



## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Pahlawan Revolusi Jakarta Timur

**Ardiansyah Saputra**

Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Alamat: Jl. Kramat Raya 98, Rt.02/Rw.009 Kwitang. Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat

Korespondensi penulis: [ardiputra67394@gmail.com](mailto:ardiputra67394@gmail.com)\*

**Abstract.** *In the current era of globalization, the business world is experiencing rapid growth, particularly in the culinary industry. This business is directly related to the basic human need for food, which is one of the fundamental necessities for survival. The influence of product quality and price on customer satisfaction at Mie Gacoan Dr. Mansyur Medan has become an interesting topic for research, considering the critical role these two factors play in maintaining and enhancing customer satisfaction. Customer satisfaction is crucial for ensuring repeat customers and building brand loyalty, which is particularly important in the highly competitive food industry. This study aims to determine the extent to which product quality and price affect customer satisfaction at Mie Gacoan in Medan, focusing on students of the Business Administration Department at Politeknik Negeri Medan as the research subjects. This study employs a quantitative research method with a descriptive approach, including tests for validity and reliability, classical assumptions, and hypothesis testing. The hypothesis testing includes t-tests, F-tests, and an analysis of the coefficient of determination (adjusted R square). By understanding the relationship between product quality, price, and customer satisfaction, this research aims to provide valuable insights for improving service strategies and pricing models in the culinary business, ultimately helping Mie Gacoan improve its customer satisfaction and competitive edge in the market.*

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

**Abstrak.** Dalam era globalisasi saat ini, dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang pesat, khususnya di industri kuliner. Bisnis ini secara langsung terkait dengan kebutuhan dasar manusia akan makanan, yang merupakan salah satu kebutuhan mendasar untuk kelangsungan hidup. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Dr. Mansyur Medan menjadi topik yang menarik untuk diteliti, mengingat peran penting kedua faktor ini dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk memastikan pelanggan yang kembali dan membangun loyalitas merek, yang sangat krusial di industri kuliner yang sangat kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Medan, dengan fokus pada mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Medan sebagai subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, termasuk uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, dan uji hipotesis. Uji hipotesis yang dilakukan mencakup uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi (adjusted R square). Dengan memahami hubungan antara kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang berharga untuk meningkatkan strategi layanan dan model penetapan harga dalam bisnis kuliner, yang pada akhirnya membantu Mie Gacoan meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saingnya di pasar.

**Kata kunci:** Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sangat pesat sekali. Hal ini membuat setiap para pelaku usaha dapat memaksimalkan kinerja usahanya agar mampu bersaing dengan para pesaingnya. Para pelaku usaha harus mampu memahami dan mengerti kebutuhan konsumennya. Oleh sebab itu, para pelaku bisnis diwajibkan mempunyai strategi pemasaran

yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis dan menciptakan kepuasan bagi konsumennya.

Pada saat ini bisnis yang berkembang pesat dalam persaingan adalah bisnis di bidang makanan. Bisnis makanan menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang cukup tinggi, makanan juga kebutuhan pokok yang wajib terpenuhi bagi setiap orang. Hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah restaurant maupun warung yang ada disetiap daerah termasuk di Kota Jakarta. Perkembangan bisnis makanan yang bermunculan membuat para pelaku usaha bersaing ketat dengan bentuk persaingan yang berbeda – beda yaitu baik dari segi pelayanan, harga dan citra rasa.

Salah satu makanan yang berkembang pesat pada saat ini yaitu jenis makanan pedas. Makanan pedas sendiri merupakan makanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia, terutama di kalangan remaja. Oleh sebab itu dengan ditandai banyaknya bisnis usaha di bidang makanan pedas yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama, pelaku usaha di bidang kuliner dituntut untuk menciptakan strategi – strategi yang baik dan tepat agar dapat menarik para konsumen untuk lebih memilih produknya dibandingkan produk para pesaing.

Menurut Priansa dalam Kapirossi & Probowo (2023) kualitas produk merupakan persepsi dari manfaat yang diberikan ke konsumen terhadap kualitas produk atau jasa, apakah sesuai dengan harapan konsumen. Berbagai macam bahan baku kuliner seperti makanan siap saji saat ini memiliki banyak peminat seperti nasi, mie ataupun bahan lainnya yang memiliki penggemarnya masing-masing.

Bisnis kuliner mie di Kota Jakarta sangat banyak, dengan persaingan bisnis kuliner mie produk yang sama ini, tidak semua kedai mie memiliki konsumen sebanyak Mie Gacoan Kota Jakarta yang beralamat di Jl. Pahlawan Revolusi Jakarta Timur lokasi tempat yang strategis, buka mulai pukul 10.00 - 22.00 WIB. Dimana Mie Gacoan membuat produk makanan seperti mie suit, mie hompimpa dan mie gacoan sebagai menu utamanya. Serta banyak makanan pelengkap (camilan) lainnya seperti dimsum ayam, pangsit goreng, udang keju, udang rambutan, dan berbagai minuman dengan nama menarik seperti es petak umpet, es gobak todor, es teklek, es sluku bathok dan menu lainnya.

Salah satu penentu keberhasilan suatu usaha yaitu kualitas produk. Karena suatu produk dikatakan berkualitas apabila kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi. Mie Gacoan sangat ramai dikunjungi para pelanggannya khususnya para pecinta makanan pedas karena Mie Gacoan terkenal dengan mie pedasnya.

