

---

## Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Es Krim Angi

Felesia Dina<sup>1</sup>, Felicia Tania Artanti<sup>2</sup>, Gregorius Seto Mariyanto Gery<sup>3</sup>, Stefanie Felycia<sup>4</sup>, Verano Ciu Steven<sup>5</sup>, Dudy Effendy<sup>6</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Dharma Pontianak, Indonesia <sup>1,2,3,4,5,6</sup>

[feljadiadina20@gmail.com](mailto:feljadiadina20@gmail.com)<sup>1</sup>, [feliciataniaartanti@gmail.com](mailto:feliciataniaartanti@gmail.com)<sup>2</sup>, [geryseto2003@gmail.com](mailto:geryseto2003@gmail.com)<sup>3</sup>, [felyciastefanie@gmail.com](mailto:felyciastefanie@gmail.com)<sup>4</sup>,  
[veranocsteven@gmail.com](mailto:veranocsteven@gmail.com)<sup>5</sup>, [dudy.eff@gmail.com](mailto:dudy.eff@gmail.com)<sup>6</sup>

---

Diserahkan tanggal 16 Januari 2023 | Diterima tanggal 30 Maret 2023 | Diterbitkan tanggal 31 Maret 2023

### **Abstract:**

*This study aims to determine: (1) Consumer perceptions of the quality of Angi's Ice Cream products; and (2) Consumer perceptions of the service quality of Angi's Ice Cream. This type of research is descriptive research with quantitative research methods and a survey approach via Google Forms. The research population was 40 Angi's Ice Cream consumers, who were also the samples in this study. By applying this research method, the researcher distributed questionnaires to 40 respondents by Google form. Data analysis techniques used descriptive statistical analysis. The results showed that (1) Consumer perceptions of the quality of Angi's Ice Cream products were good, and (2) Consumer perceptions of the service quality of Angi's Ice Cream were also good. This was concluded based on the results of a survey on the analysis of "Consumer Perceptions of the Quality of Angi's Ice Cream Products and Services"*

**Keywords:** *Consumer Perception, Product Quality, Service Quality*

### **Abstrak :**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Persepsi konsumen terhadap kualitas produk Es Krim Angi, dan (2) Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Es Krim Angi. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey melalui google form. Populasi penelitian adalah 40 konsumen Es Krim Angi yang juga menjadi sampel dalam penelitian ini. Dengan menerapkan metode penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 40 responden melalui google form. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi konsumen terhadap kualitas produk Es Krim Angi sangat baik, dan (2) Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Es Krim Angi juga sangat baik. Hal ini disimpulkan berdasarkan pada hasil survey terhadap analisis "Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan Es Krim Angi".*

**Kata Kunci:** *Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan*

---

Copyright © 2023, Author

This is an open-access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



## PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman, perkembangan industri bisnis pun semakin pesat. Perkembangan dunia kuliner di Kota Pontianak, khususnya es krim sebagai *dessert* saat ini berkembang pesat. Persaingan yang semakin ketat membuat para pengusaha es krim di Kota Pontianak berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dengan menetapkan orientasi terhadap kualitas produk dan pelayanannya. Salah satu gerai es krim yang populer di Kota Pontianak adalah Es Krim Angi. Es Krim Angi sudah ada sejak tahun 1950an dan terletak di Jl. Karel Satsuit Tubun, No. 8, Akcaya, Pontianak Selatan. Es Krim Angi menjual berbagai varian rasa es krim seperti coklat, stroberi, vanila, dan lain sebagainya. Es Krim Angi merupakan salah satu pionir gerai es krim di Kota Pontianak yang memiliki pangsa pasar yang luas sehingga selalu memperhatikan kualitas produk dan pelayanannya.

Menurut Tjiptono (Kuspriyono, 2016) kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang meliputi indikator *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty*. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya sehingga mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Kepuasan pelanggan diterangkan di dalam model “disconfirmation of expectation” sebagai perasaan puas yang wujud apabila pelanggan membandingkan antara tanggapan prestasi keluaran dengan harapan mereka terhadap prestasi keluaran tersebut (Suryani, 2013).

Menurut Lupiyoadi (2013), dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Tingkat kepuasan dapat dilihat dari persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Pentingnya sebuah persepsi seseorang terhadap suatu produk atau jasa tentunya dapat menentukan citra produk atau jasa tersebut di masyarakat. Baik buruknya persepsi merupakan proses perlakuan seseorang terhadap objek atau informasi yang diterima. Berdasarkan hal tersebut dapat diperoleh hipotesis dalam penelitian ini yaitu Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan Es Krim Angi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Persepsi konsumen terhadap kualitas produk Es Krim Angi, dan (2) Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan Es Krim Angi. Penelitian dilakukan dengan metode kajian deskriptif kuantitatif yaitu teknik yang digunakan untuk pengujian dan pengukuran sebuah hipotesis berdasarkan statistik yang didapatkan dari hasil survey, observasi, atau wawancara.

