada kesetiaan dan kepercayaan pelanggan terhadap pembelian produk donat madu Cihanjuang.

## PENDAHULUAN

Dalam era yang semakin ketat persaingan bisnisnya, kualitas pelayanan merupakan faktor kunci yang berpengaruh pada kesuksesan usaha, terutama di sektor makanan. Pelanggan tidak hanya mencari produk berkualitas, tetapi juga menginginkan pengalaman berbelanja yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap merek atau produk spesifik. Kepuasan merupakan perasaan bahagia atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah menilai kinerja (hasil) suatu produk dibandingkan dengan kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika performa tidak memenuhi harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Apabila kinerja memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasa sangat puas atau gembira (Kotler dan Keller, 2018).

Donat Madu Cihanjuang merupakan salah satu merek lokal yang semakin dikenal di tengah masyarakat. Dengan rasa donat yang unik berkat penggunaan madu sebagai bahan utama, Donat Madu Cihanjuang sukses memikat banyak pelanggan. Meskipun bersaing

dengan merek donat lain yang berkualitas, Donat Madu Cihanjuang harus memprioritaskan peningkatan kualitas layanan untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan karena produk berkualitas memiliki daya tahan yang lama, fungsi sesuai harapan, dan jaminan untuk mengatasi kesalahan yang bisa terjadi, sehingga memuaskan pelanggan (Pramudya, 2019).

Kepercayaan dari pelanggan memiliki peran yang krusial dalam memastikan kelangsungan suatu usaha. Dengan keyakinan yang kuat, pelanggan akan merasa percaya untuk membeli lagi dan bahkan merekomendasikan produk kepada orang lain. Donat Madu Cihanjuang harus memperhatikan beberapa aspek kualitas pelayanan seperti keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan aspek fisik (tangible) untuk mencapai tujuan tersebut. Setiap aspek tersebut memiliki peran krusial dalam membentuk pandangan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Kepercayaan mencakup semua pemahaman yang dimiliki oleh konsumen tentang objek, atribut, dan keuntungan yang dimilikinya (Mowen dan Minor, 2017).

Studi ini akan mengevaluasi tingkat layanan dari Donat Madu Cihanjuang untuk meningkatkan kepercayaan para pelanggan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi terhadap kepercayaan pelanggan, perusahaan mampu merancang strategi yang lebih sesuai untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Diharapkan studi ini dapat memberikan saran kepada Donat Madu Cihanjuang untuk meningkatkan mutu layanan agar dapat memperkuat kesetiaan pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

Penelitian ini memerlukan beberapa referensi sebagai dasar untuk mendukung keberhasilan kegiatan tersebut. Referensi dan acuan dari penelitian sebelumnya (Meida, Astuti, & Nastiti, 2022) menunjukkan bahwa pelayanan dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan sangat berpengaruh penting dalam keputusan pembelian pelanggan.

Pelayanan dalam meningkatkan pelanggan perlu dilakukan di Usaha Donat Madu Cihanjuang demi kepercayaan pelanggan donat yang mengandalkan produk berkualitas dengan rasa dan penampilan menarik sebagai keunggulan utama serta tempat yang sebagai faktor pendukung. Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan untuk melayani pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan terhadap produk atau jasa yang diterima, yang mencakup harga yang pantas, kecepatan pelayanan, lokasi yang mudah diakses, kenyamanan, dan tampilan yang menarik (Ekasari et al., 2018).

Menurut (Kotler et al., 2016), kepercayaan merupakan kesiapan individu untuk mempercayai mitra bisnis, yang bergantung oleh berbagai faktor interpersonal dan antarlembaga, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, serta kebaikan yang dirasakan. (M. A. Firmansyah, 2018) menekankan bahwa kepercayaan konsumen merupakan pemahaman konsumen mengenai objek, atribut, atau manfaatnya, di mana kepercayaan berhubungan dengan sikap dan tindakan yang terkait dengan atribut produk.

