

## BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS

### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

#### 1. Nama dan Lokasi Aning Snack Trangkil Pati

Nama instansi : Aning Snack Trangkil Pati (UD. Bawang Putih)  
Tahun Berdiri : 1987  
Jenis Usaha : Makanan Ringan  
Nama pemilik : Ibu Aning Hidayati  
Kantor Pusat : Jl. Dahlia RT. 07 RW. 07, Trangkil, Pati  
(08122854445)  
Hari operasional : Senin – Sabtu  
Waktu operasional : 07.00WIB – 17.00 WIB

#### 2. Sejarah Perkembangan Aning Snack Trangkil Pati

Aning Snack Trangkil Pati adalah Perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan, pengemasan dan pendistribusian makanan ringan dengan merek dagang bernama Aning Snack yang beralamat di Jl. Dahlia RT. 07 RW. 07, Trangkil, Pati (08122854445). Berawal dari kegemaran Bapak Munandar pendiri Aning Snack yang gemar membaca buku dari berbagai disiplin ilmu dan pengalaman Bapak Munandar sebagai petani. Muncul ide dalam pikiran Bapak Munandar timbul sesuatu untuk memanfaatkan dan mengembangkan hasil pertanian yang melimpah yang ada disekitar nya.

Awal mula usaha ini bapak munandar suami dari ibu aning dimulai dari merangkul anggota PKK, ini adalah berkat dorongan dan dukungan dari PKK Desa Trangkil yang telah memberikan bantuan pinjaman sebesar Rp 50.000,- di tahun 1987. Dimana pinjaman ini digunakan sebagai modal usaha.

Pada mulanya hasil olahan makanan ringan dibuat dalam skala kecil kemudian diedarkan sendiri ke toko-toko dan pasar. Produk

yang pertama kali dibuat adalah olahan makanan ringan jenis stik saja. Jerih payah dan perjuangan yang keras dan ulet yang ditekuninya saat ini bisa berkembang dengan baik.

Saat ini ada 39 jenis olahan makanan ringan yang dibuat dirumahnya sekaligus menjadi rumah produksi dan galeri. Diantaranya kripik stik, krupuk bandeng, kripik tempe, kripik pisang, dll. Untul harga termurah antara Rp 500,- sedangkan termahal Rp 35.000/ kg. sebagian besar produkolahan makanan ringan yang bermerk dagang “Aning Snack” ini sudah dikirim ke berbagai daerah karesidenan pati, solo, semarang, dan tuban.<sup>1</sup>

Untuk perkembangan kedepan bahkan sudah ada rencana membuka agen hingga malang, Surabaya, dan bandung. Tiga bulan terakhir ini permintaan produk olahan makanan ringan meningkat hingga 50%. Baik untuk melayani permintaan pribadi atau pasar swalayan dan tradisional. Usaha keluarga yang ditekuni Ibu Aning Hidayati ini mampu memberikan lapangan pekerjaan warga sekitar dan member penghasilan yang cukup bagi keluarganya. Saat ini dengan dibantu anak-anaknya usaha Aning Snack Trangkil Pati semakin maju dan berkembang baik. Ibu Aning Hidayati mengatakan jika usaha makan ringan ini sudah ditekuni sejak tahun 1987 dan mampu meresap tenaga kerja disekitar lingkungan Aning Snack Trangkil Pati. Untuk memberikan hasil dan rasa yang berkualitas bahan-bahan olahan semua menggunakan bahan alami dan menggunakan pembakaran dari kayu. Sehingga rasa yang dihasilkan akan memiliki cirri khas, enak dan sangat gurih. Selain ada diberbagai toko pihaknya juga menempatkan produknya di Pasar Unggulan Pragola Margorejo Pati.

---

<sup>1</sup> Hasil observasi dan dokumentasi yang dilakukan penulis pada tanggal 22 juni 2017 di Aning Snack Trangkil Pati.

### 3. Visi dan Misi Aning Snack Trangkil Pati

- Visi :
  1. Mengembangkan produk kualitas unggulan serta pengembangan pasar.
  2. Mampu memberdayakan sumber daya manusia yang berdampak pada pengurangan pengangguran.
- Misi :

Memperluas jaringan pasar serta memperbaiki kualitas produk secara berkelanjutan.

### 4. Struktur Organisasi Aning Snack Trangkil Pati

Aning Snack Trangkil Pati adalah sebuah usaha dagang yang berbasis di sektor makanan ringan dengan berbagai jenis. Usaha ini berdiri sejak tahun 1987 yang di rintis oleh pasangan suami istri Bapak Munandar dan Ibu aning Hidayati, Usaha ini dulunya bersekala kecil atau home industri, namun sekarang unit usaha yang di miliki sudah menjadi lebih besar dengan bebagai devisi produksi pengolahan produk. Aning Snack Trangkil Pati sudah memiliki Ijin Dagang Merek (IDM) dengan nomor 000096176. Selain itu Aning Snack Trangkil Pati juga mengantongi ijin Produk-Industri Rumah Tangga P-IRT.No. 21533803168122015-20.

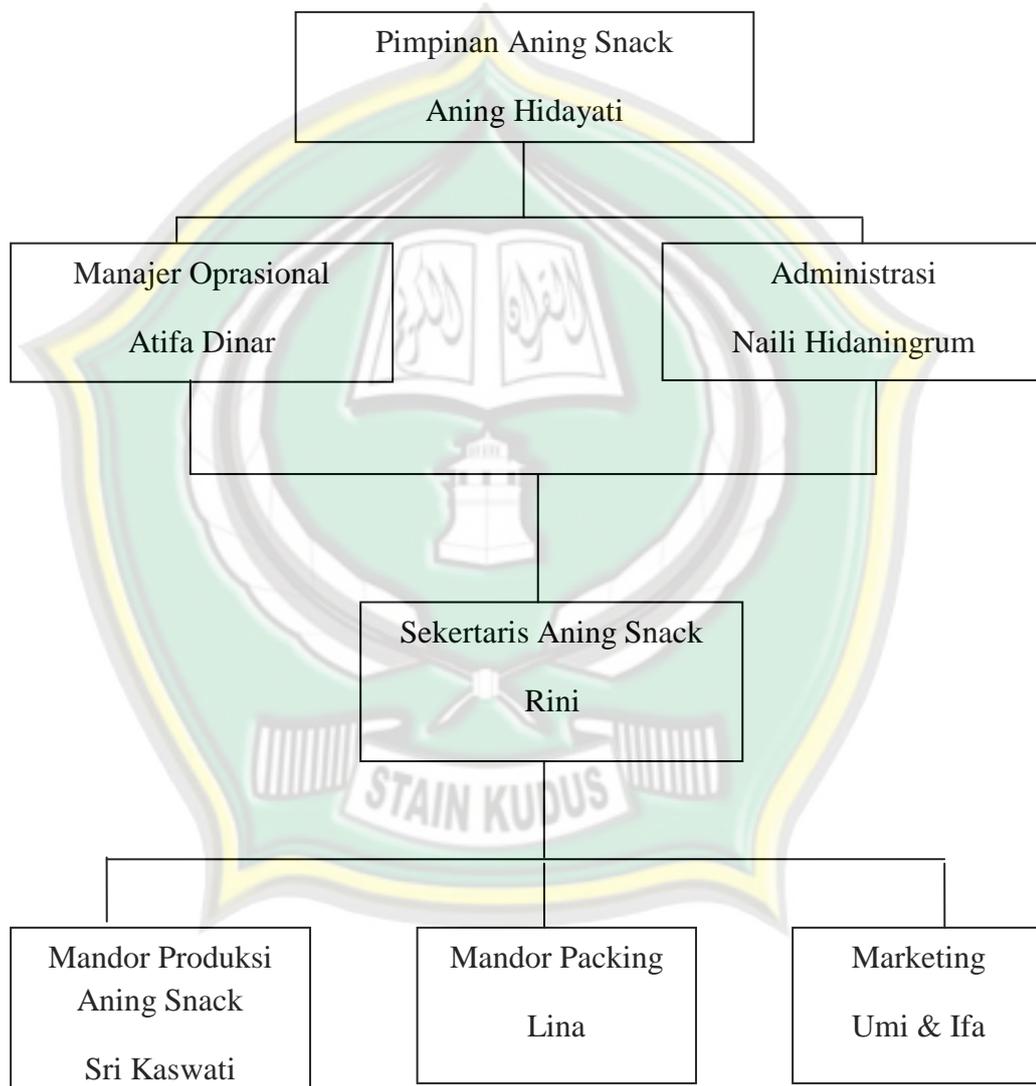
Dalam menjalankan kegiatannya sehari – hari Aning Snack Trangkil Pati di tunjang oleh setruktur organisasi yang sederhana namun efektif untuk menjalankan proses di dalamnya, Disamping hal tersebut untuk mendukung sistem keuangan dan oprasional tetap berjalan Aning Snack Trangkil Pati juga di dukung oleh sistem manajemen keuangan berupa penyusunan pembukuan sederhana yang tersusun dari bebagai kota dan bersifat rahasia.