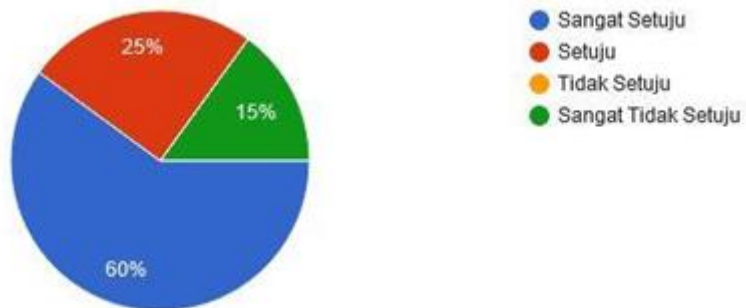
## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian banyak bersinggungan dengan pemikiran kritis, rasional, logis (nalar), dan analitis sehingga akhirnya penggunaan metode ilmiah adalah hal yang jamak dan disepakati umum dalam penelitian (Deni Darmawan : 2014). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta serta karakteristik suatu populasi atau bidang tertentu (Azwar, 2012 : 7). Populasi dalam penelitian ini adalah 40 konsumen Es Krim Angi. Menurut Arikunto (2006:112) mengatakan bahwa, apabila subjeknya kurang dari seratus, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan populasi. Maka dalam penelitian ini ditentukan besarnya sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 orang. Instrumen dalam penelitian ini berupa *google form*. Teknik pengumpulan data kuantitatif menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif yaitu statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya (Sugiyono, 2012: 29).

## PEMBAHASAN

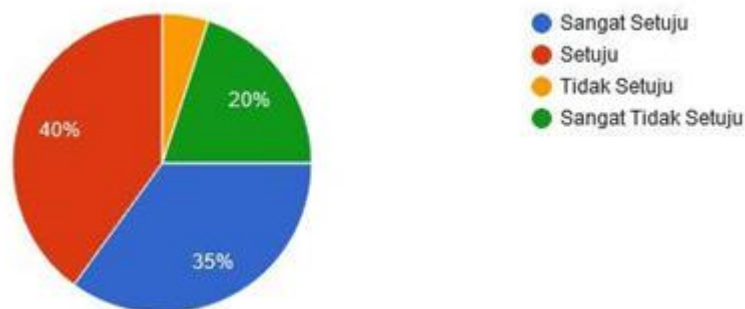
Survey terhadap analisis persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan Es Krim Angi terdiri dari 24 butir pernyataan dengan jumlah responden 40 responden. Ada 4 alternatif jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Berdasarkan survey yang telah dilakukan, didapatkan hasil mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan Es Krim Angi sebagai berikut:

### Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk



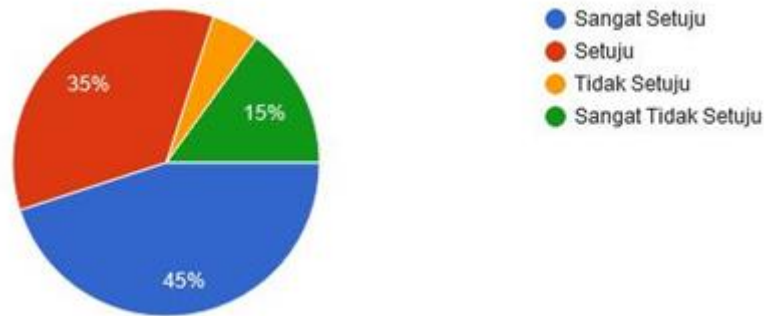
*Bagan 1. Mengenai Es Krim Angi mempunyai varian rasa yang variatif.*

Berdasarkan bagan 1, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi mempunyai varian rasa yang variatif, 60% responden (24 orang) sangat setuju, 25% responden (10 orang) setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi mempunyai varian rasa yang variatif



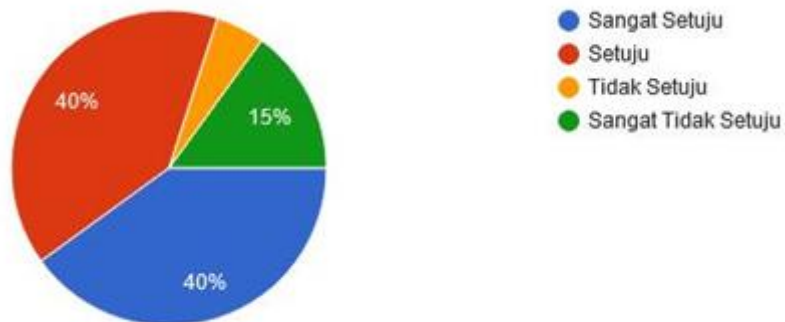
*Bagan 2. Mengenai Es Krim Angi mempunyai paket menu yang menarik.*