Menu yang disediakan oleh Mie Gacoan mempunyai tiga varian yaitu mie suit, mie hompimpa, dan mie gacoan. Selain mie mereka juga menyediakan aneka dimsum dan juga minuman yang sangat cocok untuk dipadukan satu sama lain. Berdasarkan hasil observasi di Mie Gacoan Jl. Pahlawan Revolusi Jakarta Timur tampak banyak pembeli sekitar 500 orang dari mulai mahasiswa hingga berkeluarga berkunjung setiap harinya. Banyaknya pelanggan Mie Gacoan, tersebut bisa dinyatakan bahwa pelanggan tersebut merasa puas dengan mempertimbangkan kualitas yang diberikan, selain itu banyak kedai – kedai yang memperhatikan kualitas pelayanannya karena ketika pelayanan rumah makan itu baik maka pelanggan akan merasa dihormati dan pelanggan pun merasa nyaman dan mengajak temannya untuk kembali mendatangi tempat tersebut, namun banyak dari mereka yang mengatakan bahwa tempat makan atau restoran yang memiliki suasana tempat nyaman, bersih, dan juga memiliki desain yang estetik akan menambah nilai dari kepuasan pelanggan itu sendiri.

Pada jaman milenial seperti ini, sebagian besar orang makan di restoran tidak hanya duduk lalu menikmati hidangan makanan saja melainkan mengerjakan tugas dan nongkrong sambil foto-foto. Mie Gacoan Jl. Pahlawan Revolusi Jakarta Timur juga memiliki ulasan yang cukup baik. Pada aplikasi Go-Food dan Grab Food. Berikut terlampir data berdasarkan ulasan dari platform pesan antar makanan secara online.

Berdasarkan data dari berbagai Platform seperti Go-Food dan Grab Food, Mie Gacoan Jl. Pahlawan Revolusi Jakarta Timur memiliki ulasan yang cukup baik. Pada aplikasi Go-Food Mie Gacoan Jl. Pahlawan Revolusi Jakarta Timur rating 4.5 dengan total jumlah orang yang memberi penilaian yaitu 10.000 orang. Sedangkan pada aplikasi Grab Food, Mie Gacoan memiliki rating 4.6 dengan jumlah total ulasan yaitu 4.810. penilaiin. Dengan data berikut maka dapat dikatakan bahwa mayoritas pelanggan yang berkunjung ke Mie Gacoan Jl. Pahlawan Revolusi Jakarta Timur merasa puas setelah berkunjung.

Menurut Munir & Putra dalam Sutrisno dan Dermawan (2022:2) konsumen modern sangat menekankan inovasi produk dengan teknologi yang berkembang dan lebih maju untuk memuaskan harapannya sehingga hal ini memaksa perusahaan untuk terus berkembang untuk mencapai keinginan konsumen. Mie Gacoan memperhatikan kualitas produk seperti dalam penyajiannya cukup menjaga kebersihan menggunakan sarung tangan, rasa mie yang diberikan memiliki rasa khas pedasnya, dengan tiga varian yang ditawarkan kepada calon konsumen, yang pertama mie suit dengan cita rasa gurih dan tidak pedas. yang kedua mie hompimpa dengan cita rasa pedas manis, dan yang ketiga mie gacoan dengan cita rasa pedas gurih. Di dalam satu porsi mie sudah ada pelengkap daging ayam, toping pangsit, dan dua pangsit goreng.

Menurut Angelova & Zekiri dalam Silvia dan Arfiansyah (2023:664) Kepuasan pelanggan adalah sesuatu yang telah dinikmati konsumen dan memenuhi harapan dari produk suatu perusahaan. Jadi dapat disimpulkan kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Pelanggan akan merasa puas apabila keinginan dan harapannya dapat terpenuhi

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Pengertian Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan tersebut meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan produk secara keseluruhan. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Penelitian (Jannah et al., 2024)

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk**

Menurut tjiptono Kualitas produk dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor. Pada era industri sekarang ini, agar dapat memperkuat penjualannya di pasaran perusahaan berlomba berfikir untuk dapat mempertahankan kualitas produk yang mereka punya serta meningkatkan kualitasnya. mengasilkan inovasi terbaru karena konsumen senantiasa lebih selektif dalam mempertimbangan kualitas produk yang akan dibelinya. Oleh karena itu para pelaku usaha di berbagai bidang industri bergantung pada karakteristik produk dan produksinya ialah 6M(Cesariana et al., 2022)

- a. Market (Pasar)
- b. Money (Uang)
- c. Management (Manajemen)
- d. Men (Manusia)
- e. Motivation (Motivasi)
- f. Material (Bahan)

### **Indikator Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller dalam (Cahyani & Sitohang) terdapat sembilan indikator pada kualitas produk yaitu(Cesariana et al., 2022)

- a. Bentuk, mencakup ukuran, wujud, atau struktur fisik produk.
- b. Fitur, ciri-ciri produk yang menjadi komplemen fungsi dasar produk.
- c. Kinerja, yaitu tingkatan dimana ciri khas utama produk bekerja dengan baik.
- d. Kesan kualitas, yaitu merupakan hasil yang berasal dari penilaian penggunaan yang tanpa sadar dilakukan pada saat menggunakan, karena adanya kemungkinan konsumen tidak mengerti dengan produk yang berkaitan atau kurangnya informasi dengan produk yang digunakan.
- e. Ketahanan, ukuran daya tahan sebuah produk yang merupakan ciri penting untuk produk-produk tertentu.
- f. Keandalan, adalah yaitu suatu produk memiliki kemampuan berupa ketahanan produk tidak akan mengalami kegagalan atau kerusakan dalam jangka waktu tertentu.
- g. Kemudahan perbaikan, merupakan dimensi kemudahan perbaikan pada produk pada saat produk itu gagal atau tidak dapat digunakan kembali.
- h. Gaya mewujudkan wujud penampilan produk dan variasi produk kepada konsumen.

## **Harga**

Harga adalah standar konversi suatu barang atau administrasi di mana sejumlah uang tunai yang dapat dibayarkan pelanggan kepada produsen untuk suatu barang tertentu. Pada tingkat mendasar, harga yang sudah ditetapkan oleh suatu perusahaan harusnya dapat menutupi biaya-biaya dengan menambahkan nominal untuk mendapatkan laba. Secara umum kualitas sebagai bagian terpenting dari keunggulan bersaing sehingga bagaimana meningkatkan kualitas produk telah menjadi permasalahan utama di setiap perusahaan. (Irawati & Setiawan, 2023)

## **Faktor – Faktor yang mempengaruhi Harga**

Faktor Harga Menurut (Tjiptono) harga memiliki peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen maupun perusahaan, yaitu (Irawati & Setiawan, 2023)

- a. Bagi perekonomian. Harga produk mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan
- b. Bagi konsumen. Mayoritas konsumen agak sensitif terhadap harga, namun ada pula faktor yang dipertimbangkan. Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas produk

sering kali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga yang mahal dianggap mencerminkan kualitas tinggi, terutama dalam kategori specialty products

- c. Bagi perusahaan. Harga produk adalah determinan utama bagi permintaan pasar atas produk bersangkutan. Harga mempengaruhi posisi bersaing dan pangsa pasar perusahaan. Dampaknya, harga berpengaruh pada pendapatan dan laba bersih perusahaan. Singkatnya, perusahaan mendapatkan uang melalui harga yang dibebankan atas produk atau jasa yang dijualnya. Harga.

### **Indikator Harga**

Menurut Kotler dan Keller, ada empat indikator yang mencirikan harga adalah (Rahellea & Rianto, 2023)

- a. Harga yang murah
- b. Harga yang sesuai dengan kualitas sebuah produk
- c. Produk yang dihasilkan bersaing dengan competitor perusahaan lain
- d. Harga yang di berikan sebanding dengan kepuasan yang di dapatkan mengemukakan indeks

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan menjadi fokus utama bagi Mie Gacoan, dengan memastikan kenyamanan pelanggan saat membeli produknya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat di mana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri (Putri & Laili, n.d.). Kualitas produk menjadi faktor kunci dalam mencapai kepuasan pelanggan, dengan kualitas yang stabil dan pengembangan yang terus dilakukan(Savero et al., 2024)

### **Indikator Kepuasan Pelanggan**

Indikator kepuasan konsumen berdasarkan menurut Kotler dan Keller dalam yang menunjukkan indikator sebagai berikut (Jannah et al., 2024):

- a. Kualitas yang dirasakan
- b. Nilai yang dirasakan
- c. Harapan konsumen

### 3. METODE PENELITIAN

#### Desain Penelitian

Pengertian desain penelitian terlebih dahulu. Desain penelitian adalah rangkaian prosedur dan metode yang dipakai untuk menganalisis dan menghimpun data untuk menentukan variabel yang akan menjadi topik penelitian. Desain penelitian juga didefinisikan sebagai strategi yang dilakukan peneliti untuk menghubungkan setiap elemen penelitian dengan sistematis sehingga dalam menganalisis dan menentukan fokus penelitian menjadi lebih efektif dan efisien. Masalah pada sebuah penelitian akan menentukan jenis apa yang cocok untuk dipilih. Hal tersebut juga menentukan alat dan cara apa yang cocok digunakan untuk mengatasi masalah dalam penelitian. Penelitian ini merupakan suatu kegiatan penelitian yang sistematis dan terkendali yang menyangkut ada tidaknya keterkaitan antara fenomena – fenomena yang diteliti. Penelitian deskriptif dapat dilakukan dengan mengetahui nilai variabel *independent* tanpa perbandingan dengan variabel *independent* lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang memfokuskan penelitian untuk mengembangkan suatu teori dari fakta – fakta yang diperoleh penulis. Tujuan kuantitatif adalah menguji hipotesis antara variabel *independent* dan Variabel *dependent*. Untuk melakukan penelitian Kuantitatif, peneliti harus terlebih dahulu menentukan populasi dan sampel yang akan digunakan. Penelitian ini memiliki variabel *Independent* dan variabel *dependent*. Variabel yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah Variabel *Independent* Yaitu, kualitas produk dan harga terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan pelanggan. Pada desain

Penelitian untuk melakukan penelitian ini berdasarkan latar belakang yang diperlukan proses penelitian untuk meneliti sebuah masalah maka disusun dengan rumusan masalah pada penelitian ini. Sehingga dengan adanya rumusan masalah tersebut peneliti mengajukan hipotesis pengaruh kualitas harga terhadap kepuasan pelanggan. Untuk memastikan keaslian data, peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner dan studi dokumentasi. Selanjutnya penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan melakukan uji-T, uji-F, dan uji Koefisien Determinasi, serta uji berdasarkan Analisis Regresi Linear Berganda. Hubungan antara variabel independen dan dependen juga diteliti dalam penelitian ini. Tujuan dari strategi ini adalah untuk memberikan dasar pemikiran untuk peristiwa yang diamati dengan menganalisis dasar pemikiran untuk peristiwa yang diamati dengan menganalisis dan menginterpretasikan data yang dikumpulkan. Diakhir peneliti akan menuliskan penutup yang berisi dengan kesimpulan serta saran untuk penelitian yang telah dibuat. Desain Penelitian Menurut Para Ahli Berikut pengertian desain

penelitian menurut para ahli: Menurut Silaen desain penelitian adalah desain mengenai keseluruhan proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Menurut Umar desain penelitian dapat diartikan sebagai suatu rencana kerja yang terstruktur dalam hal hubungan-hubungan antara variabel secara komprehensif agar hasil risetnya dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan riset. Rencana tersebut mencakup hal-hal yang akan dilakukan preset, mulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai analisis akhir

Menurut Nachmias dan Nachmias desain penelitian merupakan suatu rencana yang membimbing peneliti dalam proses pengumpulan, analisis, dan interpretasi observasi. Maksudnya, suatu model pembuktian logis yang memungkinkan peneliti untuk mengambil inferensi mengenai hubungan kausal antar variabel di dalam suatu penelitian.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Jl. Pahlawan Revolusi No. 6 Rt.5/Rw.5 Pondok Bambu, Kec Duren Sawit, Kota Jakarta Timur. Untuk Penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. Waktu Penelitian September - Desember 2024 Sampai Selesai.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

(Sugiyono) menjelaskan bahwa populasi yakni wilayah abstraksi yang memiliki bagian terhadap objek maupun subjek yang memiliki kualitas serta karakter spesifik dengan ketetapan dari pengkaji untuk dipahami dan kemudian disimpulkan (Aprita Nur Maharani & Ali Alam, 2022) Dalam Penelitian Kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini. Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli produk lebih dari dua kali di Kuliner Pada Mei Gacoan". Jumlah pelanggan yang membeli berulang yaitu 100 orang dilihat. Peneliti hanya mengambil bulan Maret 2024 karena hasil penjualannya rata-rata sama setiap bulannya.



## Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan rumus Slovin sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel yang diambil

N = Total Populasi

E = Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

n = Ukuran Sampel N = Populasi e = presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (5%)

Diketahui jumlah populasi sebanyak 133 orang, maka jumlah sampelnya adalah sebagai berikut.

$$N = \frac{133}{(1+133(0,05)^2)}$$

$$N = \frac{133}{(1+133 (0,0025))}$$

$$N = \frac{133}{1+0,3325}$$

$$N = \frac{133}{1,3325}$$

$$N = 99,812$$

Dapat dibulatkan menjadi 100 orang. Maka berdasarkan hasil di atas sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan taraf kesalahan 5%. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode accidental sampling, yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sebagai sumber data

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Profil Perusahaan dan Sejarah**

Mie Gacoan memiliki sejarah yang menarik yang dimulai pada tahun 2008, ketika pendirinya, Bapak Andy Yudhanto, menemukan resep mie dengan cita rasa khas yang unik. Dengan obsesinya terhadap cita rasa dan keinginan untuk berbagi kelezatan ini dengan orang lain, Bapak Andy mulai menjual mie buatannya secara door-to-door di sekitar lingkungannya. Kesuksesan awal ini mendorongnya untuk mengembangkan usahanya, dan pada tahun 2010, bersama putranya, Bapak Samuel Yudhanto, mereka membuka gerai pertama Mie Gacoan di Malang, Jawa Timur. Gerai pertama ini menjadi titik awal bagi ekspansi Mie Gacoan yang cepat. Dengan resep yang terus diperbaiki dan layanan pelanggan yang ramah, Mie Gacoan segera menarik perhatian masyarakat lokal dan wisatawan. Kombinasi mie lezat dengan berbagai pilihan topping dan kuah yang gurih membuatnya menjadi favorit di kalangan pecinta kuliner di Indonesia. Mie Gacoan sendiri adalah sebuah merk dagang dari jaringan restaurant mie pedas no 1 di Indonesia, PT Pesta Pora Abadi merupakan induk dari restaurant Mie Gacoan. Mie Gacoan berdiri di awal tahun 2016 bertempat di Kota Malang, Jawa Timur. Sering disebut price to quality terbaik di kelas nya. Harris Kristanto merupakan sosok di balik kesuksesan Mie Gacoan. Pria lulusan sarjana ekonomi ini adalah pemilik dan sekaligus menduduki jabatan Human Resources Director di restoran tersebut. Kemampuannya dalam mengelola bisnis tentu sudah tidak perlu dipertanyakan lagi. Menurut penuturan Harris, bisnis mie

Yang baru dijalankan sekitar 6 tahunan tersebut sudah mampu menghasilkan keuntungan sekitar 40-50% dari omset penjualan. Ini tentu pencapaian yang besar, mengingat persaingan di bisnis restoran mie seperti ini juga tidak bisa dianggap enteng. Bisnis yang awalnya hanya dibangun di Kota Malang ini bisa berkembang dengan pesat. Hanya dalam beberapa tahun saja, Mie Gacoan sudah melakukan ekspansi ke berbagai kota besar lainnya, seperti: Surabaya, Yogyakarta, Medan, Bali, Solo, Bandung, dan yang lainnya. Bukan hanya itu saja, kedepannya restoran ini juga berencana untuk membuka lebih banyak cabang baru di berbagai kota lainnya. Hal ini sesuai dengan visi bisnis mereka, yakni menjadi restoran mie nomor 1 di tanah air. Hingga saat ini, Mie Gacoan sudah mempekerjakan lebih dari 3.000 orang karyawan. Jumlah ini tentu masih akan terus bertambah, mengingat restoran ini masih terus melakukan ekspansi besar-besaran ke berbagai kota lainnya di Indonesia. Hal ini akan membuka lebih banyak peluang kerja yang baru ke depannya. Dalam mengembangkan bisnisnya, Harris tidak hanya mengandalkan penjualan di restoran saja. Mie Gacoan juga hadir di berbagai aplikasi pengantaran makanan online yang belakangan ini sangat banyak digunakan oleh masyarakat perkotaan. Kerjasama ini tentu bisa mendatangkan lebih banyak angka penjualan setiap harinya. Di lain sisi, layanan

pengantaran makanan online seperti ini akan sangat membantu bagi pelanggan yang tidak memiliki banyak waktu untuk datang dan bersantap langsung di restoran Mie Gacoan yang biasanya selalu ramai pengunjung setiap harinya ini. Pelanggan bisa menikmati menu kesukaan mereka, tanpa perlu repot-repot untuk keluar rumah. Sejak 22 Juni 2023 Mie Gacoan telah bersertifikat halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).

## Uji Validitas dan Uji Realibilitas

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pernyataan dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Alat uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbandingan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel dengan nilai signifikan 5% atau 0,05 dan degree of freedom (df) atau disebut drajat kebebasan adalah  $df = n - 2$  dengan maksud (n) yaitu jumlah responden

Dalam penelitian ini jumlah responden 100 orang, maka  $df = 100 - 2 = 98$ . Maka  $r$  tabel yang digunakan adalah 0,196. Jika  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka setiap item pernyataan dikatakan valid. Berdasarkan analisis yang dilakukan, hasil pemeriksaan validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	Nilai $r$ hitung	Nilai $r$ table	Keterangan
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	X1.1	0,693	0.196	<i>Valid</i>
	X1.2	0,709	0.196	<i>Valid</i>
	X1.3	0,734	0.196	<i>Valid</i>
	X1.4	0,670	0.196	<i>Valid</i>
	X1.5	0,594	0.196	<i>Valid</i>
	X1.6	0,732	0.196	<i>Valid</i>
	X1.7	0,667	0.196	<i>Valid</i>
	X1.8	0,789	0.196	<i>Valid</i>
	X1.9	0,737	0.196	<i>Valid</i>
	X1,10	0,707	0.196	<i>Valid</i>
<b>Harga (X2)</b>	X2.1	0,851	0.196	<i>Valid</i>
	X2.2	0,868	0.196	<i>Valid</i>
	X2.3	0,825	0.196	<i>Valid</i>
	X2.4	0,883	0.196	<i>Valid</i>
	X2.5	0,816	0.196	<i>Valid</i>
	X2.6	0,803	0.196	<i>Valid</i>
	X2.7	0,776	0.196	<i>Valid</i>
	X2.8	0,737	0.196	<i>Valid</i>
	X2.9	0,854	0.196	<i>Valid</i>
	X2.10	0,886	0.196	<i>Valid</i>
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>	Y.1	0,880	0.196	<i>Valid</i>
	Y.2	0,847	0.196	<i>Valid</i>
	Y.3	0,880	0.196	<i>Valid</i>

	Y.4	0,907	0.196	Valid
	Y.5	0,774	0.196	Valid
	Y.6	0,883	0.196	Valid
	Y.7	0,709	0.196	Valid
	Y.8	0,906	0.196	Valid
	Y.9	0,800	0.196	Valid
	Y.10	0,876	0.196	Valid

Berdasarkan pada Tabel 1. di atas diketahui bahwa setiap item pernyataan pada variable Kualitas Produk (X1), variabel Harga (X2), dan variable Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai r hitung > r tabel. Maka semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dimaksudkan untuk menguji reliable atau kestabilan jawaban responden pada setiap tanggapan. Pengecekan reliabilitas penelitian ini menggunakan metode *Croncbach Alpha Coeficien* (a) dengan alat bantu SPSS. Nilai cronch alpha 0,60. Berikut ini hasil uji reliabilitas pada penelitian ini

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

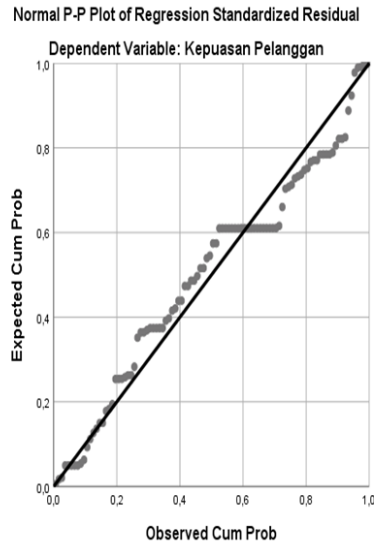
No	Variabel	Cronch's Alpha	R tabel	Keterangan
1	<b>Kualitas Produk</b>	0,882	0,60	Reliabel
2	<b>Harga</b>	0,948	0,60	Reliabel
3	<b>Kepuasan Pelanggan</b>	0,953	0,60	Reliabel

**Sumber : Data diolah oleh SPSS, 2025.**

Berdasarkan Tabel 2. diatas , hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki koefisien alpha > 0.60 maka dapat dikatakan bahwa pernyataan dari seluruh variabel tersebut yang telah dibagikan oleh peneliti kepada responden adalah reliabel dan dapat dipercaya

### Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas digunakan untuk memeriksa apakah data yang dianalisis berdistribusi normal atau tidak dengan syarat jika nilai signifikan > 0,05 maka Dinyatakan data terdistribusi normal, sedangkan jika nilai probabilitas < 0,05 maka dinyatakan data tidak berdistribusi norma Uji Normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah uji grafik p-plot dan one-sample-Kolmogorov-Smirnov Test dengan menggunakan SPSS versi 25. Berikut Hasi uji Normalitas pada penelitian ini:



**Gambar 1.**

**Sumber : Data diolah SPSS, 2025.**

### Hasil Grafik Uji Normalitas

Berdasarkan Gambr IV.1 di atas menunjukkan bahwa residual dalam bentuk lingkaran kecil – kecil menyebar di garis diagonal dan mengikuti arah garis menuju pola distribusi normal. Sehingga pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98984745
Most Extreme Differences	Absolute	,103
	Positive	,103
	Negative	-,093
Test Statistic		,103
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

**Sumber : Data diolah SPSS, 2025.**

Berdasarkan pada Tabel IV.7 hasil Uji Normalitas menggunakan one-Sample Kolmogrov-Smirnov Test, maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan  $0,200 > 0,05$  yang artinya data ini berdistribusi normal.

## Uji Multikonerlitas

Uji Multikolinearitas adalah uji untuk mengetahui apakah terdapat suatu hubungan linear antara masing – masing variabel independen di dalam model regresi. *Variance Inflation Factor (VIF)* merupakan besaran yang digunakan untuk menentukan derajat multikolinearitas model regresi. Berikut ini dasar pengambilan keputusan pada pengujian ini:

1. Jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10.00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas
2. Jika nilai *Tolerance* < 0,10 dan nilai *VIF* > 10.00 maka artinya terjadi multikolinearitas

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk (X1)	,990	1,010
	Harga (X2)	,990	1,010
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)			

**Sumber : Data diolah SPSS, 2025.**

Berdasarkan pada Tabel 4. diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance pada variabel Kualitas Produk sebesar 0,990 dan VIF 1,101. Pada variabel Harga nilai tolerance sebesar 0,990 dan VIF 1,010. Sehingga dapat dilihat bahwa kedua variabel menunjukkan angka tolerance > 0,10 dan angka VIF < 10, yang artinya dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolinearitas

## Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastistas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance antara residual pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Pengujian Heteroskedastistas dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan uji glejser. Berikut dasar pengambilan keputusan pada pengujian ini.

1. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas
2. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,937	1,728		1,700	,092
	Kualitas Produk (X1)	,032	,028	,111	1,134	,259
	Harga (X2)	-,059	,024	-,238	-2,422	,017

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber : Data diolah SPSS, 2025.

Berdasarkan pada Tabel 5. diatas menunjukkan bahwa sig. Variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,259 dan nilai sig. Variabel Harga (X2) sebesar 0,017 artinya kedua variabel mempunyai nilai sig. > 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

**Uji Regresi Linear Berganda**

Uji Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independent* yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Variabel *dependent* yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut hasil uji regresi linear berganda

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,831	2,759		1,751	,083
	Kualitas Produk	0,240	,045	0,240	-,069	,946
	Harga	0,893	0,039	0,920	23,060	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada Tabel IV.10 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,831 + 0,240 X_1 + 0,893 X_2$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> : Kualitas Produk

X<sub>2</sub> : Harga

1. Konstanta bernilai 4,831 ini menunjukkan jika variabel Kualitas Produk dan Harga tidak ada, maka tingkat variabel Kepuasan Pelanggan adalah 4,831.

2. Koefisien regresi variabel kualitas produk memiliki nilai 0,240 (bernilai positif) yang dimana ini menunjukkan pengaruh positif pada variabel kualitas produk dalam pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika variabel Kualitas Produk mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,240, ceteris paribus.
3. Koefisien regresi variabel harga memiliki nilai 0, (bernilai positif) yang dimana variabel ini memiliki arah yang positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini artinya jika variabel Harga mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,769, ceteris paribus.
4. Hasil regresi variabel berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas, yaitu kualitas produk dan harga, memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan

### **Uji Parsial ( Uji T )**

Uji t dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel dengan kriteria pengujian jika thitung > ttabel dengan signifikan 95% atau  $\alpha < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan, sedangkan jika thitung dan ttabel dengan signifikan 95% atau  $\alpha > 0,05$  maka dikatakan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Untuk melihat ttabel dapat dilihat pada tingkat kesalahan 5% yang diperoleh dari df (degree of freedom) dengan rumus  $df = n - k$   $df = 100 - 3 = 97$ . Dengan keterangan df ialah Degree of Freedom, n ialah jumlah responden yang digunakan dalam penelitian yaitu 100, dan k ialah jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu 3. Maka dapat dihitung, t tabel sejumlah 97, probabilitas 5%, dan df 90 sebesar 1,984. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

1. Jika Uji nilai Sig > 0,05 dan t hitung < t tabel. Artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent
2. Jika nilai Sig < 0,05 dan t hitung > t tabel. Artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.



**Tabel 7. Hasil Uji T Pengaruh Kualitas Produk (X1). Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,831	2,759		1,751	,083
	Kualitas Produk	-,003	,045	-,003	2,153	,946
	Harga	,893	,039	,920	23,060	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Sumber : data diolah SPSS, 2025.**

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa:

1. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,034 < 0,05$  atau  $t$  hitung  $2,153 > t$  tabel  $1,984$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hal uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  atau  $t$  hitung  $23,060 > t$  tabel  $1,984$ . Maka dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

### Uji Simultan ( Uji F )

Uji Simultan (uji f) Uji simultan dilakukan untuk melihat secara simultan atau serempak apakah variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan. Rumus untuk menentukan degree of freedom (df) yaitu  $df1 (N1) = k - 1$  dan  $df2 (N2) = n - k$ , dimana  $n$  yaitu jumlah responden dalam penelitian ini sedangkan  $k$  yaitu jumlah variabel independent dan dependent. Nilai. distribusi F tabel pada  $df1 (N1)$  adalah 2 dan pada  $df2 (N2)$  adalah 97. Sehingga nilai F tabel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 3,09. Untuk menunjukkan nilai Ftabel, maka diperlukan derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut. Berikut merupakan rumus dari derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut adalah sebagai berikut: Derajat pembilang ( $df1$ ) =  $k - 1 = 3 - 1 = 2$  Derajat penyebut ( $df2$ ) =  $n - k = 100 - 3 = 97$  (Ftabel bernilai 3,09) Hasil uji simultan (Uji-F) dapat dilihat pada gambar dibawah ini. Berikut dasar pengambilan keputusan

1. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh variabel bebas Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).

**Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2894,235	2	1447,117	268,803	,000 <sup>b</sup>
	Residual	522,205	97	5,384		
	Total	3416,440	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk						

**Sumber : Data diolah SPSS, 2025.**

Berdasarkan tabel di atas, nilai Fhitung adalah 268,803 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan Ftabel untuk alpha 5% adalah 3,09. Karena F hitung  $268,803 > F$  tabel 3,09 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel independen Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama. berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y).

### Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh Variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

**Tabel 9. Hasil Uji Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,920 <sup>a</sup>	,847	,844	2,320
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk				

**Sumber : Data diolah SPSS, 2025.**

Berdasarkan Tabel 9. diatas didapatkan nilai Adjusted R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,844 yang artinya Pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) 0,813 Hal ini berarti model regresi memiliki tingkat kebaikan sebesar 81,3% dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan Mie Gacoan.

### Pembahasan dan Hasil Penelitian

#### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan Pahlawan

Revolusi, bila dilihat dari nilai  $t$  hitung  $> 0,034 < 0,05$  atau  $t$  hitung  $2,153 > t$  tabel  $1,984$ . yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Hasil penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septian Andika Pratama (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UD Brontoseno Nganjuk” yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Islahani dan Andang Fazri (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas dan Harga Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Busana Muslimah Nibra’s di Kecamatan Singkut” yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, hasil penelitian juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Magdalena dan Musthafa (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan. Konsumen pada pakaian bekas impor di pasar lereng kota Bukittinggi” yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan yang terakhir untuk membandingkan dan mencocokkan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah dengan hasil. Penelitian milik Gusti Pratiwi dan Tukimin Lubis (2021) dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

### **Pengaruh Harga dan Kepuasan Pelanggan Hasil**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan Pahlawan Revolusi, bila dilihat dari nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $23,060 > 1,986$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan pahlawan revolusi. Hasil penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Magdalena dan Musthafa (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada pakaian bekas impor di pasar lereng kota Bukittinggi” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septian Andika Pratama (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan

Pelanggan UD Brontoseno Nganjuk” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, hasil penelitian juga relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Magdalena dan Musthafa (2023) pada penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada pakaian bekas impor di pasar lereng kota Bukittinggi” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan yang terakhir untuk membandingkan dan mencocokkan mencocokkan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah dengan hasil penelitian milik Aldi An Nurfalalah, Surti, Zahra dan Muhammad Bayi Tabrani dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Mustafa 85 Pandeglang Banten” yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Hasil**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan bersamaan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis data  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $268,803 > 3,09$ ) dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di jalan Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Berdasarkan pada hasil uji koefisien determinasi  $R^2$  dengan tujuan melihat, besarnya hubungan antara ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan, maka ditunjukkan dengan nilai Koefisien Determinan Adjusted R Square sebesar 0,813. Dari jumlah nilai tersebut, berarti seluruh variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) mempengaruhi kepuasan pelanggan ( $Y$ ) Mie Gacoan di jalan Pahlawan Revolusi yaitu sebesar 66,5%.

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengukur dan memahami sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Hasil uji analisis regresi linear berganda, dimana nilai regresi harga menunjukkan angka 0,893, sedangkan nilai regresi kualitas produk adalah 0,240. Berdasarkan kriterianya, variabel yang memiliki nilai terbesar dan menjauhi titik 0 adalah variabel yang memiliki pengaruh paling besar atau dominan terhadap variabel terikat. Maka variabel harga merupakan variabel yang paling besar atau dominan pengaruhnya terhadap variabel kepuasan pelanggan dibandingkan dengan variabel kualitas produk

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Jl Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Hal ini dapat dilihat dari hasil (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,034 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 23,060 > t_{tabel} 1,984$ . Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Mie Gacoan Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Urutan indikator variabel kualitas produk dari yang paling berpengaruh dan dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah Produk, layanan produk yang baik, harga kesesuaian dengan nilai produk, promosi mengenai informasi produk, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana (yang merupakan indikator yang memiliki pengaruh terkecil terhadap kepuasan pelanggan).
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Pahlawan Revolusi. Bila dilihat dari uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  atau  $t_{hitung} 2,153 > t_{tabel} 1,984$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa Harga (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Mie Gacoan Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Urutan indikator variabel Harga yang paling berpengaruh dan dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan (yang merupakan indikator yang memiliki pengaruh terkecil terhadap kepuasan pelanggan)
3. Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Jl. Pahlawan Revolusi Jakarta Timur. Hal ini dapat dilihat dari uji simultan (uji F), data F hitung adalah 268,803 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan Ftabel untuk alpha 5% adalah 3,09. Karena  $F_{hitung} 268,803 > F_{tabel} 3,09$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai adjusted R square adalah sebesar 0,844 atau 84,4% yang berarti 84,4% kepuasan pelanggan pelanggan Mie Gacoan.

### **Saran**

Berdasarkan Hasil Penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa saran berikut:

1. Kualitas Produk menjadi salah satu penentu penerimaan produk oleh konsumen. Oleh karena itu Mie Gacoan Pahlawan Revolusi Jakarta Timur harus mengoptimalkan cita rasa

dari setiap makananya. Dilihat dari penilaian konsumen, indikator kualitas produk memiliki nilai rata-rata terendah sedangkan harga memiliki nilai rata-rata tertinggi. Berdasarkan hal tersebut, untuk menambah daya tarik tersendiri bagi konsumen, peneliti mengusulkan untuk meningkatkan kualitas produk makanan pada Mie Gacoan Pahlawan Revolusi Jakarta Timur seperti meningkatkan cita rasa dengan memberikan rasa yang berbeda sebagai bentuk ciri khas tertentu pada produk Mie Gacoan dan penambahan bumbu masakan agar lebih terasa enak, gurih tidak hambar dan tidak hanya sekedar terasa pedasnya saja, serta mempertahankan kualitas mie agar ketahanan pada mie suit, mie gacoan dan mie hompimpa bisa bertahan lama dan tetap memiliki aroma khas, agar semakin banyak konsumen yang datang dan menjadi pelanggan Mie Gacoan Pahlawan Revolusi karena cita rasanya yang bertambah dan ketahanan mie yang mampu bertahan lama sehingga apabila konsumen take away rasa dan aroma mienya masih pada utuh dan enak

## **DAFTAR REFERENSI**

- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. (2020). Pengaruh promosi, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek produk Rabbani di Palembang. *Jurnal Neraca*, 4(1), 26–40. <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>
- Ardiyansyah, M., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan word of mouth terhadap minat beli ulang dengan kepuasan konsumen Muslim sebagai pemediasi. *Journal of Business & Applied Management*, 16(1), 079. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i1.4236>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Fadhilah, M., Cahya, A. D., & T, C. M. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(3), 607–617. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i3.11336>
- Irawati, Z., & Setiawan, D. (2023). Pengaruh strategi pemasaran digital, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5. <https://doi.org/10.37034/infec.v5i3.517>
- Jannah, K. M., Febrilia, I., & Rahmi. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen LRT Jabodebek melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 1054–1069.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kafe Sudut Halaman. *JAMAN: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 34–40.

- Lisdiana, N. (2021). Pengaruh kualitas produk, kepercayaan, dan keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen secara online di online shop Lazada. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syaria*, 4(2), 1356–1367.
- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor yang mempengaruhi: Kepuasan pelanggan dan minat pembelian: Kualitas produk, dan persepsi harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Rahellea, S. L., & Rianto, M. R. (2023). Literatur review: Pengaruh kualitas produk, harga, dan loyalitas terhadap kepuasan konsumen Kopi Nako. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 4(1), 63–73. <https://doi.org/10.35912/simo.v4i1.1782>
- Riset, J., Oktober, N., Siregar, N. M., Rangkuti, A. E., Hasibuan, A., Pasaribu, I. M., & Ritonga, P. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Dr. Mansyur Medan mahasiswa hingga berkeluarga berkunjung setiap harinya. *Banyaknya pelanggan Mie Gacoan*, 2(4).
- Rosida, R., & Haryanti, I. (2020). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Pada Nithalian Collection Bima). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 150–160. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.235>
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis faktor-faktor keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*.
- Savero, R. V., Kurniawan, R., & Chasanah, A. N. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Majapahit Semarang. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 2368–2385.
- Wiranata, I., Agung, A., & Prayoga, I. (2021). Pengaruh digital marketing, quality product dan brand image terhadap keputusan pembelian roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146.
- Wulansari, O. A., & Hayuningtias, K. A. (2023). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Maybelline Super Stay Matte Ink di Kota Semarang). *Jurnal Manajemen dan Sains*, 8(1), 241–247. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.968>
- Yunianto, D. (2021). Analisis pertumbuhan dan kepadatan penduduk terhadap pertumbuhan ekonomi. *Forum Ekonomi*, 23(4), 688–699. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10233>