Adapun dalam susunan kepengurusan Aning Snack Trangkil Pati sebahai berikut:

Piket : 15 Orang

Borong : 6 Orang  
Bumbu : 16 Orang  
BS : 16 Orang

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Aning Snack Trangkil Pati**



1) *Job description* pemimpin

1. Melakukan fungsi manajerial, yaitu berupa kegiatan pokok meliputi pelaksanaan:

- Penyusunan rencana

- Penyusunan organisasi, pengarahan, pengendalian dan penilaian organisasi
  - pelaporan
2. mendorong atau memotivasi karyawan untuk bekerja dengan giat dan tekun.
  3. Membina karyawan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing secara baik.
  4. Membina karyawan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.
  5. Menyusun fungsi manajemen secara baik.
  6. Menjadi penggerak yang baik dan dapat menjadi sumber kreatifitas.
  7. Membangun pengembangan kesetiaan para karyawan.
  8. Menjadi wakil dalam membina hubungan dengan pihak luar.
- 2) *Job description* manajer operasional:
1. Mengelola dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasi perusahaan.
  2. Memangkas biaya-biaya operasi yang sama sekali tidak menguntungkan perusahaan.
  3. Mengawasi produksi barang dan penyediaan jasa.
  4. Mengawasi tata letak operasional, persediaan dan distribusi barang.
  5. Membuat atau merencanakan pengembangan operasi dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
  6. Meningkatkan system operasional, proses dan kebijakan dalam mendukung visi dan misi perusahaan.
  7. Mengatur anggaran dan mengelola biaya.
- 3) Administrasi:
- Tanggung jawab
1. kelancaran dan keakuratan data penjualan dan data tagihan
- Tugas:

1. Data penjualan
  - a. Mencatat dan memeriksa status data penjualan mana yang sudah masuk dan yang belum agar memudahkan untuk menindak lanjuti kekurangannya.
  - b. Menginput data penjualan setiap hari dengan teliti, benar dan tepat.
  - c. Melakukan penagihan dan menindak lanjuti pengiriman data penjualan.
2. Cek hasil input
  - a. Memeriksa ulang setiap data yang sudah di input agar tidak terjadi kesalahan.
  - b. Melakukan cross check dengan customers jika menemukan selisih antara harga jual di faktur dengan data computer.
3. Laporan
  - a. Membuat laporan akhir bulan berbentuk faktur penjualan.
  - b. merekap retur customers.
- 4) Sekretaris:
  1. menjadi perantara pihak-pihak yang ingin berhubungan dengan manajer.
  2. Mengatur aktivitas perusahaan.
  3. Menjadi mediator bila terjadi permasalahan antara atasan dan bawahan.
- 5) *Job Description* mandor produksi:
  1. Membuat perencanaan dan jadwal proses produksi
  2. Mengawasi proses produksi agar kualitas, kuantitas dan waktunya sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat.
  3. Bertanggung jawab mengatur manajemen gudang agar tidak terjadi kelebihan atau kekurangan persediaan bahan baku, bahan penolong maupun produk yang sudah jadi digudang.

4. Bertanggung jawab mengatur manajemen alat agar fasilitas produksi berfungsi sebagaimana mestinya dan beroperasi dengan lancar
  5. Membuat laporan secara berkala mengenai kegiatan dibagiannya
  6. Bertanggung jawab pada peningkatan ketrampilan dan keahlian karyawan yang berada dibawah tanggung jawabnya
  7. Memberikan penilaian dan saksi jika karyawan dibawah tanggung jawabnya melakukan kesalahan dan pelanggaran
  8. Berinovasi dalam pengerjaan produksi dan memberikan masukan pada perusahaan berkaitan dengan bagian produksi
- 6) *Job Description* mandor packing:
1. Mengawasi kegiatan pengemasan produk agar sesuai dengan lead time yang ditentukan.
  2. Memberi briefing dan pelatihan pada karyawan baru.
  3. Menegur dan memberi sanksi bagi karyawan yang melakukan pelanggaran.
  4. Memberikan penilaian atas prestasi kerja karyawan dan menentukan yang bersangkutan layak dipromosikan/ menjadi permanen.
- 7) *Job Description* Marketing:
1. Sebagai bagian yang memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat, melalui produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut.
  2. Bertugas dalam menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan tersebut.
  3. Bertugas dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dengan lingkungan eksternal.

4. Bertugas untuk menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan penjualan produk.

## 5. Ruang lingkup produk

Sebuah perusahaan pastilah menghasilkan yang namanya output dari input. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkam perhatian, dibeli, dipergunakan, dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Seperti halnya di perusahaan Aning Snack Trangkil Pati memproduksi berbagai macam makanan ringan. Makanan ringan atau snack adalah istilah bagi makanan yang bukan merupakan menu utama (makan pagi, makan siang ataupun makan malam). Makanan yang dianggap makanan ringan merupakan makanan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, member sedikit pasokan tenaga ke tubuh atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya. Produk-produk yang dihasilkan Aning Snack Trangkil Pati seperti:

**Tabel 4.1**

### **Produk -produk yang dihasilkan Aning Snack Trangkil Pati**

1	Cipir asoi	21	Stik
2	Cumi-cumi	22	Stik balado
3	Emping jagung asin	23	Sukun
4	Kacang atom	24	Telo asin
5	Kacang telur	25	Telo rasa gadung
6	Kaoya	26	Tempe keripik asin
7	Kedele	27	Untuk yuyu
8	Keciput	28	Untir-untir
9	Koro putih	29	Wedaran asin
10	Krupuk bawang	30	Tempe pedas
11	Krupuk stick	31	Gadung
12	Krupuk tengiri	32	Kripik telo ungu
13	Krupuk keju	33	Telo BBQ
14	Macaroni pedas	34	Twis jagung
15	Marneng asin	35	Ring balado

16	Pisang panjang	36	Ring cheese
17	Potato asin	37	Widaran keju
18	Sarang madu	38	Kuping gajah
19	Semprit S	39	Kerupuk bawang
20	Semprong		

## 6. Prosedur dan mekanisme operasional

Aning Snack Trangkil Pati dalam kinerjanya sudah menggunakan standar berupa SOP (*Standart Operating Prosedur*) yang sudah dirancang demi terciptanya kondusifitas kerja yang profesional.

Mekanisme operasional Aning Snack Trangkil Pati setiap harinya karyawan diwajibkan absen pada saat masuk kerja ataupun pulang kerja. Apabila ada karyawan yang terlambat absen maka karyawan tersebut akan dikenakan sanksi yaitu potongan gaji. Hal ini dimaksudkan agar para karyawan dapat bersikap lebih disiplin dan bisa lebih menghargai waktu. Jika karyawan tidak mau 3 hari berturut-turut maka pihak perusahaan akan mengeluarkan SP (Surat Peringatan).<sup>2</sup>

### B. Pembentukan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Produk dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Di Aning Snack Trangkil Pati)

Persepsi kualitas produk secara singkat adalah gambaran atau anggapan seseorang dari hasil pengamatan, dan pengenalan dari sebuah produk yang ada disekitarnya. Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap informan mengenai pembentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dalam mempertahankan loyalitas pelanggan ( studi kasus di Aning Snack Trangkil Pati). Pendapat Ibu Aning selaku pemilik dari usaha Aning Snack Trangkil Pati, pembentukan

<sup>2</sup> Hasil observasi dan dokumentasi yang dilakukan penulis pada tanggal 22 juni 2017 di Aning Snack Trangkil Pati.

persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dalam mempertahankan loyalitas pelanggan antara lain adanya ciri khas rasa dari Aning Snack.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik dari usaha Aning Snack Trangkil Pati mengatakan bahwa :

“Makanan kecil itu banyak orang yang produksi tetapi saya tidak mau rasanya sama dengan orang lain. Jadi saya harus mempunyai ciri khas produk kita sendiri. Kita harus membuat inovatif dan riset harus selalu ada karena produk yang saya hasilkan akan berbeda dengan produk yang dihasilkan orang lain”.<sup>3</sup>

Melihat wawancara dengan Ibu Aning Hidayati dapat dipahami bahwa implementasi persepsi kualitas produk di Aning Snack Trangkil Pati dipengaruhi adanya ciri khas produk, dimana ciri khas ini dihasilkan dari perbaikan kualitas produk secara berkala. Selanjutnya cara Ibu Aning dalam memberikan kualitas produk yang baik dengan cara pelanggan harus mencoba produk atau mencicipi produk yang diproduksi Aning Snack Trangkil Pati, dengan ini pelanggan akan tetap tau kalau rasa dari produk aning tetap sama atau malah meningkat kualitasnya.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik dari usaha Aning Snack Trangkil Pati mengatakan bahwa:

“Cara saya memberikan dan membangun persepsi kualitas produk yang baik kepada konsumen adalah dengan pembuktian kualitas melalui tester. Dia harus tahu rasanya bagaimana, konsumen itu harus dikasih tester. Pemberian tester seperti saat kalau pas pameran ataupun waktu dirumah kita mereka disuruh ngicipi (tester) jadi dia tahu kualitas sebetulnya, jadi dia bisa menjaga dan menjadi pelanggan abadi”.<sup>4</sup>

Dari potongan percakapan diatas maka dapat di pahami bahwa dalam membangun sebuah persepsi kualitas produk ibu aning melakukan dengan metode pemberian sampel dan pengenalan produk mereka kepada

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik Aning Snack Trangkil Pati, tanggal 20 Juni 2017 di Home Industri Aning Snack Trangkil Pati.