Berdasarkan bagan 2, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi mempunyai paket menu yang menarik, 35% responden (14 orang) sangat setuju, 40% responden (16 orang) setuju, 5% responden (2 orang) tidak setuju, dan 20% responden (8 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi mempunyai paket menu yang menarik.



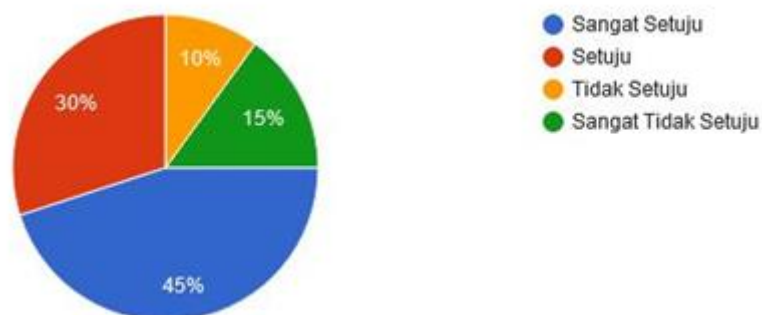
*Bagan 3. Mengenai rasa Es Krim Angi sangat enak.*

Berdasarkan Bagan 3, hasil survey yang kami dapatkan mengenai rasa Es Krim Angi sangat enak, 45% responden (18 orang) sangat setuju, 35% responden (14 orang) setuju, 5% responden (2 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa rasa Es Krim Angi sangat enak.



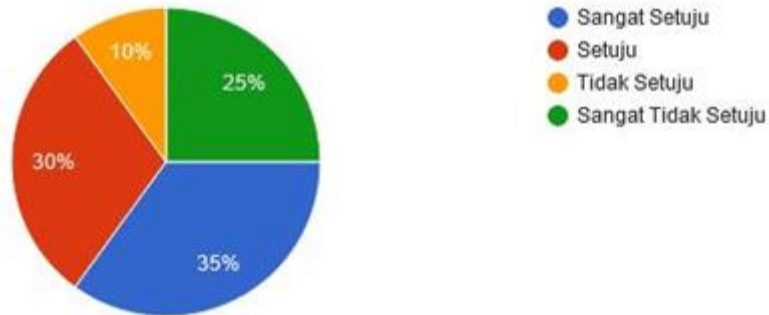
*Bagan 4. Mengenai rasa yang disajikan Es Krim Angi selalu konsisten.*

Berdasarkan bagan 4, hasil survey yang kami dapatkan mengenai rasa yang disajikan Es Krim Angi selalu konsisten, 40% responden (16 orang) sangat setuju, 40% responden (16 orang) setuju, 5% responden (2 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa rasa yang disajikan Es Krim Angi selalu konsisten.



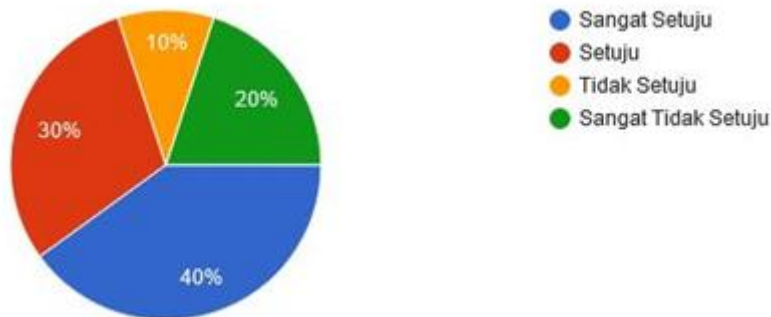
*Bagan 5. Mengenai kuantitas porsi Es Krim Angi sama pada setiap konsumen.*

Berdasarkan bagan 5, hasil survey yang kami dapatkan mengenai kuantitas porsi Es Krim Angi sama pada setiap konsumen, 45% responden (18 orang) sangat setuju, 30% responden (12 orang) setuju, 10% responden (4 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa kuantitas porsi Es Krim Angi sama pada setiap konsumen.



