PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN KOTA PASURUAN

Nabilla Dwi Safira¹, Bambang Sutikno², Nurul Akramiah³

¹⁻³Program Studi Manajemen, Universitas Merdeka Pasuruan

Email: nabillads58@gmail.com, bambangtikno@gmail.com, nurul.aidan04@gmail.com

ABSTRAK

Di Indonesia salah satu bisnis yang mengalami perkembangan pesat adalah bisnis bidang kuliner yaitu jenis makanan pedas. Salah satu restoran makanan pedas yang sedang ramai dan bisa dibilang unik dengan nama menunya adalah Mie Gacoan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan. Populasi yang digunakan konsumen yang pernah melakukan konsumen berulang produk di Mie Gacoan Kota Pasuruan. Teknik yang digunakan *purposive accidental sampling* dengan sampel sebanyak 90 responden. Hasil penelitian menunjukkan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan dengan hasil $F_{hitung} 335,198 > F_{tabel} 2,71$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan model regresi berganda yang dihasilkan $Y = 0,313 + 0,318 X_1 + 0,190 X_2 + 0,105 X_3 + e$. Sedangkan secara parsial harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen masing-masing dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,918 yang artinya variasi yang terjadi pada variabel kepuasan konsumen adalah 91,8% yang ditentukan oleh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kata kunci: harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

In Indonesia, one of the businesses that is experiencing rapid development is the culinary business, namely spicy food. One of the spicy food restaurants that is currently busy and can be considered unique with the name of the menu is Mie Gacoan. This study aims to determine the effect of price, product quality and service quality on consumer satisfaction at Mie Gacoan, Pasuruan City. The population is used by consumers who have repeatedly consumed products at Mie Gacoan, Pasuruan City. The technique used was *purposive accidental sampling* with a sample of 90 respondents. The results showed that price, product quality and service quality simultaneously had a positive and significant effect on consumer satisfaction in Mie Gacoan, Pasuruan City with the results of $F_{count} 335.198 > F_{table} 2.71$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. With the resulting multiple regression model $Y = 0.313 + 0.318 X_1 + 0.190 X_2 + 0.105 X_3 + e$. While partially price, product quality and

service quality show a significant influence on customer satisfaction each with a significance value of $0.000 < 0.05$ and $t \text{ count} > t \text{ table}$. The results of the analysis of the coefficient of determination (R^2) is 0.918, which means that the variation that occurs in the consumer satisfaction variable is 91.8% which is determined by price, product quality and service quality.

Keywords: price, product quality, service quality, consumer satisfaction.

PENDAHULUAN

Di Indonesia salah satu bisnis yang mengalami perkembangan pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang kuliner. Salah satu makanan yang berkembang pesat pada saat ini yaitu jenis makanan pedas. Makanan pedas sendiri merupakan makanan yang digemari masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja. Persaingan yang sengit dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya penyedia bisnis kuliner yang menyediakan dan menawarkan produk yang sama akan tetapi ada perbedaan dari segi pelayanan maupun harga dari masing-masing bisnis kuliner. Dengan demikian para pelaku bisnis kuliner ini harus selalu dapat melakukan sebuah inovasi bagi perusahaannya dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumennya agar konsumen dapat merasakan kepuasan atas barang atau jasa yang telah mereka beli. (Umami et al., 2019).

Berbagai macam makanan dibuat dan diolah semenarik mungkin yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kini mulai banyak bermunculan bisnis kuliner yang menawarkan produk makanan yang bisa terbitang unik, salah satunya adalah Mie Gacoan.

Mie gacoan adalah anak dari perusahaan PT. Pesta Pora Abadi yang berdiri pada awal tahun 2016 di Kota Malang, yang memiliki tagline "Mie Pedas Nomor 1 yang ada di Indonesia". Mie Gacoan sendiri diambil dari kata Gaco yang artinya jagoan atau andalan dalam Bahasa Jawa.

Namun fenomena yang terjadi beberapa bulan terakhir, dengan kisaran harga Rp.10.000 hingga Rp. 11.500 an per porsi beberapa konsumen yang memiliki porsi makan yang berlebih berpendapat porsi yang tidak sebanding dengan harganya jika dibandingkan dengan Mie Instan yang harganya dua kali lipat dari Mie Instan tersebut dan muncul pesaing baru yang harganya lebih murah. Sebagian konsumen juga mengeluhkan kualitas produk yang terdapat di Mie Gacoan mulai menurun seperti, tingkat kepedasan yang tidak konsisten serta rasa dan tekstur pada bumbu atau saus dimsum berubah. Sebagian konsumen mengeluhkan pelayanan yang diberikan oleh Mie gacoan masih belum maksimal.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan dari konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:355) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Kepuasan

konsumen menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidapuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:53-54) diantaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan.

