



Analisis Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan

Bella Bunga Sejadad

Universitas Bina Bangsa Serang

Mutiara Anisa Titian Trisna

Universitas Bina Bangsa Serang

Syamsul Hidayat

Universitas Bina Bangsa Serang

Alamat: Jl. Raya Serang - Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panamcangan, Kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten

Korespondensi penulis: bellabungasejadad3@gmail.com*

Abstract. *In this era, various culinary businesses with uniqueness and excellence are emerging rapidly. With the development of this culinary business, the number of restaurants both regular restaurants and fast food restaurants is increasing. When consumers choose a restaurant as a place to eat, they not only see the quality of the food, but also the quality of the service. Therefore, the management must provide good service and product quality in order to compete with other restaurants and attract more customers. Customer satisfaction is determined by a good and friendly service system and a clean and comfortable location. This study aims to determine and analyze the level of product quality and service quality on customer satisfaction of gacoan noodles. The type of research used is quantitative by distributing questionnaires to gacoan noodle customers. The analysis techniques used in this study are classical assumption test, multiple linear regression, hypothesis testing and coefficient of determination test.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, Product Quality*

Abstrak. Di era sekarang ini, berbagai usaha kuliner dengan keunikan dan keunggulan bermunculan dengan pesat. Dengan berkembangnya usaha kuliner ini, jumlah restoran baik restoran regular maupun restoran cepat saji semakin bertambah. Ketika konsumen memilih restoran sebagai tempat makan, mereka tidak hanya melihat kualitas makanannya, tetapi juga kualitas pelayanannya. Oleh karena itu, pihak manajemen harus memberikan pelayanan dan kualitas produk yang baik agar dapat bersaing dengan restoran lain dan menarik lebih banyak pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh sistem pelayanan yang baik dan ramah serta lokasi yang bersih dan nyaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mie gacoan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan mie gacoan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis serta uji koefisien determinasi.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Kualitas Produk

LATAR BELAKANG

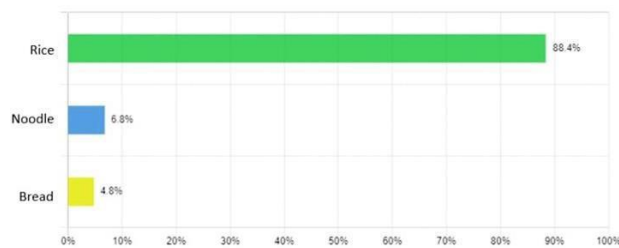
Di era sekarang ini, berbagai usaha kuliner dengan keunikan dan keunggulan bermunculan secara pesat, karena usaha ini sangat menjanjikan akibat pola masyarakat yang gemar membeli makanan cepat saji. Perkembangan usaha kuliner ini disertai dengan semakin banyaknya restoran yang bermunculan, baik restoran biasa maupun restoran cepat saji. Para konsumen yang memilih restoran sebagai tempat makan tidak hanya memperhatikan kualitas makanan namun juga kualitas layanan yang sesuai. Maka dari itu para pengelola harus

memberikan kualitas layanan dan kualitas produk yang tepat agar dapat bersaing dengan restoran lain dan menarik banyak pelanggan.

Kepuasan merupakan efek yang dirasakan dari penggunaan barang dan layanan yang diberikan sehingga hal tersebut melewati standar pemakai (Roisah, dkk, 2013). Kepuasan pelanggan menurut Lupiyoadi (2017) didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Maka jika produk jauh dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Dan begitupun sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan maka pelanggan akan puas (Sangadji dan Sopiah, 2018). Kepuasan pelanggan ditentukan dengan adanya sistem pelayanan yang baik dan ramah disertai tempat yang bersih dan nyaman.

Kualitas layanan adalah suatu upaya untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono,2017). Banyak restoran cepat saji yang bersaing untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka dengan tujuan membuat konsumen merasa lebih puas dan setia terhadap restoran tersebut (Gunawan et al, 2022). Kualitas produk juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, semakin baik kualitas suatu produk maka akan semakin meningkat minat para pelanggan untuk membeli produk tersebut (Ernawati, 2019).