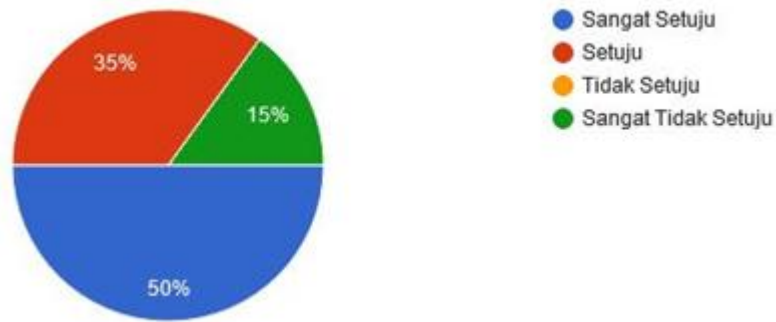
*Bagan 6. Mengenai Es Krim Angi mampu bertahan lama saat dibawa pulang.*

Berdasarkan bagan 6, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi mampu bertahan lama saat dibawa pulang, 35% responden (14 orang) sangat setuju, 30% responden (12 orang) setuju, 10% responden (4 orang) tidak setuju, dan 25% responden (10 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi Mampu bertahan lama saat dibawa pulang.



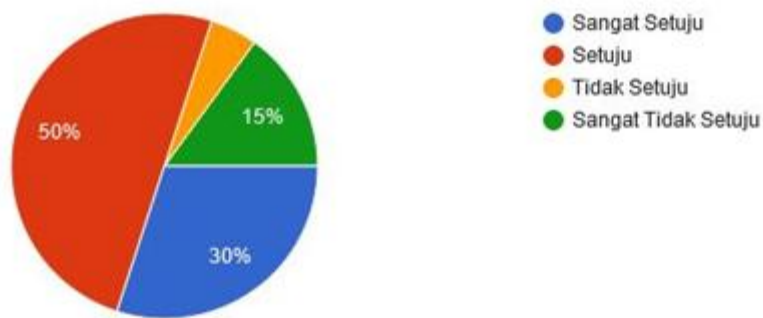
*Bagan 7. Mengenai porsi Es Krim Angi sesuai dengan harganya.*

Berdasarkan Bagan 7, hasil survey yang kami dapatkan mengenai porsi Es Krim Angi sesuai dengan harganya, 40% responden (16 orang) sangat setuju, 30% responden (12 orang) setuju, 10% responden (4 orang) tidak setuju, dan 20% responden (8 orang) sangat tidak setuju bahwa porsi Es Krim Angi sesuai dengan harganya.



Bagan 8. Mengenai harga Es Krim Angi sesuai dengan rasanya.

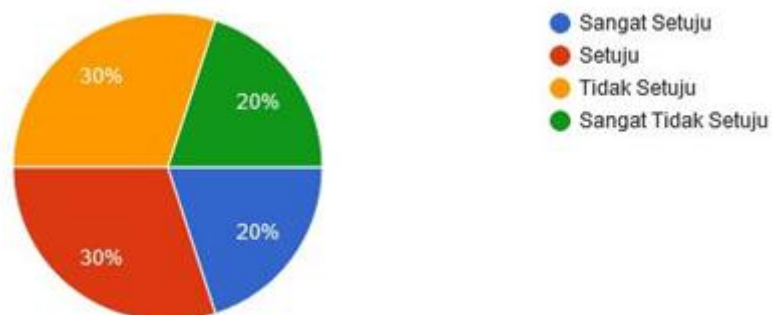
Berdasarkan bagan 8, hasil survey yang kami dapatkan mengenai harga Es Krim Angi sesuai dengan rasanya, 50% responden (20 orang) sangat setuju, 35% responden (14 orang) setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa harga Es Krim Angi sesuai dengan rasanya.



Bagan 9. Mengenai Es Krim Angi mempunyai branding yang menarik.

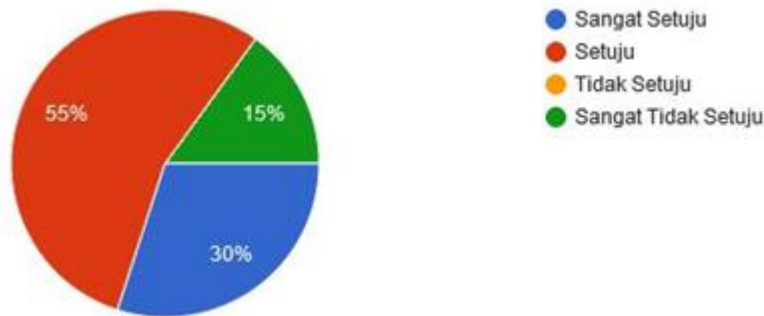
Berdasarkan bagan 9, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi mempunyai *branding* yang menarik, 30% responden (12 orang) sangat setuju, 50% responden (20 orang) setuju, 5% responden (2 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi mempunyai *branding* yang menarik.

### Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan



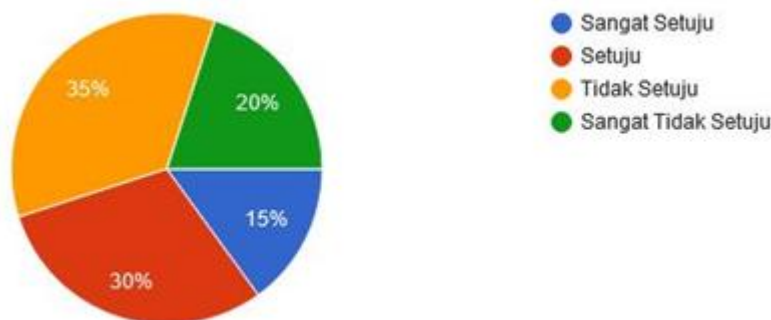
*Bagan 10. Mengenai Es Krim Angi menawarkan harga yang lebih murah untuk pembelian dalam jumlah besar.*

Berdasarkan bagan 10, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi menawarkan harga yang lebih murah untuk pembelian dalam jumlah besar, 20% responden (8 orang) sangat setuju, 30% responden (12 orang) setuju, 30% responden (12 orang) tidak setuju, dan 20% responden (8 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi menawarkan harga yang lebih murah untuk pembelian dalam jumlah besar.



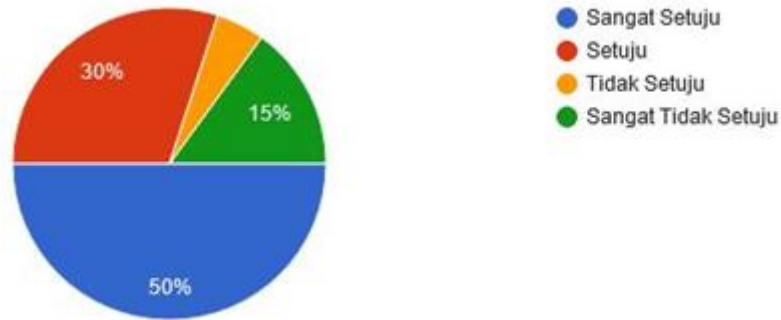
*Bagan 11. Mengenai Es Krim Angi melakukan promosi melalui media sosial.*

Berdasarkan Bagan 11, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi melakukan promosi melalui media sosial, 30% responden (12 orang) sangat setuju, 55% responden (22 orang) setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi melakukan promosi melalui sosial media.



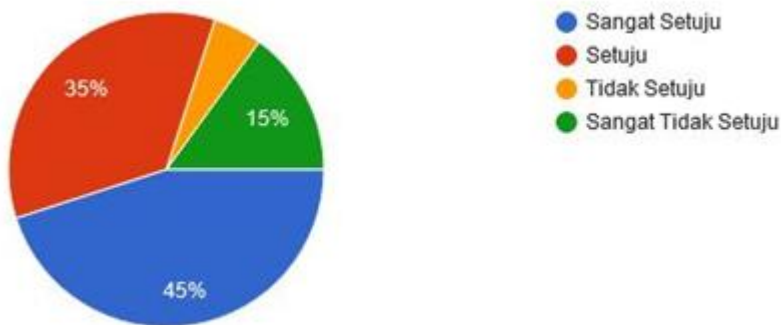
*Bagan 12. Mengenai Es Krim Angi sering mengadakan promo.*

Berdasarkan bagan 12, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi sering mengadakan promo, 15% responden (6 orang) sangat setuju, 30% responden (12 orang) setuju, 35% responden (14 orang) tidak setuju, dan 20% responden (8 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi sering mengadakan promo.



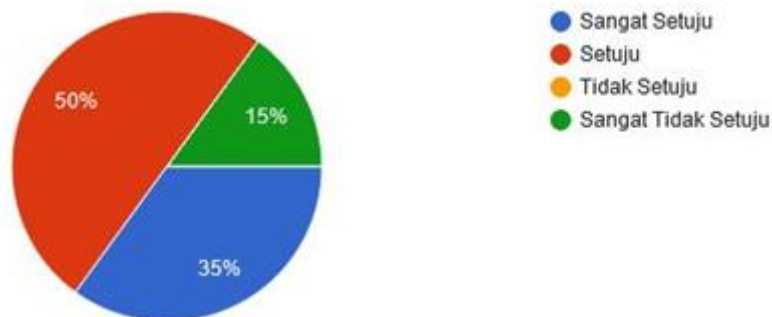
Bagan 13. Mengenai Es Krim Angi terletak di lokasi yang strategis.