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga merupakan faktor penting dalam penjualan. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Selain harga, kualitas produk juga penting karena kualitas produk sebagai penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut (Mowen dan Minor, 2002).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah bisnis kuliner. Menurut Kotler dan Keller (2016:440) kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Oleh karenanya kualitas layanan menjadi salah satu faktor penting bagi kehidupan sebuah restoran atau tempat makan, karena tanpa konsumen tidak ada transaksi jual beli antar keduanya.

TINJAUAN LITERATUR

Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014:353) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Irawan (2008:35) kepuasan konsumen merupakan tujuan umum yang diharapkan oleh setiap perusahaan agar para konsumen melakukan pembelian ulang yang dapat menguntungkan pihak perusahaan.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:345) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar

dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Tjiptono dan Candra dalam Priansa (2017:209) mengatakan bahwa harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Menurut Untoro (2010), definisi harga adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa, yang dinyatakan dalam bentuk uang. Menurut Ramli (2013), pengertian harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk.

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2016:115) kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Sabran (2009:143), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan pelanggan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Kualitas Pelayan

Menurut Kotler dan Keller (2016:440) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. Sedangkan menurut Atep Adya Brata (2003:36) menyatakan bahwa berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena mereka lah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan konsumen berulang di Mie Gacoan Kota Pasuruan. Teknik menentukan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan rumus menurut Hair *et al.*, (2018) $n = 5 \times$ indikator sehingga ditemukan 90 responden sebagai sampel penelitian. Analisis yang digunakan antara lain: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji linier berganda, analisis koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan program komputer yaitu SPSS.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen, sedangkan variabel independen penelitian ini adalah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan Tjiphono (2014:353). Indikator yang digunakan adalah; kesesuaian harapan, minat berkunjung Kembali dan kesediaan merekomendasikan.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut Kotler dan Armstrong (2013:345). Indikator yang digunakan adalah; keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen Tjiptono (2016:115). Indikator yang digunakan adalah; *performance, features, reliability, conformance to specifications, durability, aesthetics*. Kualitas pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan Kotler dan Keller (2016:440). Indikator yang digunakan; *tangibles, reliability, responsiveness, empathy, assurance*.

Metode statistik penelitian ini dapat dinyatakan dengan persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (kepuasan konsumen)

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien arah regresi

X1 = Variabel independen (harga)

X2 = Variabel independent (kualitas produk)

X3 = Variabel independent (kualitas pelayanan)

e = Standar error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis Hipotesis

Tabel 1. Hasil Uji F

	Model	F hitung	Signifikansi	Kesimpulan
<i>Sumber : data primer yang diolah, 2023</i>	Hipotesis 1	335,198	0,000 ^b	H1 Diterima (Hipotesis 1)
	Hipotesis 2	328,917	0,000 ^b	H1 Diterima (Hipotesis 2)
	Hipotesis 3	174,420	0,000 ^b	H1 Diterima (Hipotesis 3)
	Hipotesis 4	276,319	0,000 ^b	H1 Diterima (Hipotesis 4)

Tabel 2. Hasil

Uji t

Variabel Independen	Variabel Dependen	t hitung	Sig.	Keterangan
Harga (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)	14,881	0,000	H1 Diterima (Hipotesis 5)
Kualitas Produk (X2)		16,239	0,000	H1 Diterima (Hipotesis 5)
Kualitas Pelayanan (X3)		10,737	0,000	H1 Diterima (Hipotesis 5)

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

a. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga seringkali digunakan sebagai indikator bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap suatu layanan produk ini meliputi jenis produk, mutu produk atau kualitas produk dan persediaan produk. Pelayanan merupakan bentuk layanan yang diberikan karyawan dalam usaha memuaskan konsumen. Maka untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan harus ada sinergi diantara variabel independent yaitu, harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen. Produk yang ditawarkan harus bervariasi dan enak. Kualitas pelayanan yang diberikan harus baik dan memuaskan konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ciciek Adhias Putri dan Juni Trisnowati dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar yang menyatakan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari penelitian menunjukkan Kualitas produk dan harga merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen. Kualitas produk memiliki hubungan erat antara nilai dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk merupakan suatu hal yang dianggap penting bagi konsumen untuk bertahan pada suatu pilihan, dengan kualitas yang baik maka konsumen akan terus melakukan pembelian ulang. Sedangkan harga adalah suatu hal yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk mengukur suatu kualitas produk. Selain hal itu harga juga dijadikan bahan pertimbangan untuk membeli suatu produk. Artinya yang dapat ditangkap dari temuan ini adalah tanggapan konsumen serta gambarannya mengenai kepuasannya terhadap produk dan harga yang terdapat di Mie Gacoan Kota Pasuruan dimana konsumen tersebut memesan kembali menu yang sama karena rasanya enak serta harganya sesuai dengan apa yang diterima konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Afdhaliana yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Café Haus Kecamatan Panakkukang Kota Makassar yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen. Dari sini dapat dilihat bahwa di Mie Gacoan Kota Pasuruan konsumen merasa bahwa produk yang disajikan