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan oleh sebuah blog bernama licorice: southeast Asian market insight dengan tajuk Indonesia Prefer Rice Than Anything Else



Gambar 1. Data Survey Makanan Utama Yang Paling Anda Sukai

Sumber: <http://report.licorice.pink/blog/mini-survey/indonesian-preference-than-anything-else/>

Berdasarkan gambar 1. didapatkan hasil survey tentang makanan utama di Indonesia yang dilakukan pada rentang waktu: 2019/07/24 sampai 2020/01/24 dengan responden 500 orang Indonesia. Mendapatkan hasil sebesar 88,4% responden lebih menyukai nasi sedangkan 6,8% menyukai mie dan 4,8% menyukai roti. Dari data diatas dapat diketahui bahwa mie

sendiri presentase nya lebih besar dibandingkan dengan roti. Hal inilah yang membuat para usaha ramai membuka usaha kuliner berbahan dasar mie.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pranata et al., (2019) menunjukkan hasil bahwa kualitas produk dan tingkat pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pohandry, Yusuf, dan Winarni (2013) dan Jentrasaswin et al (2018) penelitian tersebut menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan di restoran cepat saji McDonald's. Dengan demikian penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian terdahulu tersebut pada objek yang diteliti yaitu Mie Gacoan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh variabel penelitian dengan variabel lain. Penelitian ini menggunakan referensi data primer yang bersumber dari hasil pengambilan data langsung.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Mie Gacoan yang jumlahnya belum diketahui.

Sampel

Dalam penentuan sampel menggunakan teknik sesuai dengan teori (Malhotra, 2014) dimana jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 287 responden. Pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel dari populasi berdasarkan kriteria tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menggunakan kuesioner. Kuesioner pada penelitian ini disebar kepada responden yang pernah membeli Mie Gacoan dengan bantuan google form.

Karakteristik Responden

1. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan usia

UMUR	JUMLAH	PRESENTASE
<20 tahun	49	17.1%
20-25 tahun	162	56.4%
>25 tahun	76	26.5%
TOTAL	287	100%

Sumber: Data Exel, 2023

Berdasarkan tabel 1 hasil jawaban dari 287 responden sebagai sampel penelitian dapat diketahui bahwa sebagian besar responden konsumen Mie Gacoan yaitu berusia 20-25 tahun sebanyak 162 responden (56,4%).

2. Responden Berdasarkan Lama Mengantri

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan lama mengantri

LAMA MENGANTRI	JUMLAH	PRESENTASE
<15 menit	115	40.1%
15-30 menit	135	47.0%
>30 menit	37	12.9%
TOTAL	287	100%

Sumber: Data Exel, 2023

Berdasarkan tabel 2 hasil jawaban dari 287 responden sebagai penelitian dapat diketahui bahwa sebagian besar responden konsumen Mie Gacoan mengantri selama 15-30 menit (47%).

a. Uji Asumsi Klasik

Analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear ordinary least square terdapat masalah asumsi klasik. Asumsi klasik pada regresi linear berganda meliputi normalitas data, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas Data

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	287	-.322	.144	1.023	.287
Valid N (listwise)	287				

Sumber: Data SPSS, 2023

Dari output SPSS versi 26 pengujian normalitas data dengan skewness dan kurtosis dengan jumlah sampel sebanyak 287 responden, didapatkan nilai skewness sebesar -0,322 dan nilai kurtosis sebesar 1,023 dimana nilai tersebut untuk skewness lebih kecil dari -2 dan nilai kurtosis juga kurang dari 2. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

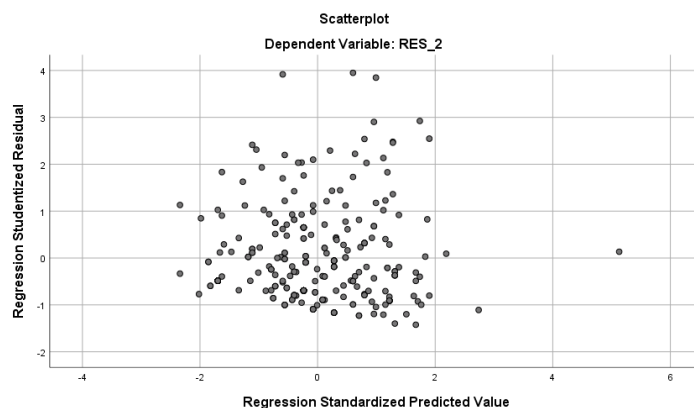
Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.676	.665		-1.016	.310		
	KualitasProduk	.333	.035	.425	9.516	.000	.419	2.385
	KualitasPelayanan	.548	.048	.505	11.325	.000	.419	2.385

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Data SPSS, 2023

Dari output SPSS versi 26 untuk uji multikolinieritas didapatkan nilai toleransi kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 0,419 dan nilai VIF sebesar 2,385, dimana nilai tersebut untuk nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransinya lebih besar dari 0,01. Maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi masalah multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data SPSS, 2023