Berdasarkan bagan 13, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi terletak di lokasi yang strategis, 50% responden (20 orang) sangat setuju, 30% responden (12 orang) setuju, 5% responden (2 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi terletak di lokasi yang strategis.



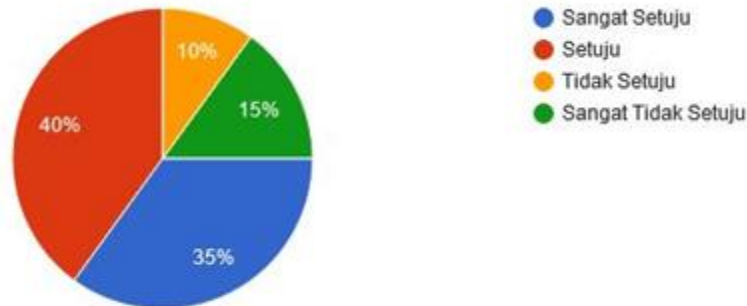
Bagan 14. Mengenai karyawan Es Krim Angi melayani konsumen dengan cepat dan tanggap.

Berdasarkan bagan 14 hasil survey yang kami dapatkan mengenai karyawan Es Krim Angi melayani konsumen dengan cepat dan tanggap, 45% responden (18 orang) sangat setuju, 35% responden (14 orang) setuju, 5% responden (2 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa karyawan Es Krim Angi melayani konsumen dengan cepat dan tanggap.



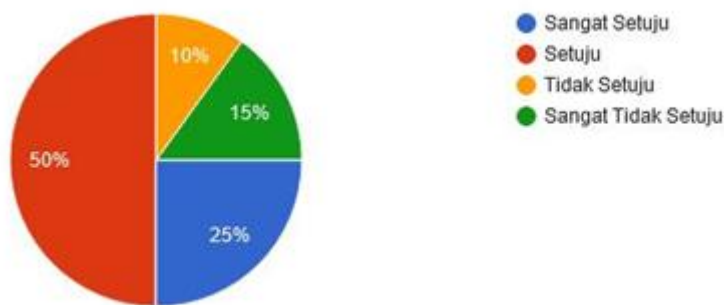
*Bagan 15. Mengenai karyawan Es Krim Angi sangat handal.*

Berdasarkan Bagan 15, hasil survey yang kami dapatkan mengenai karyawan Es Krim Angi sangat handal, 35% responden (14 orang) sangat setuju, 50% responden (20 orang) setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa karyawan Es Krim Angi sangat handal.



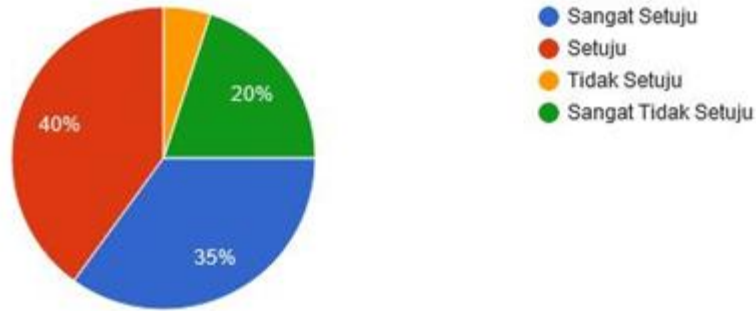
*Bagan 16. Mengenai karyawan Es Krim Angi sangat sopan dan ramah dalam melayani konsumen*

Berdasarkan Bagan 16, hasil survey yang kami dapatkan mengenai karyawan Es Krim Angi sangat sopan dan ramah dalam melayani konsumen, 35% responden (14 orang) sangat setuju, 40% responden (16 orang) setuju, 10% responden (4 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa karyawan Es Krim Angi sangat sopan dan ramah dalam melayani konsumen.



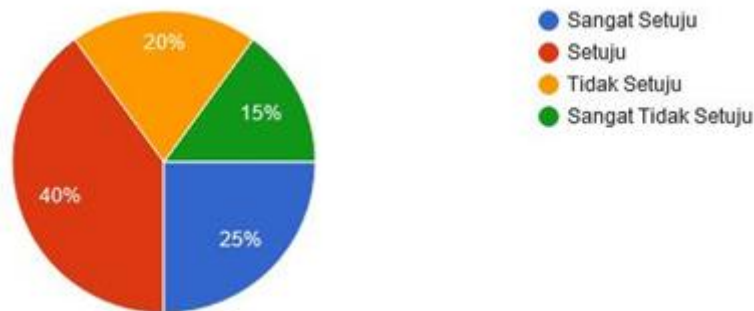
*Bagan 17. Mengenai penampilan karyawan Es Krim Angi rapi dan bersih.*

Berdasarkan bagan 17, hasil survey yang kami dapatkan mengenai penampilan karyawan Es Krim Angi rapi dan bersih, 25% responden (10 orang) sangat setuju, 50% responden (20 orang) setuju, 10% responden (4 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa penampilan karyawan Es Krim Angi rapi dan bersih.