(Kotler et al., 2016), kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian yang diberikan oleh pelanggan atau pengguna atas produk atau layanan perusahaan yang mereka anggap sangat memuaskan. Sasaran dari pelayanan ini adalah untuk menjamin kepuasan dan kesetiaan pelanggan.

## **METODA PENELITIAN**

Metode penelitian ini dimulai dengan mencari referensi mengenai pelayanan pelanggan dalam keputusan pembelian Donat dan di laksanakan survei lapang di CV. Donat Madu Cihanjuang yang berlokasi di Jl. Raya Ciapus Muara, Bogor Selatan, Bogor yang dilakukan dari bulan Oktober hingga November 2024. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Kualitatif dengan melakukan wawancara untuk mendapatkan kualitas layanan yang diberikan demi mencapai kepuasan pelanggan. Data yang diperoleh meliputi data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui observasi dan wawancara langsung, sedangkan data sekunder bersumber dari jurnal atau literatur yang berkaitan dengan penelitian. Kualitas pelayanan merupakan elemen penting untuk CV. Donat Madu Cihanjuang mampu menarik perhatian pelanggan untuk membeli barang yang tersedia. Kualitas layanan yang sesuai dengan harapan konsumen akan menghasilkan kepuasan di pihak pelanggan, yang pada gilirannya membuat pelanggan terus membeli produk yang ditawarkan.

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pemilik CV Cihanjuang Honey Donuts, informasi yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap produk. Pelayanan yang prima dapat menciptakan kenyamanan pelanggan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi loyalitasnya. Dengan basis pelanggan yang beragam, pelayanan yang baik dapat memberikan dampak positif pada sistem penjualan dan memperkuat hubungan pelanggan, sekaligus menarik lebih banyak pelanggan baru. Hal ini sejalan dengan pentingnya menjaga konsistensi standar pelayanan di setiap toko milik perusahaan.

CV Donat Madu Cihanjuang mempunyai 13 toko yang tersebar di berbagai wilayah dan setiap toko mempunyai karakteristik kualitas produk yang berbeda-beda. Kualitas produk yang tidak konsisten dari satu toko ke toko lainnya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat kepercayaan merek. Berikut ini penjelasan kualitas produk yang diberikan oleh masing-masing toko:

1. Toko 1

- Kualitas: Rasanya seperti donat manis dan asin, pas, berbau mentega, dan memiliki warna donat coklat keemasan. .

2. Outlet 2

- Kualitas: Donat sebagian besar manis, sedikit asin, bermentega, dan sedikit asam.

3. Outlet 3

- Kualitas: Donat memiliki rasa agak asam, berbau asam fermentasi.

4. Outlet 4

- Kualitas: Tekstur agak lengket dan rasa sedikit harum.

5. Outlet 5

- Kualitas: Rasa kue agak asin dengan dominan rasa manis, aroma mentega ringan, dan tekstur lembut lengket.

6. Outlet 6

- Kualitas: Rasa manis yang kaya, aroma asam dan tekstur donat yang lembut.

7. Outlet 7

- Kualitas: Donat memiliki rasa yang manis, tekstur sedikit lengket.

8. Outlet 8

- Kualitas: Rasa donatnya sedikit manis dan asam, dengan sisa rasa pahit dan bau berminyak.

9. Outlet 9

- Kualitas: Donat mempunyai rasa asin dan sedikit manis, sisa rasa berminyak dengan aroma minyak, tekstur lembut dan agak kasar.

10. Outlet 10

- Kualitas: Rasa manis dengan sedikit rasa asam dan sisa rasa pahit, tekstur menggumpal dan lembut.

#### 11. Outlet 11

- Kualitas: Rasa agak manis, sisa rasa harum dan bau minyak sangat jernih.

#### 12. Outlet 12

- Kualitas: Rasa asam manis ringan, tekstur lembut meski agak menggumpal dan lengket, aroma minyaknya ringan.

#### 13. Outlet 13

- Kualitas: Rasa asin, rasa asam manis ringan, tekstur lembut, aroma berminyak.