<sup>4</sup> Wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik Aning Snack Trangkil Pati, tanggal 20 Juni 2017 di Home Industri Aning Snack Trangkil Pati.

baik pelanggan baru ataupun pelanggan loyal untuk selalu merasakan bagaimana cita rasa produk yang dihasilkan oleh aning snack sendiri, metode pengenalan ini dirasa cukup efektif untuk membangun sebuah pemikiran mengenai suatu persepsi yang akan timbul di dalam pemikiran seorang konsumen dan menjadi bahan evaluasi serta dijadikan perbandingan dalam menentukan keputusan konsumen untuk mengenal, menilai, dan melakukan keputusan untuk membeli atau bahkan mejadi pelanggan sekalipun. Selanjutnya Ibu Aning juga menjelaskan sebagai berikut:

“Pelanggan karna tahu rasanya seperti krupuk jadi banyak yang membuat krupuk tapi konsumen meyakini bahwa ooh ya produk krupuknya bu aning ini enak gitu. Jadi di produk krupuk saya, itu yang krupuk stick bawang misalnya, dari kota semarang juga banyak tetapi ternyata orang semarang kemarin tak tanyain antara krupuk semarang dengan punya saya enak mana, dia jawab enak punya bu Aning katanya, itu jadi saya langsung kekonsumen menanyakan langsung kualitas kita. jadi nanti kalau ada kritikan dan ada kendala dari konumen langsung kita tingkatkan kualitas kita. jadi kualitas dijaga dengan uji tester dan kritikan-kritikan.”<sup>5</sup>

Pembangunan persepsi selain melalui pemberian tester, persepsi kualitas produk juga didasarkan pada bagaimana seorang konsumen menanggapi sebuah produk yang ditawarkan, secara tidak langsung tanggapan dari pelanggan dapat menjadi gambaran atau tolak ukur dari aning untuk mengetahui bagaimana dan seberapa percaya konsumen kepada produk aning snack, tidak hanya itu tanggapan dan penilaian dan kritik konsumen yang secara langsung kepada konsumen juga dapat membangun persepsi mengenai bagaimana aning sendiri yang selalu mengutamakan konsumen dan seolah memperhatikan tanggapan yang diberikannya sehingga konsumen nantinya akan yakin dengan produk itu sendiri.

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik Aning Snack Trangkil Pati, tanggal 20 Juni 2017 di Home Industri Aning Snack Trangkil Pati.

Penjelasan lain juga mengungkapkan bahwa masih ada banyak faktor yang dapat dijadikan sebagai faktor pendorong dalam membangun persepsi konsumen terhadap suatu produk seperti dijelaskan oleh pemilik aning sendiri.

“Selain itu Label halal dan Badan POM itu termasuk yang dipercaya konsumen, kalau izin produknya tidak komplit dia gak mau. Jadi sekarang kan kritis ada expired jadi jangka berapa bulan tiak mau dibeli orang. Halal dan P-IRT selalu 2 tahun sekali menengok kita, kesalahan kita ada dimana terus kekurangan kita ada dimana kita selalu dikontrol terus tiap 2 tahun sekali jadi untuk kualitas yang betul-betul benar itu kita sudah membuktikanya dengan mempunyai izin dan lulus sertifikasi tadi”<sup>6</sup>

Melihat kelanjutan wawancara dengan Ibu Aning Hidayati dapat dipahami bahwa untuk membuat pelanggan terkesan terhadap produk di Aning Snack Trangkil Pati harus membuat pelanggan itu merasakan produk kita sehingga pelanggan tahu bagaimana rasanya. Di Aning Snack Trangkil Pati juga sangat membutuhkan kritik dan saran dari pelanggan sehingga dari pihak Aning Snack Trangkil Pati bisa memperbaiki kualitas produk secara berkelanjutan. Selain itu yang mempengaruhi kualitas produk yaitu label halal dan badan POM, ijin-ijin tersebut jugatermasuk yang dipercaya konsumen.

Hal ini juga ditegaskan wawancara dengan Bapak Dwi selaku pemilik Toko Sumber Rizeki mengatakan bahwa:

“Saya lebih percaya produk yang di produksi Aning Snack Trangkil pati dari pada home industry lainnya karena produk Aning Snack itu ada BPOM, label halal, P-IRT, kemasannya itu menarik karena bungkus plastik lebih tebal”.<sup>7</sup>

Hal ini juga ditegaskan wawancara dengan Mbak Nurul Khalim mengatakan bahwa:

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik Aning Snack Trangkil Pati, tanggal 20 Juni 2017 di Home Industri Aning Snack Trangkil Pati.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bapak Dwi selaku pemilik Toko Sumber Rizeki, tanggal 20 Juni 2017 di Toko Sumber Rizeki.

“Dari segi kualitas produk di Aning Snack Trangkil pati yang selama ini saya rasakan sudah seperti yang saya inginkan. Jadi dalam segi rasa ataupun kemasan dan lain sebagainya sudah memenuhi harapan saya tentang kualitas produk yang diberikan Aning Snack Trangkil Pati”<sup>8</sup>.

Melihat wawancara dengan Mbak Nurul Khalim dapat dipahami bahwa kualitas produk di Aning Snack Trangkil Pati sudah memenuhi harapan pelanggan selama ini.

Seiring dengan perkembangan pembahasan mengenai persepsi kualitas produk semakin berkembang. Pengelola bisnis semakin menyadari akan peran dan fungsi tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk. Menurut Robbins dan Judge, 201 : 202 mengemukakan bahwa persepsi adalah suatu proses menginterpretasikan tanggapan atau kesan yang kita peroleh dengan maksud memberi makna pada objek yang kita ketahui, tetapi apa yang kita ketahui atau rasakan dapat berbeda secara substansial dari realitas objektif. Aning Snack Trangkil Pati adalah home industry yang memproduksi aneka makanan ringan yang dalam operasionalnya dituntut untuk menghasilkan produk yang sempurna. Sistem penerapan kualitas produk yang diterapkan di Aning Snack Trangkil pati yaitu dengan cara menanyai langsung kepada pelanggan. Pelanggan bagaikan raja bagi Ibu Aning Hidayati, mereka selalu diikutsertakan dalam proses perbaikan kualitas produk di Aning Snack Trangkil Pati.

Persepsi kualitas (*perceived quality*) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau fitur produk yang akan di beli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun Negara pembuatnya (*country-of-origin, country-of-manufacture, country-of-assembly, atau country-of-brand*). Karena sifatnya perkeptual, maka setiap orang mempunyai opini sendiri-sendiri.

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Mbak Nurul Khalim salah satu pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati, tanggal 21 Juni 2017 di rumah produksi Aning Snack trangkil Pati.

Pada dasarnya informasi produk barang ataupun jasa dapat diperoleh dari dua sumber utama yaitu lingkungan eksternal dan memori. Lingkungan eksternal antara lain berupa paket, label, harga, dan informasi pemasaran lainnya. Sedangkan memori, antara lain berupa pengalaman masa lalu, pesan dari mulut kemulut dan referensi keluarga.

Pada hakekatnya persepsi merupakan suatu proses kognitif yang di alami oleh setiap orang, dalam memahami informasi tentang lingkungannya. Secara definisi, persepsi merupakan suatu proses dengan cara apa seseorang melakukan pemilihan, penerimaan, pengorganisasian, dan penginterpretasikan atas informasi yang di terimanya dari lingkungan.

Data hasil wawancara dengan Ibu Aning Hidayati dapat dipahami bahwa pembentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dalam mempertahankan loyalitas pelanggan ( studi kasus di aning snack trangkil pati) dipengaruhi adanya ciri khas produk, dimana ciri khas ini dihasilkan dari perbaikan kualitas produk secara berkala. Selanjutnya cara Ibu Aning dalam memberikan kualitas produk yang baik dengan cara pelanggan harus mencoba produk atau mencicipi produk yang diproduksi Aning Snack Trangkil Pati, dengan ini pelanggan akan tetap tau kalau rasa dari produk aning tetap sama atau malah meningkat kualitasnya. Kelanjutan wawancara dengan Ibu Aning Hidayati dapat dipahami bahwa untuk membuat pelanggan terkesan terhadap produk di Aning Snack Trangkil Pati mereka harus membuat pelanggan itu merasakan produk kita sehingga pelanggan tahu bagaimana rasanya. Dengan begitu proses terbentuknya persepsi juga akan lebih efektif karena pelanggan tak hanya memprepsisikan hanya dari atribut dan fitur produk saja namun lebih dari itu konsumen atau pelanggan tau lebih dari sekedar kenal terhadap nama, citra, dan reputasi merek yang diperoleh konsumen melalui berbagai informasi yang diperoleh di lingkungan sekitarnya, baik external ataupun internal sebelum konsumen baru atau pelanggan tahu mengenai kualitas produk lama dan yang gelah diperbarui. Hal tersebut dijelaskan oleh Aning Snack Trangkil Pati bahwa mereka sangat menghargai kritik dan saran dari

pelanggan sehingga dari pihak Aning Snack Trangkil Pati bisa memperbaiki kualitas produk secara berkelanjutan. Selain itu yang mempengaruhi kualitas produk yaitu label halal dan badan POM, ijin-ijin tersebut juga termasuk yang dipercaya konsumen.

Menurut Garvin kualitas produk terdiri atas delapan dimensi berikut yang satu dengan yang lainnya dapat berkaitan erat.

- 1) Kinerja (*performance*), yakni efisiensi pencapaian tujuan utama sebuah produk. Umumnya kinerja yang lebih bagus identik dengan kualitas yang lebih baik.
- 2) Fitur (*fiatures*) yaitu atribut produk yang melengkapi kinerja dasar sebuah produk.
- 3) Reabilitas (*reability*), yaitu kemampuan sebuah produk untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia desainnya.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi sebuah produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan tingkat kemampuan sebuah produk mentoleir tekanan, stress atau trauma tanpa mengalami kerusakan berarti.
- 6) *Serviceability*, yakni kemudahan mereparasi sebuah produk.
- 7) *Eстетika*, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.
- 8) Persepsi kualitas (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan.