baik makanan atau minuman sudah sesuai seperti ekspektasi, dari sisi variasi makanan dan minuman, harga, cara penyajian dan kualitasnya. Kemudian didukung dengan pelayanan dari Mie Gacoan Kota Pasuruan yang membantu konsumen dan memberikan pelayanan terbaik sehingga konsumen merasa nyaman, aman dan akhirnya menimbulkan rasa puas terhadap Mie Gacoan Kota pasuruan. Meskipun terdapat beberapa konsumen yang menyatakan pelayanan yang ada di Mie Gacoan Kota Pasuruan kurang maksimal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Iis Maulidah, Joko Widodo, dan Mukhamad Zulianto dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

d. pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari penelitian ini menunjukkan harga dan kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat penting untuk menciptakan kepuasan dan mempertahankan konsumen. Jadi dapat dikatakan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan dan harga yang baik, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan persepsi konsumen, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen kepada Mie Gacoan Kota Pasuruan dan akhirnya akan memperoleh tujuan perusahaan yaitu menciptakan loyalitas konsumen.

Hal tersebut didukung oleh penelitian Rafida Khairani, Celsi A. Siregar, Ribka H. Hutabalian, dan Ika I. Karolina yang berjudul Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumenn Pada PT. Matahari Putera Prima (Hypermart) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

e. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Faktor yang mempengaruhi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah harga yang ditetapkan pada Mie Gacoan Kota Pasuruan termasuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari harga yang terjangkau dan harga yang murah. Hasil ini memberikan gambaran bahwa konsumen yang telah melakukan pembelian puas dengan harga produk yang ditawarkan oleh Mie Gacoan Kota Pasuruan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Risatul Umami, As'at Rizal, dan Sumartik yang berjudul Pengaru Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffee

Café yang menyatakan variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Faktor yang mempengaruhi kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena produk atau makanan dan minuman yang ditawarkan pada Mie Gacoan Kota Pasuruan bervariasi, penyajian makanan yang menarik, memiliki rasa yang enak dan produk sudah tersertifikasi, sehingga produk yang dilihat konsumen beraneka ragam dan konsumen bebas memilih produk yang mau dipesan sesuai dengan keinginannya. Hasil ini memberikan gambaran bahwa konsumen yang telah melakukan pembelian puas dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh Mie Gacoan Kota Pasuruan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Jonathan J.J. Mentang, Imelda W.J. Ogi, dan Reitty L. Samadi yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19 yang menyatakan variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan adalah pada jaminan (*assurance*) artinya, karyawan mempunyai cukup pengetahuan tentang produk yang terdapat pada Mie Gacoan dan mampu menjelaskan kepada konsumen mengenai produk. Sehingga konsumen merasa senang dan puas dengan kualitas pelayanan yang terdapat pada Mie Gacoan Kota Pasuruan meskipun terdapat beberapa konsumen ada yang mengeluhkan tentang kualitas pelayanan Mie Gacoan Kota Pasuruan. Namun masih perlu ditingkatkan lagi yaitu ketanggapan (*responsiveness*) agar dapat mendukung kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Mie Gacoan Kota Pasuruan. Dimana semakin baik pemberian kualitas pelayanan maka akan bisa memberikan pengaruh yang nyata dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Ni Putu Juliani dan I Gede Putu Kawiana yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Supermarket Dapurku yang menyatakan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah diajukan dengan

model regresi linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji F yang mana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($335,198 > 2,71$) dan signifikan $0,000 < 0,05$, selain itu juga dengan model regresi linier berganda dihasilkan $Y = 0,313 + 0,318 X_1 + 0,190 X_2 + 0,105 X_3 + e$ dan juga dapat diketahui dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa hasil uji variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh sebesar 0,918 atau 91,8% terhadap variabel kepuasan konsumen sedangkan sisanya 8,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
2. Variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7328,917 > 2,71$), dan signifikan $0,000 < 0,05$, selain itu juga dapat diketahui dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa hasil uji variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh sebesar 0,883 atau 88,3% terhadap variabel kepuasan konsumen sedangkan sisanya 11,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
3. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($174,420 > 2,71$), dan signifikan $0,000 < 0,05$, selain itu juga dapat diketahui dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa hasil uji variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh sebesar 0,800 atau 80% terhadap variabel kepuasan konsumen sedangkan sisanya 20% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
4. Variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($276,319 > 2,71$), dan signifikan $0,000 < 0,05$, selain itu juga dapat diketahui dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa hasil uji variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh sebesar 0,864 atau 86,4% terhadap variabel kepuasan konsumen sedangkan sisanya 13,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
5. Harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan
 - Variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji t yang mana nilai t_{hitung} sebesar $14,881 > t_{tabel}$ 1,987 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga

terbukti bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan.

- Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji t yang mana nilai t_{hitung} sebesar $16,239 > t_{tabel} 1,987$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga terbukti bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan.
- Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji t yang mana nilai t_{hitung} sebesar $16,239 > t_{tabel} 1,987$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga terbukti bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Kota Pasuruan.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, maka penulis dapat memberikan saran antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - Dari hasil penelitian diketahui variabel harga pada indikator daya saing harga memiliki skor yang paling rendah. Untuk itu disarankan Mie Gacoan Kota Pasuruan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan serta kondisi pasar yang ada saat ini.
 - Dari hasil penelitian diketahui variabel kualitas produk pada indikator keistimewaan tambahan (*features*) memiliki skor yang paling rendah. Untuk itu disarankan Mie Gacoan Kota Pasuruan membuat pelengkap atau tambahan produk yang bisa menjadi ciri khasnya dan berbeda dengan produk pesaing sejenis.
 - Dari hasil penelitian diketahui variabel kualitas pelayanan pada indikator ketanggapan (*responsiveness*) memiliki skor yang paling rendah. Untuk itu disarankan Mie Gacoan Kota Pasuruan kedepannya lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam kesigapan dan mengantar pesanan kepada konsumen dengan cepat.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dalam bidang yang sama dapat meneliti dan mengkaji berdasarkan variabel yang berbeda dari variabel yang terdapat dalam penelitian ini seperti variabel lokasi, fasilitas, promosi, cita rasa, brand image atau bisa menambahkan variabel yang ada didalam penelitian ini. Hal tersebut bertujuan agar dapat mengetahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01), 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andhika, A., Hassanah, A., & Rahmawati, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Cafe Inspirasi Corner). *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 1(2), 124–129.
- Assauri, Sofjan. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*, edisi pertama. Jakarta: Rajagrafindo.
- Faris Afif, M., Eri Werdani, R., Administrasi Bisnis, D., & Diponegoro, U. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 2). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Hair et al. (2018). *Multivariate Data Analysis*. Fifth Edition, Prentice Hall. Upper Saddle.
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, H. (2008). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Khairani, R., Siregar, C. A., Hutabalian, R. H., & Karolina, I. I. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Matahari Putera Prima (Hypermart). *Jurnal Untuk Ilmu Ekonomi Dan Perpustakaan*, 5(2), 129–136. <http://ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/61/57>
- Kotler, Phillip, & K.L Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* jilid 1. (Terjemahan Bob Sabran). Cetakan Ketigabelas. Jakarta.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Alih Bahasa Bob Sarbran. Jakarta: Erlangga.

- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- Mentang, J. J. ., Ogi, I. W. ., & Samadi, R. (2021). Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19 The Influence Of Product Quality And Service Quality Toward Consumer Satisfaction At Marina Hash In Manado Restaurant The Covid-19 Pandemic Jurnal Emba Vol . 9 No . 4 Oktobe. *Jurnal EMBA*, 9(4), 680–690. file:///C:/Users/USER/Documents/proposal/jurnal/PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN MARINA HASH IN MANADO DI MASA PANDEMI COVID-19.pdf
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. (2008). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Exxpections*. The free Press. New York: NY.
- Putri, C. A., & Trisnowati, J. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Sfa Steak & Resto Karanganyar. *Surakarta Management Journal*, 3(1), 11. <https://doi.org/10.52429/smj.v3i1.630>
- Putu Juliani, N., Manajemen, Prodi1. Putu Juliani, N., Manajemen, P., Ekonomi, F. & dan Pariwisata, B. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen I Gede Putu Kawiana (2) (1)(2). 2, 129–138 (2022)., Ekonomi, F., & dan Pariwisata, B. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen I Gede Putu Kawiana (2) (1)(2)*. 2(1), 129–138
- Solopos.com. (2022, 22 Oktober). Sejarah Bisnis Mie Gacoan, dari Tangan Pria Asli Solo Melejit ke Malang. Diakses pada 22 Oktober 2022, dari <https://www.solopos.com/sejarah-bisnis-mie-gacoan-dari-tangan-pria-asli-solo-melejit-ke-malang-1452866>.
- Suchaeri, Heri. (2012). *Total Customer Percepatan Laba Sepanjang Masa*. Solo. PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabrta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Andi: Yogyakarta.

Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.630>