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari SPSS versi 26 untuk uji heteroskedastisitas dilihat dari scatterplot, dimana titik-titik data tidak membentuk sebuah pola dan berada dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, yang artinya model regresi ini sudah baik.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.676	.665		-1.016	.310
	KualitasProduk	.333	.035	.425	9.516	.000
	KualitasPelayanan	.548	.048	.505	11.325	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = -0,676 + 0,333 + 0,548$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai a sebesar -0,676 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel kualitas produk (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel kepuasan pelanggan tidak mengalami perubahan.
- $b_1 X_1$ (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,333, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas produk maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,333, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- $b_2 X_2$ (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,548, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,548, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Tabel 6. Hasil uji T (Parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.676	.665		-1.016	.310
	KualitasProduk	.333	.035	.425	9.516	.000
	KualitasPelayan an	.548	.048	.505	11.325	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Data SPSS, 2023

Dari output SPSS versi 26 untuk model koefisien diatas, didapatkan hasil sebagai berikut:

- Untuk variabel kualitas produk (X_1) didapatkan nilai t hitung sebesar 9,516 dengan nilai t tabel sebesar 1,968 dengan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
- Untuk variabel kualitas pelayanan (X_2) didapatkan nilai t hitung sebesar 11,325 dengan nilai t tabel sebesar 1,968 dengan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

2. Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (simutan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1814.018	2	907.009	456.707	.000 ^b
	Residual	564.017	284	1.986		
	Total	2378.035	286			

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

b. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KualitasProduk

Sumber: Data SPSS, 2023

Dari output SPSS versi 26 untuk model anova didapatkan nilai F hitung sebesar 456,707 dan F tabel sebesar 3,027 dengan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.763	.761	1.409
a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KualitasProduk				

Sumber: Data SPSS, 2023

Dari output SPSS versi 26 untuk model summary didapatkan nilai R^2 sebesar 0,763 atau 76,3%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara Bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 76,3% sedangkan sisanya 23,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh uji t parsial dengan hasil sebesar 9,516 dengan nilai Sig 0,000 maka hasil tersebut menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Diketahui bahwa responden rata-rata menjawab setuju. Dengan demikian, semakin meningkat kualitas produk yang diberikan oleh Mie Gacoan terhadap pelanggan, maka akan semakin meningkat keputusan pembeliannya terhadap makanan dan minuman yang ada di Mie Gacoan oleh karena itu kualitas produk berpengaruh secara simultan.

Namun, penelitian ini tidak sejalan atau memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Diah Ajeng S. I. S., dkk (2023) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh uji t parsial dengan hasil sebesar 11,325 dengan nilai Sig 0,000 maka hasil tersebut menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Diketahui bahwa responden rata-rata menjawab setuju. Dengan demikian, semakin meningkat pelayanan yang diberikan oleh Mie Gacoan terhadap pelanggan, maka akan semakin meningkat keputusan pembeliannya terhadap

makanan dan minuman yang ada di Mie Gacoan oleh karena itu kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanis Putri K. W., dkk (2023) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian didapatkan hasil bahwa F hitung sebesar 456,707 dengan Tingkat nilai Sig 0,000 dibawah 0,05, hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, lebih lanjut besarnya R^2 adalah 0,763 yang berarti kuat ketepatannya. Hal ini berarti 76,3% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 23,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F.
- b. Variabel kualitas prroduk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t.
- c. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah peneliti uraikan, maka saran yang dapat direkomendasikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan bagi perusahaan, sebaiknya untuk terus memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar nantinya berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menambah variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena masih banyak factor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- b. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat mengetahui dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.

DAFTAR REFERENSI

- Anggyta, Yolanda Ayu. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mie Gacoan Sidoarjo*. Diploma Thesis, STIE Mahardika Surabaya.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bndung. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian*, 2(1), 1-6.
- Gunawan, I. G. N. A., dkk. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Importance Perfomance Analysis (Studi Kasus di Gogo Fried Chiken, Denpasar). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 10(4), 432-443.
- Jentrasaswin, G. P., dkk. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Restoran Cepat Saji Mcdonald's Cabang Robinson, Denpasar. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), 125-134.
- Lupiyoadi, Rambat. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Pohandry, A., Yusuf, M., dan Winarni. (2013). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Importance Perfomance Analysis serta Service Quality. *Jurnal Rekavasi*, 1(1), 21-29.
- Pranata, M. N., Hartiati, A., dan Sadyasmara, C. A. B. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Volvet Eatery and Coffee Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 7(4), 594-603.
- Ramadhan, B. A. Z., dkk. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Mie Gacoan Kartasura. *Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(2).
- Roisah, R. dan Iskandar, I. (2013). Analisis Pelaksanaan Manajemen Mutu Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Surabaya.
- Sari, Diah Ajeng Sri Indah, dkk. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Mie Gacoan Wiyung Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2).

Sholikhah, Alfia Febriantu, dan Hadita. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur. *Jurnal Economia*, 2(2).

Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta.

Wati, H.P. K., Rois, A., dan Satria, P. U. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Kenyamanan Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mie Gacoan Lowokwaru. *e-Jurnal Riset Manajemen*, 12(2).