Menurut analisis peneliti persepsi kualitas produk *Performance* yang diterapkan di Aning Snack meliputi perbaikan kualitas produk yang berkelanjutan, dalam masalah perbaikan kualitas yang berkelanjutan Ibu Aning Hidayati melibatkan langsung pelanggan dari Aning Snack Trangkil Pati sebagai kontrol kualitas dan perbaikan produk. *Fiatures* yang dimaksud disini adalah atribut produk salah satunya adalah pengemasan yang baik dan menarik, di Aning Snack Trangkil Pati pengemasan sangatlah diperhatikan karna ketertarikan pelanggan dengan produk adalah

pengemasan yang baik dan menarik. *Reability* disini dimaksudkan kemampuan produk Aning Snack untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia proses pemasaran hingga ketangan konsumen. *Conformance to specifications* yang dimaksud disini yaitu sejauh mana karakteristik pengemasan dan operasional produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya, dan di Aning Snack Trangkil Pati sangat memperhatikan standar operasional prosedur jadi semua produk yang dihasilkan harus sesuai dengan standar yang ditetapkan dan barang yang dihasilkan akan sesuai dengan kebutuhan konsumen. *Durability* berkaitan dengan tingkat kemampuan produk mentoleir tekanan dan kegagalan produksi tanpa mengalami kerusakan berarti, dalam desainnya produk aning snack di lengkapi properti dalam seistem pengemasan yang baik dan rapi sehingga produk yang dipasarkan benar2 memiliki kualitas baik dan mampu bertahan sampai dengan produk tersebut laku dan sampai di tangan konsumen nantinya. *Serviceability* kemudahan mereparasi sebuah produk, produk di Aning Snack Trangkil Pati adalah produk makanan ringan yang dalam bentuk rasa senarnya mudah berubah, namun produk aning snack yang tak hanya memiliki 1 desain dan 1 rasa saja sebenarnya sangatlah mudah untuk di reparasi hal itu dibuktikan dengan adanya inovasi produk dan pengalihan produk ke pasaran yang lebih kompleks jika terjadi suatu kegagalan proses produksi yang masih bisa ditolefansi. *Estetika* yang dimaksud disini adalah daya tarik produk terhadap panca indra, produk Aning Snack Trangkil Pati mempunyai bentuk dan jenis yang beragam hingga 39 bentuk produk ini memberikan pelanggan atau konsumen Aning Snack memiliki banyak pilihan produk. *Perceived quality* yang dimaksud yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan, seperti yang kita tahu aning snack sudah berdiri sejak 1987 dan sudahmemiliki pangsa pasar yang teramat luas,citra produk dan reputasi produknyapun sudah tidak diragukan lagi meskipun tak semua orang tahu namun aning snack telah mampu membuktikan kepada calon pelanggan ataupun pelinggannya sebuah pembuktian mengenai reputasi

suatu merek dengan berbagai banyaknya produk yang dihasilkan dan pangsa pasar yang telah tembus ke pasar moderen. *Perceived quality* atau penerimaan pemahaman mengenai suatu citra dan reputasi merek di Aning Snack Trangkil Pati di lakukan aning dengan memperhatikan tentang pentingnya persepsi kualitas produk. Dengan cara memperhatikan keluhan pelanggan, mendengarkan kritik-kritik dan saran dari pelanggan serta didukung dengan SOP yang baik. 8 dimensi kualitas produk, Aning Snack akan mendapat produk yang berkualitas, dengan demikian citra dan reputasi produk akan jauh lebih baik dimata pelanggan. Dimata pelanggan pun kualitas produk yang ada di Aning Snack Trangkil Pati sudah memenuhi harapan pelanggan selama ini sehingga pelanggan semakin loyal terhadap produk Aning Snack Trangkil Pati.

### **C. Pembentukan *Service Excellent* dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Di Aning Snack Trangkil Pati)**

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap informan mengenai pembentukan *service excellent* dalam mempertahankan pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati di dapatkan dari pendapat Bapak Dwi selaku pemilik dari toko sumber rezeki bahwa pembentukan *service excellent* yang diterapkan di Aning Snack Trangkil Pati terdapat pelayanan yang sebaik-baiknya yang diberikan ke seluruh konsumen di Aning Snack Trangkil pati.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Bapak Dwi selau pemilik toko sumber rezeki mengatakan bahwa:

“pelayanan yang diberikan Aning Snack Trangkil Pati ramah dan baik. Dan saya juga mendapat keuntungan selama menjadi pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati, kalau barang saya masih atau tidak laku dapat diganti barang baru atau return.”<sup>9</sup>

Melihat wawancara dengan Bapak Dwi dapat dipahami bahwa upaya menciptakan pelanggan terkesan ada beberapa faktor yang

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Dwi selaku pemilik Toko Sumber Rizeki, tanggal 20 Juni 2017 di Toko Sumber Rizeki.

mendorong pelanggan itu tetap tertarik dengan Aning Snack Trangkil Pati. Faktor-faktor yang membuat pelanggan terkesan diantaranya yaitu karyawan yang selalu ramah kepada pelanggan, dalam pelayanan baik, dan juga jika ada barang yang tidak laku bisa direturn. Hal ini juga ditegaskan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik dari usaha Aning Snack Trangkil pati, mengatakan bahwa:

“Fasilitas pelayanan yang diberikan Aning Snack Trangkil Pati antara lain pengiriman barang selalu tepat waktu. Kalau barang datang dan barang yang sudah lama diganti dengan barang baru. Jadi *expired* dan tidak *expired* setiap bulannya pasti kita ganti. Pengiriman kita tidak over, barang yang saya kirim selalu tak limi lima-lima dari keseluruhan produk yang di order jadi satu bulan bisa terjual semua. Kadang ada yang tinggal 2 kadang 3 jadi kita tidak bisa memberi toko itu selalu over jadi mending kurang barang dari pada over barang. Itu diharapkan agar barang tidak numpuk ditoko. Selain itu kelengkapan pegawai dari Aning Snack yang berada di lapangan maupun di kantor selalu kita suruh mbak-mbaknya berpakaian rapi bersih dan selalu bersikap ramah tamah dan itu selalu kita terapkan kepada karyawan Aning Snack. Dan jika pelanggan itu mau pesan atau complain sama barang kita, kita menyediakan pelayanan sarana komunikasi yang disediakan lewat handphone, jadi kita selalu berkomunikasi kalau barang habis mereka selalu telephone kita juga kalau ada saran-saran yang ditunjukkan ke Aning Snack juga bisa lewat *telephone*”.<sup>10</sup>

Melihat wawancara dengan Ibu Aning Hidayati dapat dipahami bahwa untuk membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan tidaklah harus seluruhnya baik, namun sebagai seorang pemasok sebuah usaha haruslah memperhatikan apa yang dibutuhkan konsumen dan memberikan keinginan terbaik yang diharapkan konsumen dari aning sendiri, pelayanan prima adalah menjadi faktor utama dalam yang mendukung dari proses berjalannya sebuah organisasi agar tetap berjalan dengan lancar, salah satu bentuk pelayanan aning snack yang di berikan kepada konsumen seperti dijelaskan dalam wawancara adalah adanya komunikasi yang baik antara sales dilapangan dengan pelanggan karena

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik Aning Snack Trangkil Pati, tanggal 20 Juni 2017 di Home Industri Aning Snack Trangkil Pati.

sales dibagian pemasaran adalah pintu depan dari aning snack dalam artian proses utama terbentuknya kerjasama maka aning memberikan arahan arahan yang penting dikalaln oleh para pemasarnya guna melakukan pelayanan yang baik bagi konsumen dan menciptakan rasa nyaman di benak konsumen yang nantinya akan berdampak positif bagi pelanggan kedepanya.

Selain hal diatas pelayanan prima dalam mendukung menciptakan loyalitas pelanggan Aning Snack Trangkil Pati dipengaruhi dari beberapa faktor diantaranya pelayanan pengiriman barang yang selalu tepat waktu, barang bisa return, pengiriman tidak over, kelengkapan pegawai Aning Snack yang selalu rapi dan ramah tamah, dan sarana komunikasi yang bisa digunakan kapanpun. Jadi pelanggan akan semakin puas dengan pelayanan Aning Snack Trangkil Pati jika semua faktor itu diterapkan dengan baik. Bapak Darsan pemilik toko sido mulyo yang merupakan pelanggan Aning Snack juga mengatakan bahwa:

“pendapat saya tentang pelayanan di Aning Snack Trangkil Pati menurut saya baik, dan memuaskan semuanya”.<sup>11</sup>

Hal ini juga ditegaskan wawancara Mbak Nurul Khalim mengatakan bahwa:

“Kalau menurut saya cepat, tepat, ramah, dan fasilitasnya juga nyaman. Makanya saya sering beli disitu”.

Mbak putri juga merasakan bahwa pelayanan di Aning Snack Trangkil Pati sangat ramah. Dari alasan itulah mbak putri yang merupakan salah satu pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati sering membeli produk di aning dari pada di home industry lainnya karena sudah percaya dengan kualitas pelayanan yang diberikan Aning Snack dengan kepercayaan itulah pelanggan akan merasa puas terhadap Aning Snack Trangkil Pati.

Dalam sebuah bisnis membangun budaya pelayanan prima (*service excellent*) adalah hal yang paling penting. Peningkatan terus-menerus

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Darsan pemilik toko Sido Mulyo, tanggal 20 Juni 2017 di toko Sido Mulyo.

(*countinous improvement*) harus selalu diasah agar pelayanan terhadap pelanggan pun meningkat dari waktu ke waktu. Peran karyawan dalam suatu organisasi menentukan kelangsungan organisasi itu sendiri. Apabila mutu pelayanan meningkat, dampak pada organisasi secara menyeluruh akan dapat dirasakan pula oleh para karyawan. Memproses pelayanan kepada pelanggan baik berupa barang atau jasa melalui tahapan, prosedur, persyaratan-persyaratan, waktu dan pembiayaan yang dilakukan secara transparan untuk mencapai kepuasan sebagaimana dengan misi yang telah ditetapkan organisasi. Pelayanan prima sebagaimana tuntutan pelayanan yang memuaskan pelanggan memerlukan persyaratan bahwa setiap pemberi layanan yang memiliki kualitas kompetensi yang professional. Pelayanan prima (*Excellent service*) berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh karyawan perusahaan dalam upaya untuk memberikan kepuasan dan menumbuhkan kepercayaan pihak pelanggan (konsumen). Melayani pelanggan dengan baik akan membuat pelanggan merasa di istimewa, dengan memperhatikan kebutuhan pelanggan juga akan sangat membuat pelanggan senang.

Aning Snack Trangkil Pati adalah usaha dagang berbasis industri yang menghasilkan banyak makanan ringan bersekala besar. Dengan produk yang dihasilkan Aning Snack harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik buat pelanggan agar pelanggan tetap loyal terhadap produk Aning Snack.

Dari wawancara dengan Bapak Dwi selau pemilik toko sumber rezeki mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan Aning Snack Trangkil Pati ramah dan baik. Dan saya juga mendapat keuntungan selama menjadi pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati, kalau barang saya masih atau tidak laku dapat diganti barang baru atau return. Bapak Darsan pemilik toko sido mulyo yang merupakan pelanggan Aning Snack juga mengatakan pendapat tentang pelayanan di Aning Snack Trangkil Pati menurut saya baik, dan memuaskan semuanya. Mbak putri juga merasakan bahwa pelayanan di Aning Snack Trangkil Pati sangat ramah. Dari alasan

itulah mbak putri pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati sering membeli produk di aning dari pada di home industry lainnya karena sudah percaya dengan kualitas pelayanan yang diberikan Aning Snack dengan kepercayaan itulah pelanggan akan merasa puas terhadap Aning Snack Trangkil Pati.

Dari hasil wawancara beberapa pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati peneliti menyimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan di Aning Snack Trangkil Pati memang sangat baik sehingga pelanggan yang membeli produknya merasa puas dengan apa yang dibelinya.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry *service excellent* memiliki lima dimensi utama dan juga Aning Snack Trangkil Pati menerapkan kelima unsur ini, diantaranya:

a. Reabilitas (*reability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang di janjikan secara akurat sejak pertama kali. Di Aning Snack Trangkil Pati sadar betul tentang apa yang dijanjikan selama ini. Aning Snack akan terus memberikan promosi (menyampaikan pelayanan) perbaikan dan peningkatan pelayanan agar pelanggan tetap setia pada Aning Snack Trangkil Pati.

b. Daya tanggap (*reponsiveness*)

Berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Di Aning Snack Trangkil Pati juga memberikan *reponsiveness* yang sangat baik. Ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan Ibu Aning Hidayati mengatakan jika pelanggan itu mau pesan atau komplain sama barang kita, kita menyediakan pelayanan sarana komunikasi yang disediakan lewat handphone, jadi kita selalu berkomunikasi kalau barang habis mereka selalu telephone kita juga kalau ada saran-saran yang ditunjukkan ke Aning Snack juga bisa lewat telephone. Dengan sarana

prasarana ini merespon permintaan pelanggan akan lebih cepat ditangani.

c. Jaminan (*assurance*)

Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*convidence*). Di Aning Snack Trangkil pati karyawan juga dituntut memiliki kemampuan dan kesopanan yang sesuai dengan prosedur. Ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan beberapa konsumen yang menyatakan bahwa karyawan yang ada di Aning Snack Trangkil Pati dalam menangani pelanggan sangat baik mulai dari pengetahuan tentang produk, kesopanan hingga menyakinkan pelanggan untuk membeli produk di Aning Snack Trangkil Pati. Itu didasari dengan prosedur yang telah ditetapkan dari pihak Aning Snack Trangkil Pati sendiri.

d. Empati (*empathy*)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Di Aning Snack Trangkil Pati menjadikan pelanggan itu seperti keluarga sendiri jadi jika ada masalah pelanggan itu akan bercerita seperti keluarga sendiri jadi tidak ada malu untuk menceritakan masalah mereka. Dan daripihak Aning Snack Trangkil Pati pun akan ikut membantu menangani masalah yang dihadapi pelanggannya. Empati juga di wujudkan di aning snack dengan cara memberikan layanan coplain 24 jam via telephon

e. Bukti fisik (*tangibles*)

Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.<sup>12</sup> Bukti fisik yang diberikan oleh aning sangatlah banyak mulai dari fasilitas perusahaan atau sendiri berupa bangunan, sarana

---

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*

dan prasana berupa transportasi, telephone, dan jamian barang oke sampai ketangan konsumen merupan bukti fisik dari kualitas pelayanan prima yang baik. Menurut peneliti di Aning Snack Trangkil Pati telah memperhatikan semua unsur tersebut dengan baik.

Banyak perusahaan yang menfokuskan pada kepuasan yang tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya pas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka amat puas dan lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kekekalan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan/preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi. Hal ini juga di terapkan pada Aning Snack Trangkil pati, dapat dilihat dengan adanya kesetiaan pelanggan yang tinggi, dan berdampak pada semakin meluasnya jangkauan pemasaran. Hasil wawancara dengan Bapak Darsan dan Bapak Dwi dapat dipahami bahwa pelanggan di Aning Snack trangkil pati selalu loyal dengan Aning Snack Trangkil Pati. Loyalitas yang diperlihatkan pelanggan diantaranya pelayanan yang baik. Faktor tersebut akan menjadikan pelanggan seperti raja yang diberikan pelayanan yang super sehingga pelanggan itu akan merasa puas dengan apa yang didapatnya. Dengan adanya kepuasan itu dengan sendirinya pelanggan itu akan menjadi loyal terhadap Aning Snack Trangkil Pati.

Untuk mencapai tingkat *excellence*, setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karna merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan, dan memiliki kemampuan menengani keluhan pelanggan secara professional. Dengan demikian upaya mencapai *excellence*

bukanlah pekerjaan yang mudah. Akan tetapi bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.<sup>13</sup>

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan diatas alternatif tawaran organisasi pesaing. Loyalitas pelanggan juga menunjukkan kecenderungan organisasi mendapatkan hasil imbalan dari pilihan berkelanjutan pelanggan atas tawaran tertentu. Dengan tingkat loyalitas yang diprediksi akan diperoleh suatu asumsi atas nilai waktu kehidupan pelanggan atau “*lifetime customer value*”

Dengan loyalitas yang diperkuat dengan komitmen diantara organisasi dan pelanggan akan lebih meningkatkan hubungan yang lebih dekat dalam penjaminan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Alur jalan kepuasan dan loyalitas diantara pelanggan yang ada akan menunjukkan hasil inti pelanggan didalam proses analisis internal. Suatu ukuran loyalitas pelanggan haruslah mencakup unsur-unsur kepuasan retensi pelanggan. Dengan menggunakan kepuasan, retensi dan rekomendasi pelanggan yang sangat dipengaruhi oleh kepuasan dan loyalitas pelanggan tersebut.<sup>14</sup>

Pelanggan merupakan pembeli atau konsumen yang melakukan pembelian atau mengkonsumsi kembali produk tertentu, berupa barang atau jasa semula. Pelanggan retensi merupakan pelanggan yang terus berlanjut menjadi pelanggan. Dalam menentukan pembelian dan pengonsumsi produk tertentu, pelanggan melakukan pilihan akhir yang cenderung didasarkan pada upaya untuk memaksimalkan nilai atau *value*, didalam batas dari biaya kajiannya dengan pengetahuan yang terbatas atau *experience*-nya, mobilitas, dan pendapatannya.

Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal, merupakan jantung setiap entitas bisnis tak terkecuali di Aning Snack .

---

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta, 2000, Hal. 58

<sup>14</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, hal. 14-15

Manajer terus berupaya untuk membina pelanggan loyal, yang merupakan pelanggan retensi dengan kemampuan untuk dapat memberikan rekomendasi. Upaya tersebut dilakukan oleh manajer, karena manajer yakin bahwa pelanggan merupakan dasar dari pusat laba perusahaan, sehingga perusahaan perlu lebih berorientasi pada pelanggan. Untuk mencapai hal tersebut perusahaan perlu menjaga harapan pelanggan dengan memperhatikan nilai penerimaan pelanggan terhadap produk, yaitu besarnya perbedaan di antara seluruh manfaat dari hasil prospektif pelanggan, dengan seluruh biaya dari alternatif yang ditawarkan dan penerimaan pelanggan.