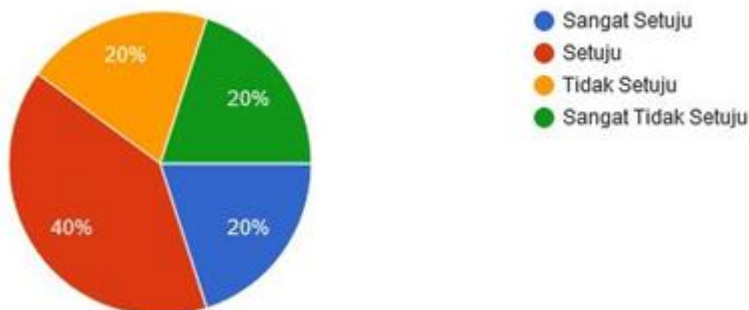
*Bagan 18. Mengenai Es Krim Angi memiliki tempat yang bersih.*

Berdasarkan bagan 18, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi memiliki tempat yang bersih, 35% responden (14 orang) sangat setuju, 40% responden (16 orang) setuju, 5% responden (2 orang) tidak setuju, dan 20% responden (8 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi memiliki tempat yang bersih.



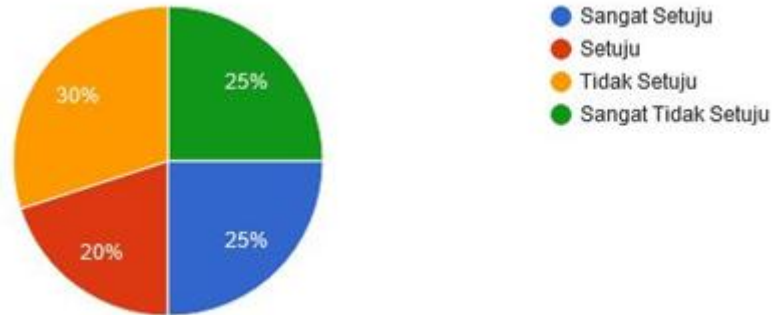
*Bagan 19. Mengenai Es Krim Angi memiliki tempat yang luas dan nyaman.*

Berdasarkan bagan 19, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi memiliki tempat yang luas dan nyaman, 25% responden (10 orang) sangat setuju, 40% responden (16 orang) setuju, 20% responden (8 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi memiliki tempat yang luas dan nyaman.



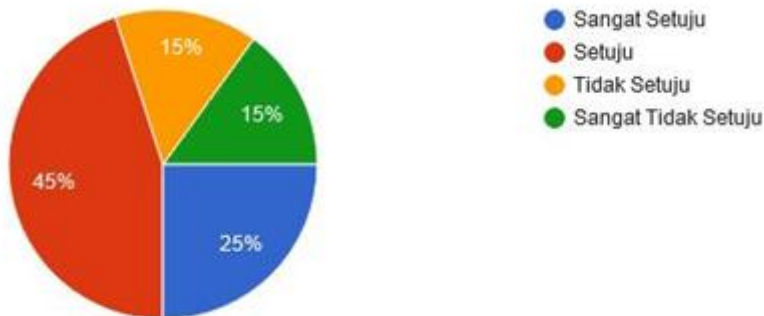
*Bagan 20. Mengenai Es Krim Angi memiliki lahan parkir yang memadai.*

Berdasarkan bagan 20, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi memiliki lahan parkir yang memadai, 20% responden (8 orang) sangat setuju, 40% responden (16 orang) setuju, 20% responden (8 orang) tidak setuju, dan 20% responden (8 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi memiliki lahan parkir yang memadai.