Dari perbedaan kualitas produk pada masing-masing toko dapat disimpulkan bahwa kualitas donat yang ditawarkan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kualitas rasa dan tekstur yang bervariasi dari toko ke toko menunjukkan pentingnya standarisasi produksi untuk menjaga konsistensi. Inkonsistensi kualitas produk, seperti perbedaan rasa dan tekstur antar toko, dapat mengurangi kepercayaan pelanggan dan berisiko merusak citra merek secara keseluruhan.

Oleh karena itu, CV Donat Madu Cihanjuang perlu lebih memperhatikan standar operasional prosedur (SOP) untuk menjaga kualitas produk di seluruh tokonya. Selain itu, penting bagi pelaku bisnis untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan kepada pelanggan tetap memuaskan, sehingga tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat loyalitas merek mereka. Pelayanan yang baik dipadukan dengan kualitas produk yang konsisten akan mendorong terciptanya hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan pelanggan.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang dapat dijelaskan secara singkat dari hasil pembahasan dan penelitian dari pembuatan donat madu menjelaskan bahwa, Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana cara yang dilakukan dengan lebih efektif dan efisien lalu kita mencari tahu tentang persiapan dan perlengkapan apa saja yang digunakan pada donat madu serta dapat meningkatkan kepercayaan para pelanggan yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pada pelanggan donat madu yang memiliki kunci keutamaan yaitu dengan menggunakan cara seperti 5S, sementara itu kami dapat melakukan observasi secara

langsung dengan melakukan wawancara untuk teknik pengumpulan data ini menggunakan data wawancara yang berisi tentang kepuasan terhadap para konsumen, Data yang dapat kami peroleh yaitu berupa data yang telah dirancang secara khusus kemudian untuk analisis pembahasan pada donat madu meliputi analisis kualitas pada produk donat madu dan analisis kualitas pelayanan dan kepercayaan lalu analisis kepuasan yang dimiliki oleh donat cihanjuang dapat dikatakan cukup baik dalam memiliki tingkat kepercayaan dan kepuasan terhadap para pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah kami lakukan kami dapat mengetahui bahwa kualitas pelayanan yang baik berperan penting dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap produk.

Keterbatasan yang dimiliki oleh donat madu yaitu mempunyai kualitas pelayanan yang berpengaruh sangat baik dan cukup terhadap kepercayaan pelanggan donat madu lalu dapat berpengaruh terhadap keterbatasan para pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan kepuasan terhadap produk yang telah dikeluarkan oleh donat madu. Lalu untuk pemilihan tempat dan lokasi yang dimiliki oleh donat madu cihanjuang termasuk kedalam wilayah pemukiman warga sehingga dapat mempengaruhi para pelanggan untuk bisa mencapai ke tempat tersebut dan akses perjalanan menuju lokasi terlalu menanjak dan jalan yang tidak mendukung sehingga para pelanggan kesulitan untuk melewati akses jalan yang sangat ekstrim.

Saran yang dapat diberikan terhadap donat madu yaitu lebih ditingkatkan kembali terkait peningkatan kepercayaan dan kepuasan terhadap pelanggan supaya dapat lebih tertarik dan lebih meningkatkan kembali rasa kenyamanan dalam fasilitas yang telah dimiliki oleh donat madu kepada para pelanggan yang bertujuan agar dapat lebih tertarik kembali terhadap produk yang telah dikeluarkan dan diproduksi oleh pihak donat madu tersebut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133-140.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Utami, M., Handayani, T., & Pusporini, P. (2019, August). Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. In *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics* (pp. 170-178).

- Jeany, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 157-166.
- ACH Karinadisha, Unika, Responsitor. (2016). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Pada Usaha Roti Tutik Dengan Pendekatan Metode Rapid Application Development (RAD))
- Syaifullah, R.F., & Maulana, N. (2023). Strategi Pemasaran usaha Donat Madu Pasca Pandemi : Market Defensif atau Ofensif (Jurnal IDB Bali) <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/imagine/article/download/560/406/3316>
- Windarti, T. & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk & Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu ( Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang - Pekanbaru ). <https://www.neliti.com/publications/114989/pengaruh-kualitas-produk-dan-kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen-produk>