Pada dasarnya suatu bisnis perusahaan selalu berupaya untuk mencari dan membina para pelanggannya, karena melalui pelangganlah bisnis suatu perusahaan akan dapat tumbuh maju dan berkembang. Pada awalnya pelangganlah yang pertama-tama memberikan informasi tentang apa yang dibutuhkan kepada penjual, dan kemudian dari pandangan pelanggan tersebut, pemasar mengembangkan produk, berupa barang atau jasa, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan itu. Dengan dasar pertimbangan perusahaan, perusahaan berupaya membangun dan memelihara atau menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan sehingga perusahaan menekankan sasarannya pada pelanggan, seperti kepuasan retensi, dan loyalitas. Melalui upaya tersebut, diharapkan dapat terbina ekuitas pelanggan, yang merupakan perhitungan besarnya keuntungan ekonomis dalam upaya mempersiapkan pembinaan prospek kegiatan pemasaran.

Karena kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan mempunyai dampak positif terhadap tingkat keuntungan, suatu bisnis perusahaan akan selalu berkeinginan untuk menjaga dan memelihara para pelanggannya. Perlu disadari bahwa para pelanggan mempunyai kebebasan dalam menentukan pilihannya. Akan tetapi, para manajer bisnis perusahaan harus selalu berupaya menarik atau menggait pelanggan baru.

Untuk menarik pelanggan yang tepat diperlukan kegiatan yang merupakan proses pemasaran, yang dikenal sebagai pemasaran relasional. Pemasaran relasional merupakan upaya untuk mengelola loyalitas atas pelanggan sehingga dapat dicapai tingkat loyalitas yang tinggi dengan dengan tingkat keuntungan yang tinggi pula.<sup>15</sup>

Berdasarkan data saat peneliti melakukan observasi di beberapa daerah di area dagang produk Aning Snack Trangkil Pati, tepatnya di Trangkil Pati terdapat beberapa kekurangan atau pengelolaan manajemen, dimulai dari lokasi Aning Snack sendiri, disini peneliti menemukan adanya ketidakcocokan *service excellent* yang di gambarkan konsumen dengan kenyataan, pelayanan pelanggan yang belum tercapai secara optimal akibat kurangnya karyawan, namun hal tersebut masih dalam tahap normal. Disisi lain terdapat kelebihan tersendiri dari Aning Snack. Keunggulan Aning Snack Trangkil Pati di bagian *service excellence* menurut peneliti juga cukup baik, karena aning snack telah melakukan atau memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya, misalnya seperti pelayanan pemesanan barang via telephone, memberikan penerimaan layanan komplain terhadap produk dan pelayanan dari aning snack sendiri, memberikan layanan return dan pengontrolan kualitas secara rutin terhadap produk-produknya yang beredar dipasaran.

Menurut peneliti *service excellent* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati sudah baik ini bisa dilihat dari tingginya kepuasan pelanggan Aning Snack Trangkil Pati. Dan di ikuti dengan lima dimensi dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dan sudah berjalan sesuai dengan rencana. Diantaranya adalah Reabilitas (*reability*), Daya tanggap (*reponsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), Bukti fisik (*tangibles*). Kelima dimensi tersebut sudah diterapkan di Aning Snack Trangkil Pati dan sudah dilaksanakan sesuai dengan prosedur. Secara garis besar pelayanan yang baik sehingga dapat mencapai kepuasan

---

<sup>15</sup> *Ibid.*

pelanggan dan diikuti dengan pelanggan retensi yang paling berpengaruh dalam menciptakan loyalitas pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati.

#### **D. Kendala Dalam Pembentukan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Produk dan *Service Excellent* dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Di Aning Snack Trangkil Pati)**

Berdasarkan wawancara mendalam yang peneliti lakukan di Aning Snack Trangkil pati terdapat kendala dalam proses menjaga persepsi kualitas suatu produk yaitu sulitnya bahan baku yang musiman. Dari bahan baku yang bisa didapat disaat tertentu akan menjadikan proses produksi tertunda. Disaat seperti inilah pelanggan akan mencari produk yang diharapkan tetapi produk yang diharapkan pelanggan tersebut tidak dapat diproduksi karena ketidaktersediaan bahan baku.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik dari Aning Snack Trangkil Pati mengatakan bahwa:

“Kendalanya kalau ceriping sukun bahan bakunya musiman. Kadang konsumen mencari ceriping sukun kita tidak ada, terus ceriping gadung juga musiman kendalanya disitu bahan baku. Ada juga kita ngirim barang ke toko tetapi toko bayarnya susah ditarik”.

Melihat wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik dari Aning Snack Trangkil Pati dapat dipahami bahwa kendala yang selama ini di hadapi perusahaan adalah beberapa bahan baku yang musiman. Dari faktor inilah Aning Snack Trangkil Pati selalu merasa resah jika pelanggan meminta produk yang tidak diproduksi lagi.

Hal ini juga ditegaskan wawancara dengan mbak Putri salah satu pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati mengatakan bahwa:

“terkadang saya ingin membeli ceriping sukun tetapi dari pihak aning bilang belum produksi ceriping sukun, terkadang saya ya merasa kecewa”.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Mbak Putri salah satu pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati, tanggal 20 Juni 2017 di home industry Aning Snack Trangkil Pati.

Melihat wawancara dari mbak Putri salah satu pelanggan Aning Snack Trangkil Pati dapat dipahami bahwa tidak semua pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati tidak merasa puas, tetapi didalam kasus ini pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati akan ditawari produk lain atau dialihkan ke produk yang ada di Aning Snack Trangkil Pati. Dengan demikian pelanggan tidak akan merasa kecewa terlalu berlebih.

Dalam menjalankan sebuah bisnis, kendala sudah menjadi hal yang lumrah dalam prosesnya, namun suatu kendala dapat diatasi dengan solusi yang tepat. Solusi adalah cara atau jalan yang digunakan untuk memecahkan atau menyelesaikan masalah tanpa adanya tekanan pada pihak-pihak yang diberi solusi.

Dalam variabel *service excellent* tidak ditemukan kendala yang berarti itu dikarenakan berhasilnya dimensi *service excellent* yang diterapkan di Aning Snack Trangkil Pati.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Bapak Dwi selau pemilik toko sumber rezeki mengatakan bahwa:

“pelayanan yang diberikan Aning Snack Trangkil Pati ramah dan baik. Dan saya juga mendapat keuntungan selama menjadi pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati, kalau barang saya masih atau tidak laku dapat diganti barang baru atau return.”<sup>17</sup>

Melihat wawancara dengan Bapak Dwi dapat dipahami bahwa upaya menciptakan pelanggan terkesan ada beberapa faktor yang mendorong pelanggan itu tetap tertarik dengan Aning Snack Trangkil Pati. Faktor-faktor yang membuat pelanggan terkesan diantaranya yaitu karyawan yang selalu ramah kepada pelanggan, dalam pelayanan baik, dan juga jika ada barang yang tidak laku bisa direturn. Hal ini juga ditegaskan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik dari usaha Aning Snack Trangkil pati, mengatakan bahwa:

“Fasilitas pelayanan yang diberikan Aning Snack Trangkil Pati antara lain pengiriman barang selalu tepat waktu. Kalau barang

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bapak Dwi selaku pemilik Toko Sumber Rizeki, tanggal 20 Juni 2017 di Toko Sumber Rizeki.

datang dan barang yang sudah lama diganti dengan barang baru. Jadi *expired* dan tidak *expired* setiap bulannya pasti kita ganti. Pengiriman kita tidak over, barang yang saya kirim selalu tak limi lima-lima dari keseluruhan produk yang di order jadi satu bulan bisa terjual semua. Kadang ada yang tinggal 2 kadang 3 jadi kita tidak bisa memberi toko itu selalu over jadi mending kurang barang dari pada over barang. Itu diharapkan agar barang tidak numpuk ditoko. Selain itu kelengkapan pegawai dari Aning Snack yang berada di lapangan maupun di kantor selalu kita suruh mbak-mbaknya berpakaian rapi bersih dan selalu bersikap ramah tamah dan itu selalu kita terapkan kepada karyawan Aning Snack. Dan jika pelanggan itu mau pesan atau complain sama barang kita, kita menyediakan pelayanan sarana komunikasi yang disediakan lewat handphone, jadi kita selalu berkomunikasi kalau barang habis mereka selalu telephone kita juga kalau ada saran-saran yang ditunjukkan ke Aning Snack juga bisa lewat *telephone*".<sup>18</sup>

Melihat wawancara dengan Ibu aning Hidayati dapat dipahami bahwa untuk membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan tidaklah harus seluruhnya baik, namun sebagai seorang pemasok sebuah usaha haruslah memperhatikan apa yang dibutuhkan konsumen dan memberikan keinginan terbaik yang diharapkan konsumen dari aning sendiri, pelayanan prima adalah menjadi faktor utama dalam yang mendukung dari proses berjalannya sebuah organisasi agar tetap berjalan dengan lancar, salah satu bentuk pelayanan aning snack yang di berikan kepada konsumen seperti dijelaskan dalam wawancara adalah adanya komunikasi yang baik antara sales dilapangan dengan pelanggan karena sales dibagian pemasaran adalah pintu depan dari aning snack dalam artian proses utama terbentuknya kerjasama maka aning memberikan arahan arahan yang penting dikalakan oleh para pemasarnya guna melakukan pelayanan yang baik bagi konsumen dan menciptakan rasa nyaman di benak konsumen yang nantinya akan berdampak positif bagi pelanggan kedepanya.

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik Aning Snack Trangkil Pati, tanggal 20 Juni 2017 di Home Industri Aning Snack Trangkil Pati.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia hambatan adalah halangan atau rintangan. Hambatan memiliki arti faktor atau keadaan yang membatasi, menghalangi atau mencecah pencapaian sasaran.<sup>19</sup> Hambatan merupakan keadaan yang dapat menyebabkan pelaksanaan terganggu dan tidak terlaksana dengan baik. Hambatan cenderung bersifat negatif, yaitu memperlambat laju suatu hal yang dikerjakan oleh seseorang. Dalam melakukan kegiatan seringkali ada beberapa yang menjadi penghambat tercapainya tujuan, baik itu hambatan dari pelaksanaan program maupun dalam pengembangannya.

Menurut Hansen dan Mowen, jenis kendala dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan asalnya
  - a) Kendala internal (*internal constraint*)

Adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari dalam perusahaan. Dalam hal ini Di Aning Snack Trangkil Pati tidak ada kendala yang berarti. Aning Snack Trangkil Pati dalam menjalankan produksinya tidak mendapat kendala di *internal constraint*.

- b) Kendala Eksternal (*external constraint*)<sup>20</sup>

Adalah faktor-faktor yang membatasi perusahaan yang berasal dari luar perusahaan, misalnya: permintaan pasar atau kuantitas bahan baku yang tersedia dari pemasok. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan kendala pada aning snack dari faktor eksternal terdapat pada adanya kuantitas bahan baku dari pemasok yang tidak selalu tersedia ataupun kualitas yang tidak selalu seperti yang diharapkan, seperti didapati dalam wawancara dengan ibu aning dikatakan bahwa kendala-kendala yang ada sifatnya musiman, karena bahan baku produksi aning ada sebagian yang diperoleh dan

---

<sup>19</sup> Kementrian Pendidikan, *Op. Cit*, Hal. 477.

<sup>20</sup> Hansen dan Mowen, *Manajemen Biaya*, Salemba Empat, Jakarta, 2001, Hal. 601

diproduksi dari hasil pertanian serta tidak di produksi oleh aning sendiri namun juga disediakan dari pemasok.

Ini menjadikan kendala bagi Aning Snack Trangkil Pati dalam proses pemasarannya, proses pemasaran yang terhambat akibat ketidak tersediaan bahan baku akan mempengaruhi permintaan ketersediaan atas produk yang di inginkan konsumen.

2) Berdasarkan sifatnya

a) Kendala mengikat (*binding constraint*)<sup>21</sup>

Adalah kendala yang terdapat pada sumber daya yang telah dimanfaatkan sepenuhnya. Pemanfaatan kendala secara maksimal dari segi sumber daya khususnya sumber daya alam yang ada pada aning snack telah termanfaatkan secara maksimal, misalnya saja dalam produksi bahan baku yang beberapa tidak selalu tersedia karena barang bahan baku produksi tergantung pada musim membuat aning snack melakukan proses produksi tidak hanya terbatas pada produk olahan pertanian saja, namun justru dimanfaatkan untuk memproduksi produk yang lain atau menambah daftar produk sebagai daftar alternatif pilihan bagi konsumen ketika suatu produk tidak tersedia disaat tertentu.

b) Kendala kendur (*loose constraint*)

Adalah kendala yang terdapat pada sumber daya yang terbatas yang tidak dimanfaatkan sepenuhnya. Dalam kendala ini tidak ditemukan kendala yang berarti dikarenakan sumber daya yang sudah dimaksimalkan semua. Bukan hanya dari sumber daya alam tetapi juga sumber daya manusia (karyawan) yang sudah di manfaatkan sepenuhnya. Ini bisa dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan akan pelayanan yang ada di Aning Snack Trangkil Pati, sebagian besar pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan Aning Snack Trangkil Pati. Ini ditegaskan dari wawancara Bapak

---

<sup>21</sup> *Ibid*, Hal. 601

Darsan pemilik toko sidu mulyo yang merupakan pelanggan Aning Snack juga mengatakan bahwa:

“pendapat saya tentang pelayanan di Aning Snack Trangkil Pati menurut saya baik, dan memuaskan semuanya”.<sup>22</sup>

Menurut peneliti dalam kendala pembentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dan *service excellent* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah ditemukannya kendala eksternal, kendala eksternal yang terdapat pada kasus tersebut adalah suatu proses yang wajar karena suatu proses produksi dan ketersediaan bahan baku baik dari tempat tersedianya bahan baku produksi maupun dari pemasok tidak sepenuhnya dapat diperoleh dan disimpan dalam jangka waktu yang panjang.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan bahwa kehidupan manusia tidak lepas dari masalah, mulai dari masalah pribadi, masalah keluarga, sampai manasah keluarga. Walaupun demikian masalah harus tetap disyukuri karena dengan adanya masalah manusia dituntun untuk terus berfikir dan mengerahkan seluruh kemampuannya untuk memecahkan masalah.

Hal ini ditegaskan wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik Aning Snack Trangkil Pati mengatakan bahwa kita menawarkan produk lain. Pelanggan itu kita alihkan ke produk lain. Kadang toko kita mempunyai produk baru kita tawarkan.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Aning Hidayati dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi kendala beliau sudah memikirkan solusi yang tepat untuk mengatasinya. Solusi yang diterapkan Ibu Aning Hidayati adalah mengalihkan produk lain kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak merasa kecewa.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Wawancara dengan Darsan pemilik toko Sido Mulyo, tanggal 20 Juni 2017 di toko Sido Mulyo.

<sup>23</sup> Wawancara dengan Ibu Aning Hidayati selaku pemilik Aning Snack Trangkil Pati, tanggal 20 Juni 2017 di Home Industri Aning Snack Trangkil Pati.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia solusi adalah penyelesaian, pemecahan masalah, jalan keluar.<sup>24</sup> Munif Chatib mengatakan pengertian solusi adalah jalan keluar atau jawaban dari suatu masalah. Solusi menjadi salah satu faktor penting dalam mengatasi suatu kendala, namun suatu kendala tidak dapat diatasi dengan solusi yang asal asalan saja tanpa mempertimbangkan aspek-aspek yang akan berdampak merugikan pada cara pengendaliannya. Dalam sebuah entitas bisnis perencanaan sistem manajemen yang baik menjadi tiang penting untuk membantu proses beroprasinya perusahaan secara terus-menerus, meskipun aning telah memiliki solusi sendiri dalam mengatasi sebuah kendala yang ada, seperti kendala eksternal dimana kendala sebenarnya bukanlah suatu halangan melainkan sebuah peluang yang harus dimanfaatkan semaksimal mungkin, dalam kasus tersebut solusi dari kendala eksternal adalah kendala meningkat yang justru memberikan ide dan kesempatan bagi pemasok untuk mencari serta memberikan solusi dengan cara memproduksi dan menawarkan produk baru ke pasaran agar pelanggan tidak merasa kecewa dan tetap loyal pada Aning Snack Trangkil Pati.

Berdasarkan uraian dapat peneliti simpulkan bahwa solusi yang dapat menimbulkan kelemahan tertentu pada penerapannya, karena solusi yang diberikan aning kepada pelanggan berupa pengalihan dan penawaran produk baru sebagai ganti atau alternatif dari produk yang tidak tersedia, ini dapat menjadikan kekecewaan pada pelanggan atau konsumen, meskipun tidak terdeteksi secara langsung namun hal ini akan berdampak dalam jangka waktu panjang jika hal tersebut terjadi berulang-ulang.

Dalam hal ini peneliti mencoba memberikan solusi yang dapat dijadikan sebagai usulan perbaikan dan evaluasi untuk Aning Snack Trangkil Pati adalah dengan menerapkan sistem pengamanan persediaan produk jadi, karena untuk mengatasi terbatasnya ketersediaan produk yang diinginkan konsumen pada saat tertentu maupun saat tenggang waktu (*lead time*) dimana ketersediaan produk tidak dapat diproduksi atau dipesan

---

<sup>24</sup> Kementrian Pendidikan, *Op. Cit.*

solusi tersebut dapat menawarkan penanganan terhadap permintaan konsumen sehingga konsumen tidak merasa dirugikan. Dengan adanya solusi ini pelanggan diharapkan akan tetap loyal terhadap Aning Snack Trangkil Pati.

Tabel 4.2

**Kesimpulan Analisis Pembentukan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Produk Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Di Aning Snack Trangkil Pati)**

No	Variabel Persepsi Kualitas Produk	Observasi	Kendala Yang Dihadapi	Hasil
1	<i>Performance</i>	Di Aning Snack Trangkil Pati meliputi perbaikan kualitas produk yang berkelanjutan, dalam masalah perbaikan kualitas yang berkelanjutan Ibu Aning Hidayati melibatkan langsung pelanggan dari Aning Snack Trangkil Pati sebagai kontrol kualitas dan perbaikan produk .	Terkadang dalam perbaikan kualitas produk secara berkelanjutan terhalang dengan sulitnya bahan baku yang akan diproduksi.	Tidak memiliki arti yang sulit, ini dikarenakan jika terjadi permintaan produk yang sudah tidak dihasilkan Aning Snack Trangkil Pati dari pihak aning akan mengalihkan keproduk lain. Dengan demikian pelanggan tidak akan berpersepsi jelek tentang kualitas produk di aning snack.
2	<i>Fiatures</i>	Atribut produk salah satunya adalah pengemasan yang baik dan menarik, di Aning Snack Trangkil Pati pengemasan sangatlah diperhatikan karna ketertarikan pelanggan dengan produk adalah	Tidak ditemukan kendala	Semuanya sudah memenuhi standart dan pelanggan merasa tertarik dengan kemasan yang ada di Aning Snack trangkil pati.

		pengemasan yang baik dan menarik.		
3	<i>Reability</i>	Kemampuan produk Aning Snack Trangkil Pati untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia proses pemasaran hingga ketangan konsumen.	Tidak ditemukan kendala.	Variabel ini berhasil diterapkan Aning Snack Trangkil Pati. Aning snack Trangkil pati selalu memperhatikan faktor ini hingga ketangan pelanggan. Sehingga pelanggan tidak perlu ragu tentang kualitas produk yang dihasilkan Aning Snack Trangkil Pati.
4	<i>Conformance to specifications</i>	Sejauh mana karakteristik pengemasan dan operasional produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya, dan di Aning Snack Trangkil Pati sangat memperhatikan standar operasional prosedur jadi semua produk yang dihasilkan harus sesuai dengan standar yang ditetapkan dan barang yang dihasilkan akan sesuai dengan kebutuhan konsumen.	Tidak ditemukan kendala	Variabel ini berhasil diterapkan Aning Snack Trangkil Pati. Dengan adanya produk yang sesuai standar operasional dan produk yang diharapkan pelanggan, pelanggan akan semakin loyal terhadap Aning Snack trangkil Pati.
5	<i>Durability</i>	Berkaitan dengan tingkat kemampuan produk mentoleir tekanan dan kegagalan produksi tanpa mengalami kerusakan berarti, dalam desainnya produk aning snack di lengkapi properti dalam sistem pengemasan yang	Tidak ditemukan kendala	Dengan produk yang sempurna pelanggan akan merasa puas dan semakin loyal terhadap Aning Snack trangkil Pati.

		baik dan rapi sehingga produk yang dipasarkan benar2 memiliki kulit baik dan mampu bertahan sampai dengan produk tersebut laku dan sampai di tangan konsumen nantinya.		
6	<i>Cerviceability</i>	Kemudahan mereparasi sebuah produk, produk di Aning Snack Trangkil Pati adalah produk makanan ringan yang dalam bentuk rasa sebenarnya mudah berubah, namun produk aning snack yang tak hanya memiliki 1 desain dan 1 rasa saja sebenarnya sangatlah mudah untuk di reparasi hal itu dibuktikan dengan adanya inovasi produk dan pengalihan produk ke pasaran yang lebih kompleks jika terjadi suatu kegagalan proses produksi yang masih bisa ditoleransi.	Tidak ditemukan kendala	Hasilnya produk Aning Snack Trangkil Pati sangat beragam dan pasar sasaran produk menjadi lebih luas.
7	<i>Estetika</i>	Daya tarik produk terhadap panca indra, produk Aning Snack Trangkil Pati mempunyai bentuk dan jenis yang beragam hingga 39 bentuk produk ini memberikan pelanggan atau konsumen Aning Snack memiliki banyak pilihan produk.	Terkadang pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati menginginkan produk yang tidak lagi diproduksi Aning Snack, ini dikarenakan bahan baku yang musiman.	Pelanggan di alihkan keproduk alternatif lain sebagai pengganti produk yang tidak tersedia
8	<i>Perceived quality</i>	Citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan, seperti yang kita tahu Aning Snack Trangkil Pati sudah berdiri sejak 1987	Tidak ditemukan kendala.	Kemampuan produk untuk dipilih oleh konsumen dan pelanggan lebih besar, karena citra

	<p>dan sudah memiliki pangsa pasar yang teramat luas, citra produk dan reputasi produknya pun sudah tidak diragukan lagi meskipun tak semua orang tahu namun aning snack telah mampu membuktikan kepada calon pelanggan ataupun pelanggannya sebuah pembuktian mengenai reputasi suatu merek dengan berbagai banyaknya produk yang dihasilkan dan pangsa pasar yang telah tembus ke pasar moderen.</p> <p><i>Perceived quality</i> atau penerimaan pemahaman mengenai suatu citra dan reputasi merek di Aning Snack Trangkil Pati di lakukan aning dengan memperhatikan tentang pentingnya persepsi kualitas produk. Dengan cara melalui memperhatikan keluhan pelanggan mendengarkan kritik-kritik dan saran dari pelanggan dari situlah Aning Snack akan mendapat produk yang berkualitas, dengan demikian citra dan reputasi produk akan jauh lebih baik dimata pelanggan.</p>		<p>dan reputasi produk telah lama dikenal konsumen.</p>
--	---	--	---

**Tabel 4.3**  
**Kesimpulan Analisis Pembentukan *Service Excellent* dalam**  
**Mempertahankan Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus Di Aning Snack**  
**Trangkil Pati)**

No	Variabel <i>Service Excellent</i>	Observasi	Kendala	Hasil
1	Reabilitas ( <i>reability</i> )	Di Aning Snack Trangkil Pati sadar betul tentang apa yang dijanjikan selama ini. Aning Snack akan terus memberikan promosi (menyampaikan pelayanan) perbaikan dan peningkatan pelayanan agar pelanggan tetap setia pada Aning Snack Trangkil Pati.	Kurangnya pelayanan yang memuaskan pelanggan karena kurangnya karyawan promosi di <i>home industry</i> Aning Snack Trangkil Pati.	Walaupun pelayanan di <i>home industry</i> Aning Snack Trangkil Pati kekurangan karyawan dan menimbulkan kurang puasan pelanggan tapi dalam kendala ini tidak memiliki arti yang buruk. Pelanggan menganggap ini adalah hal yang lumrah.
2	Daya tanggap ( <i>reponsiveness</i> )	Di Aning Snack Trangkil Pati juga memberikan <i>reponsiveness</i> yang sangat baik. Ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan Ibu Aning Hidayati mengatakan jika pelanggan itu mau pesan atau komplain sama barang kita, kita menyediakan pelayanan sarana komunikasi yang disediakan lewat handphone, jadi kita selalu berkomunikasi kalau barang habis mereka selalu telephone kita juga kalau ada saran-saran yang ditunjukkan ke Aning Snack juga bisa lewat	Tidak ditemukan kendala.	Pelayanan yang selama ini diharapkan pelanggan. Variabel ini berhasil diterapkan di Aning Snack Trangkil Pati dan hasilnya pelanggan semakin merasa diperhatikan sehingga pelanggan tersebut loyal terhadap Aning Snack Trangkil Pati.

		<p>telephone. Dengan sarana prasarana ini merespon permintaan pelanggan akan lebih cepat ditangani.</p>		
3	<p>Jaminan (<i>assurance</i>)</p>	<p>Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menumbuhkan rasa percaya (<i>trust</i>) dan keyakinan pelanggan (<i>convidence</i>). Di Aning Snack Trangkil pati karyawan juga dituntut memiliki kemampuan dan kesopanan yang sesuai dengan prosedur. Ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan beberapa konsumen yang menyatakan bahwa karyawan yang ada di Aning Snack Trangkil Pati dalam menangani pelanggan sangat baik mulai dari pengetahuan tentang produk, kesopanan hingga menyakinkan pelanggan untuk membeli produk di Aning Snack Trangkil Pati. Itu didasari dengan prosedur yang telah ditetapkan dari pihak Aning Snack Trangkil Pati sendiri.</p>	<p>Tidak ditemukan kendala.</p>	<p>Variabel ini sangat menentukan kepuasan pelanggan di Aning Snack Trangkil Pati. Hasil observasi membuktikan bahwa pelanggan puas dan loyal terhadap Aning Snack Trangkil Pati.</p>
4	<p>Empati (<i>empathy</i>)</p>	<p>Di Aning Snack Trangkil Pati menjadikan pelanggan itu seperti keluarga sendiri jadi jika ada masalah pelanggan itu akan</p>	<p>Tidak ditemukan kendala.</p>	<p>Pelanggan menjadi loyal karena merasa diperhatikan dan mendengarkan kendala serta masalah yang mereka</p>

		<p>bercerita seperti keluarga sendiri jadi tidak ada malu untuk menceritakan masalah mereka. Dan dari pihak Aning Snack Trangkil Pati pun akan ikut membantu menangani masalah yang dihadapi pelanggannya. Empati juga di wujudkan di aning snack dengan cara memberikan layan coplain 24 jam via telephon.</p>		<p>keluhkan terhadap produk aning.</p>
5	<p>Bukti fisik (<i>tangibles</i>)</p>	<p>Bukti fisik yang diberikan oleh Aning Snack Trangkil Pati sangatlah banyak mulai dari fasilitas perusahaan sendiri berupa bangunan, sarana dan prasana berupa transportasi, telephone, dan jamian barang oke sampai ketangan konsumen merupakan bukti fisik dari kualitas pelayanan prima yang baik. Menurut peneliti di Aning Snack Trangkil Pati telah memperhatikan semua unsure penunjang pelayanan tersebut dengan baik.</p>	<p>Tidak ditemukan kendala.</p>	<p>Pelanggan merasa nyaman menjadi pelanggan Aning Snack Trangkil Pati, karena Aning Snack Trangkil Pati sebagai penyedia produk juga menyediakan fasilitas pelayanan yang membuat pelanggan menjadi loyal karena merasa dimudahkan.</p>