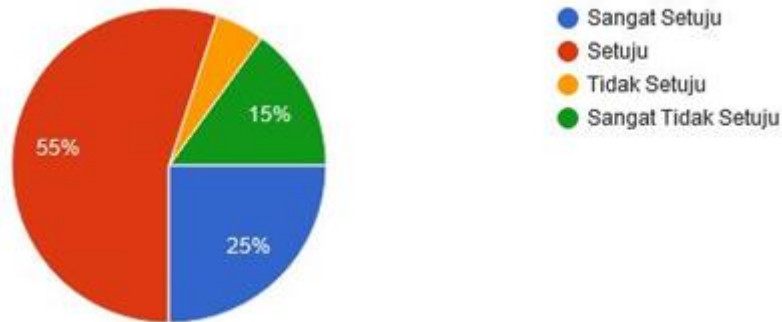
Bagan 21. Mengenai Es Krim Angi melayani pesanan siap antar (*delivery service*).

Berdasarkan bagan 21, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi melayani pesanan siap antar (*delivery service*), 25% responden (10 orang) sangat setuju, 20% responden (8 orang) setuju, 30% responden (12 orang) tidak setuju, dan 25% responden (10 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi melayani pesanan siap antar (*delivery service*).



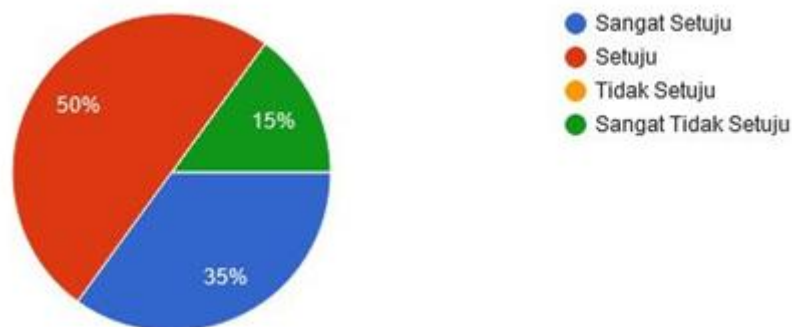
Bagan 22. Mengenai Es Krim Angi menerima pembayaran *cashless*.

Berdasarkan bagan 22, hasil survey yang kami dapatkan mengenai Es Krim Angi menerima pembayaran *cashless*, 25% responden (10 orang) sangat setuju, 45% responden (18 orang) setuju, 15% responden (6 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa Es Krim Angi menerima pembayaran *cashless*.



*Bagan 23. Mengenai penyajian Es Krim Angi higienis.*

Berdasarkan bagan 23, hasil survey yang kami dapatkan mengenai penyajian Es Krim Angi higienis, 25% responden (10 orang) sangat setuju, 55% responden (22 orang) setuju, 5% responden (2 orang) tidak setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa penyajian Es Krim Angi higienis.



*Bagan 24. Mengenai penyajian Es Krim Angi cepat sehingga konsumen tidak menunggu lama*

Berdasarkan bagan 24, hasil survey yang kami dapatkan mengenai penyajian Es Krim Angi cepat sehingga konsumen tidak menunggu lama, 35% responden (14 orang) sangat setuju, 50% responden (20 orang) setuju, dan 15% responden (6 orang) sangat tidak setuju bahwa penyajian Es Krim Angi cepat sehingga konsumen tidak menunggu lama.

## SIMPULAN

Dari analisis data secara umum berdasarkan hasil rata-rata jawaban responden, menunjukkan bahwa Es Krim Angi memiliki kualitas produk yang baik dari segi varian rasa yang cukup banyak, rasa yang enak, harga yang sesuai kualitas, dan ketahanan produk yang baik. Kualitas Pelayanan yang diberikan juga baik terlihat dimana karyawan Es Krim Angi dinilai sangat handal, cepat, dan tanggap dalam melayani konsumen. Penyajian Es Krim Angi juga cukup higienis dan cepat sehingga konsumen tidak menunggu terlalu lama. Namun, Es Krim Angi memiliki tempat yang tidak begitu luas dan ketersediaan lahan parkir di Es Krim Angi juga masih belum memadai. Rata-rata responden setuju bahwa Es Krim Angi berada di lokasi yang strategis karena terletak di dekat sekolah dan perkantoran. Es Krim Angi juga cukup gencar dalam melakukan promosi melalui media sosial sehingga memiliki *branding* yang baik, namun sayangnya Es Krim Angi sangat jarang

mengadakan promo menarik. Dari hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa Es Krim Angi memiliki kualitas produk yang sangat baik dan juga memberikan pelayanan yang baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azwar, Saifuddin. (2005). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Asdhi Mahasatya
- Kuspriyono, Taat. (2016). *Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung*. Depok: Jurnal Komunikasi.
- Tjiptono, F. (2013). *Pengertian kualitas produk*. Yogyakarta: ANDI.
- Suryani. (2013). *Kepuasan Pelanggan Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran: Prinsip dan Kasus*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Walgito, Bimo. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Sugihartono. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Lupiyoadi,R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat