

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIE GACOAN MAGELANG

Berlian Hema Kusumawardani^{1*}, Andhatu Achsa²

^{1,2} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar Magelang
E-mail: ¹⁾ berlianhema@gmail.com, ²⁾ andhatuachsa@untidar.ac.id

Abstract

The purpose of the research is to ascertain how product and service quality affects customers' satisfaction when they purchase meals at Mie Gacoan Magelang. The research employs primary data, such as the distribution of questionnaires and the purpose side as a sampling strategy from at least 60 respondents, or the residents of Magelang, to acquire data from the area where it is done. The suggested research methodology is a quantitative one. When managing its own data using SPSS as a method of analysis, testing the instrument utilizes the forms of validity test, reliability test, classical acceptance test, multiple linear regression equation analysis, t-test, F-test, and test of the coefficient of determination. The data processing analysis results show that $Y = 0.865 + 0.270 \times 1 + 0.308 \times 2 + e$, and the fitted R-squared is 0.722, which means that product quality and service quality contribute 72% to consumer satisfaction, with the remaining 38% being the result of other influences that were not taken into consideration.

Keywords: Consumer Satisfaction, Product Quality, Service Quality

Abstrak

Tujuan dari penelitian yakni untuk mendapati pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ketika membeli hidangan di Mie Gacoan Magelang. Penelitian mempergunakan data primer untuk mendapatkan data dimana dilakukan yakni penyebaran kuesioner dan purposive sampling sebagai teknik pengambilan jumlah sampel sekurang – kurangnya 60 responden yaitu masyarakat Magelang. Pendekatan kuantitatif diajukan sebagai metode penelitian. Pengujian instrumen memakai bentuk uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis persamaan regresi linier berganda, uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi dalam mengelola datanya sendiri memakai SPSS sebagai teknik dalam menganalisis penelitian ini. Hasil pengolahan data analisis membuktikan bahwa $Y = 0.865 + 0.270X_1 + 0.308X_2 + e$ adjusted R-squared adalah 0.722, yang berarti kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sejumlah 72% terhadap kepuasan konsumen, serta tersisanya sejumlah 38% dimana pengaruh yang lain belum diteliti.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

1. PENDAHULUAN

Seluruh kalangan tentu sudah mengenali akan dunia bisnis yang mengalami pertumbuhan secara pesat dan cepat. Salah satu bisnis yang berkaitan dengan kebutuhan manusia yakni bisnis makanan. Dikala ini pertumbuhan kuliner sudah terus semakin beranekaragam berbagai macam makanan telah diciptakan dan diolah menjadi semenarik

mungkin dengan tujuan guna menyatakan kepuasan untuk para konsumennya. Kualitas produk dan kualitas pelayanan pula jadi perihai yang sangat mempengaruhi sebab pada saat konsumen memastikan untuk membeli makanan tentu akan memandang dari segi rasa, kebersihan, ragam, dan keunikannya. Tidak hanya itu, dengan bermacam - macam kedai maupun restoran tentu juga akan sangat mencermati kualitas pelayanannya. Hal itu disebabkan untuk membuat para konsumen merasa nyaman dengan pelayanan serta tempat tersebut. Jika perusahaan memberikan citra yang baik terhadap konsumen maka akan memunculkan loyalitas konsumen sehingga akan timbul timbal balik, untuk memahami kepuasan konsumen, perlu diketahui bahwa setelah konsumen merasakan produk maka akan mengerti kualitas dari produk itu sendiri dan konsumen juga akan merasa cocok dengan pelayanan yang sudah diperkenanan sehingga sesuai dengan apa yang diidamkan (Wibisono & Achsa, 2020).

Kotler & Armstrong menyatakan dalam penelitian F.S.Maramis et al., (2018) kualitas produk mengacu pada indikasi pada produk guna melakukan berbagai fungsi, termasuk daya tahan, keunggulan, keandalan, dan kemudahan penggunaan bagi pengguna. Guna memenuhi kepuasan konsumen kualitas produk menunjukan idikasi dari suatu produk. Kualitas pelayanan harus disesuaikan dengan konsumen dimana harapan konsumen selalu berubah, kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam peningkatan daya saing, sehingga perlu adanya evaluasi layanan yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara membandingkan dengan kompetitor lain yang mana dapat melihat layanan yang mereka telah dapatkan dan apa yang mereka harapkan. Kepuasan konsumen menjadi bahan evaluasi dimana yang mempunyai tujuan untuk membagikan hasil yang cocok ataupun terlebih lagi dapat melebihi dari harapan konsumen, sebaliknya jika terjadi ketidakpuasan hingga tidak memenuhi harapan para konsumen. Sementara itu, kepuasan konsumen ditunjukan secara menyeluruh dengan relatif stabil dari waktu ke waktu, kepuasan konsumen dilihat berdasarkan kondisi yang mana konsumen telah terpenuhi baik kebutuhan, keinginan, dan juga harapannya telah dipenuhi oleh produk yang telah dikonsumsi (Sinaga et al., 2020).

Pertumbuhan masakan mie pedas kala ini sangat berkembang dan banyak sekali peminatnya. Mie yang populer disaat ini serta disukai oleh kalangan anak muda ialah Mie Gacoan. Mie pedas nomor 1 di Indonesia ini merupakan kedai santapan dengan menawarkan masakan mie pedas yang telah membuka cabang pada tepatnya di Kota Magelang. Ditawarkan banyak menu pada tempat makan ini mulai dari mie yang memilik 3 varian adalah mie ibilis, mie setan, serta mie angel dengan mempunyai tingkatan level kepedasan. Untuk dimsum terdapat lumpia udang, lumpia keju, siomay, dan lain sebagainya. Lebih menariknya lagi minuman yang disajikan mempunyai nama yang unik dengan menggunakan nama hantu. Dengan harga yang terjangkau serta untuk rasa pada Mie Gacoan sendiri tidak perlu diragukan sebab pedasnya mie tersebut membuat tempat ini tidak sepi akan kedatangan pengunjung. Olahan mie dan cita rasa merupakan sebagai karakteristik khas Mie Gacoan yang susah buat ditolak.

Kehadiran Mie Gacoan di Magelang membuat pemenuhan kepuasan konsumen dengan memahami apa yang dibutuhkan pembeli baik dari kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Pada Mie Gacoan Magelang masih terdapat masalah yang sering terjadi salah satunya ialah masih minimnya ekstra tempat pemesanan. Saat ini tempat pemesanan menu antara online dan offline hanya ada satu komputer ataupun mesin kasir sebagai akibatnya

terjadi antrian yang panjang akan tetapi dengan hal tersebut tidak membuat konsumen bosan mengunjungi Mie Gacoan Magelang.

Pada penelitian Lesmana (2019) membagikan pemahaman dimana kedua variabel mempengaruhi positif serta signifikan secara simultan. Pada penelitian dilakukan oleh Windarti & Ibrahim (2017) memperlihatkan hasil simultan pada kualitas produk dan juga kualitas pelayanannya yang mana bila meningkatnya kedua variabel tersebut telah disampaikan oleh CV. Donat Madu Cihanjuang - Pekanbaru, hingga mempertinggi kepuasan konsumennya, demikian juga kebalikannya.

Sebaliknya dalam Mu'tashim & Slamet (2020) membuktikan bila kualitas produk sendiri tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Akan tetapi, dijumpai secara keseluruhan bahwa kedua variabel ialah memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen kepada responden dimana memiliki penghasilan kecil.

Hal yang menarik dari keberhasilan mendirikan usaha makanan seperti Mie Gacoan adalah mengkaji faktor-faktor apa saja yang dapat mendukung persepsi seseorang berdasarkan teori-teori yang sudah seimbang tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan, serta melalui pemahaman pelanggan tentang faktor yang bermula atas masing-masing variabel akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan penjabaran diatas, maka tujuan penulisan yakni guna mendapati hasil terdapatnya pengaruh dari segi kualitas produk maupun kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen ketika menikmati Mie Gacoan cabang Magelang.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Kualitas Produksi

Disampaikan Kotler & Amstrong, (2008) bahwasanya mutu suatu produk ialah dimana produksi dengan memiliki ciri atau dalam memenuhi kebutuhan konsumen mengandalkan tenaganya baik secara tersurat maupun tersirat. Kualitas produk secara langsung dipengaruhi oleh kinerja ataupun layanan maka dari itu, kualitas sangat terkait terhadap nilai dan kepuasan konsumen. Kualitas produk masing- masing industri bisa penuhi keinginan serta kebutuhan dari pelanggan, sampai hendak berupaya menghasilkan produk bermutu serta bernilai tinggi, yang diterapkan melalui rancangan dari suatu produk sehingga menjadikan konsumen memiliki ketertarikan pada produk maupun produk dan keinginan sesuai atas harapan konsumen guna mencukupi kebutuhan (Sujarweni, 2015). Guna mendapatkan kualitas produk yang diharapkan, itu harus dibuktikan penyamaan kualitas guna menjaga produk sehingga dapat memenuhi pedoman yang telah ditetapkan agar pembeli tidak rugi dan khawatir atas barang tersebut. Pengalaman klien dalam membeli barang baik yang beruntung atau tidak akan mempengaruhi pembeli untuk membeli kembali. Pembisnis harus memiliki pilihan untuk membuat barang yang tepat seperti yang ditunjukkan oleh persyaratan dan selera pembeli. Dalam hal kebutuhan konsumen jika tidak sesuai dengan asumsi, perusahaan harus menjawab dengan cepat dan melakukan perbaikan item sesuai asumsi pelanggan (Martiana & Apriani, 2019).

2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan tetap harus dijaga dalam perusahaan jasa, kualitas tersebut wajib diberikan secara lebih unggul dari kompetitor dan memuaskan selera konsumen maka dari

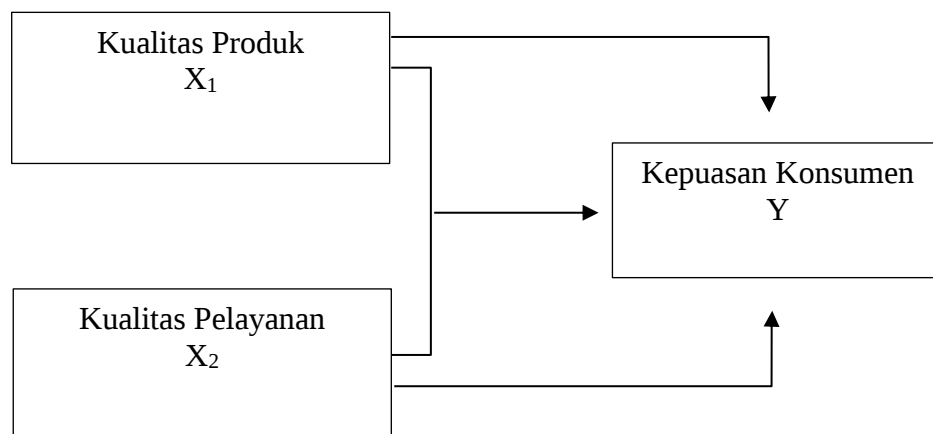
itu perusahaan harus paham mengenai kebutuhan dan selera konsumen agar konsumen memenuhi harapan dan persepsi mereka atas produk dan layanan yang telah diberikan. Kualitas pelayanan bisa menjadi sebuah pemenuhan kebutuhan konsumen dimana bersumber pada tingkatan atas keunggulan yang sudah sesuai dengan ketepatan konsumen terhadap jasa atau produk yang diberikan sehingga mereka merasa bahwa kebutuhannya telah terpenuhi sesuai dengan harapan mereka (Rohaeni et al, 2018). Sedangkan menurut As'ari (2018) kualitas pelayanan yakni layanan yang dapat menyatakan kepuasan pada pelanggan serta senantiasa pada batasan untuk pemenuhan dalam kualifikasi pelayanan sehingga wajib dan mesti dilaksanakan secara berkepanjangan. Bentuk kepuasan konsumen dapat terpenuhi ketika konsumen menerima kualitas pelayanan tersebut sesuai dengan keinginannya.

2.3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah bentuk dari suatu persepsi konsumen atas dasar pengalaman yang telah didapat, bisa berupa mengenai harapan yang telah terpenuhi dimana produk dan layanan yang diberikan sangat memuaskan (Abdilhaq et al., 2020). Konsumen bisa kembali menggunakan produk atau jasa yang telah diberikan, karena mereka telah membandingkan serta merasakan pelayanan yang telah diberikan tepat dengan harapannya (Harfika et al., 2017). Kepuasan konsumen sangat bertumpu pada harapan dan persepsi. Berbagai faktor bisa mempengaruhi persepsi konsumen antara lain faktor, ketika konsumen sedang mencoba berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan dan faktor keadaan ataupun situasi, pengalaman konsumen di masa dahulu pada waktu menggunakan produk baik dari perusahaan ataupun dari berbeda perusahaan (Ofela & Agustin, 2016).

2.4. Kerangka Pemikiran

Di bawah ialah kerangka penelitian :



Gambar 1 Kerangka pemikiran

Hipotesis

- H1 : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
- H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
- H3 : Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk memastikan bagaimana bisa kepuasan konsumen berpengaruh melalui variabel kualitas produk serta variabel kualitas layanan. Adapun data yang dipakai serta dikumpulkan merupakan data primer dengan melakukan penyebaran kuesioner pada responden. Dimana skala linkert yang dipergunakan pada saat pengukuran pertanyaan kuesioner.

3.2 Populasi dan Sampel

Masyarakat Magelang yang pernah mencoba Mie Gacoan di Magelang menjadi populasi dalam penelitian. Perkiraan yang tepat dari populasi secara keseluruhan tidak dapat diperkirakan sendiri. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, peneliti masih dapat menemukan sampel yang mana berhubungan dengan populasi. Karena jumlah indikator akan dikalikan 5 atau 10 untuk menghitung jumlah sampel akan representative sehingga jumlah sampel pada penelitian dengan perhitungan paling sedikit adalah (Hair et al., 2018) :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 12 \text{ Indikator} \times 5 = 60 \text{ responden}\end{aligned}$$

Dari perhitungan, didapatkan hasil bahwa penelitian ini sampel yang akan digunakan sekurang kurangnya ialah 60 responden.

3.3. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

1) Variabel bebas atau *Independent*

Kualitas produk merupakan ciri dari produk ataupun jasa yang bergantung dan dihubungkan menggunakan kekuatan guna memenuhi keperluan konsumen tertentu ataupun menyiratkan bahwasanya kualitas memiliki efek langsung pada kinerja produk atau layanan. Berikut indikator pada kualitas produk berdasarkan Aulia & Hidayat (2017) yakni :

1. Reliabilitas
2. Konformasi
3. Daya tahan
4. Estetika

Kualitas pelayanan melukiskan perbandingan antara tingkatan layanan yang diberikan industri yang mana melebihi ketepatan pelanggan. Kualitas layanan diciptakan melalui kebutuhan serta kemauan pelanggan dan kecocokan yang melampaui harapan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan menurut Prabowo et al., (2021) yaitu :

1. Reliabilitas
2. Jaminan
3. Daya tangkap
4. Empati
5. Bukti fisik

2) Variabel terikat atau *Dependent*

Kepuasan konsumen adalah ketika perasaan konsumen merasa puas akan produk ataupun layanan atas produk yang telah dibeli dan dipergunakan, kemudian konsumen mencari presepsi dari orang lain agar dapat membandingkan dan memberikan kesan terhadap produk sehingga harapannya terpenuhi sehingga timbul untuk penggunaan kembali atas

produk dan layanan yang telah diberikan. Berikut indikator – indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2014:101) dalam Wulandari et al., (2020) sebagai berikut :

1. Keselarasan harapan
2. Keinginan mengunjungi lagi
3. Kesiapan dalam menyampaikan rekomendasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Uji Validitas

Pengujian ini dijalankan guna membuktikan kevaliditasan kuesioner dengan pengujian dua sisi yakni R^{tabel} serta R^{item} , item pertanyaan dikatakan memiliki kevaliditasan jika R^{tabel} lebih besar dari R^{item} dan begitupun sebaliknya (Rahmawati, 2014).

1) Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Hasil pengujian kevalidan dari item setiap pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel (X1)

Pertanyaan	R^{item}	R^{tabel}	Keterangan
Item 1	0,627	0,254	diterima
Item 2	0,540	0,254	diterima
Item 3	0,625	0,254	diterima
Item 4	0,817	0,254	diterima
Item 5	0,676	0,254	diterima
Item 6	0,715	0,254	diterima
Item 7	0,741	0,254	diterima
Item 8	0,688	0,254	diterima

Sumber : Hasil pengolahan SPSS, 2022

Analisis pengujian alat ini menunjukkan nilai R^{item} dari setiap variabel $>$ dari nilai R^{tabel} , sehingga seluruh item persoalan dalam kuesioner penelitian dapat dikatakan valid.

2) Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil pengujian kevalidan dari item setiap pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel (X2)

Pertanyaan	R^{item}	R^{tabel}	Keterangan
Item 1	0,599	0,254	diterima
Item 2	0,784	0,254	diterima
Item 3	0,618	0,254	diterima
Item 4	0,707	0,254	diterima
Item 5	0,737	0,254	diterima
Item 6	0,836	0,254	diterima

Item 7	0,577	0,254	diterima
Item 8	0,570	0,254	diterima
Item 9	0,777	0,254	diterima

Sumber : Pengolahan SPSS, 2022

Analisis pengujian alat ini menunjukkan nilai R^{item} dari setiap variabel $>$ dari nilai R^{tabel} , sehingga seluruh item persoalan dalam kuesioner penelitian dapat dikatakan valid.

3) Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian kevalidan dari item setiap pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel (Y)

Pertanyaan	R^{item}	R^{tabel}	Keterangan
Item 1	0,846	0,254	diterima
Item 2	0,811	0,254	diterima
Item 3	0,756	0,254	diterima
Item 4	0,651	0,254	diterima
Item 5	0,870	0,254	diterima

Sumber : Hasil pengolahan SPSS, 2022

Pada analisis pengujian alat ini menunjukkan nilai R^{item} dari setiap variabel $>$ dari nilai R^{tabel} , sehingga seluruh item persoalan dalam kuesioner penelitian dapat dikatakan valid.

4.1.2. Uji Reabilitas

Uji ini merupakan uji indikator sebagai membuktikan alat ukur dapat menentukan suatu indikator. Hal ini memperlihatkan seberapa jauh dari hasil pengukuran yang tidak berubah – ubah bila melaksanakan dua ataupun lebih pengukuran terhadap indikasi dan alat ukur yang sama. Kriteria pada teknik ini dapat dikatakan reliabel dengan nilai Cronbach's alfa $>$ 0,6 (Amanda et al., 2019).

Tabel 4 Hasil pada Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach alpha	r^{kritis}	Keterangan
Kualitas Produk	0,827	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,856	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,844	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan SPSS, 2022

Bersumber keretangan diatas ditunjukan pada ketiga variabelnya mempunyai nilai Cronbach's alfa $>$ 0,60. Sehingga membuktikan kalau tiap item variabel bisa dikatakan reliabel

4.1.3. Uji Normalitas

Metode Kolmogorov-Smirnov menjadi pengujian pada penelitian guna mengetahui terdapatnya distribusi normal ataupun sebaliknya yang mana data bisa dinyatakan residual distribusi normal ketika memiliki tingkat Sig. > 0,05 (Ghozali, 2013, Zano & Santoso, 2019).

Tabel 5 Hasil pada Uji Normalitas

One - Sample Kolmogorov Smirnov		
		Standardized Residual
N		60
NormalParameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.29352212
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.071
Kolmogorov Smirnov Z		.087
Asymo. Sig. (2 - tailed)		.200

Sumber : Hasil pengolahan SPSS, 2022

Tabel menampilkan sudah didapat hasil menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov ketika nilai Asymp. Sig > 0,05, sehingga dimaknai residual tersebar normal begitupun sebaliknya. Dari hasil penelitian ini didapat hasil 0,200 menunjukkan ternyata data distribusi normal.

4.1.4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas memiliki tujuan guna menguji pada perhitungan model regresi yang mempunyai korelasi antar variabel independent ataupun tidak. Pada penelitian dapat diperhatikan berdasarkan VIF, ketika angka VIF < 10 sementara angka tolerance lebih dari 0,1, bisa dimaknai tidak adanya multikolineritas (Ghozali, 2013, Zano & Santoso, 2019).

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	0,447	2.236
Kualitas Pelayanan	0,447	2.236

Sumber : Hasil pengolahan SPSS, 2022

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan variabel bebasnya sama – sama mempunyai angka tolerance yaitu $0,447 > 0,1$ sedangkan angka VIF-nya $2,236 < 10$. Berdasarkan hasil diartikan pada pengujian ini tidak terjadi multikolinieritas

4.1.5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud guna menjalankan tahap uji persamaan regresi terdapat ketimpangan varian residu yang berasal berdasarkan pengamatan satu terhadap pengamatan lainnya. Tingkat sig. sendiri yakni 0,05 pada saat melakukan pengujian. Jika antar variabel bebas berkorelasi oleh residu hasil Sig. $< 0,05$, dapat dinyatakan tidak ada terjadinya heteroskedastisitas (Ghozali, 2013, dalam Zano & Santoso, 2019).

Tabel 7 Hasil menggunakan Uji Glejser

Model	Sig.
Kualitas Produk	0,743
Kualitas Pelayanan	0,414

Sumber : Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berlandaskan hasil menggunakan uji Glejser, jika output membuktikan tidak terdapatnya jalinan yang signifikan antara seluruh variabel independent terhadap seluruh nilai mutlak residual yakni ditunjukkan nilai Sig. $> 0,05$, maka model ini terbebas dari heteroskedastisitas.

4.1.6. Analisis Regresi Berganda

Tabel. 8 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
(Constant)	0,865	1.298	0,508
Kualitas Produk	0,270	0,071	0,000
Kualitas Pelayanan	0,308	0,063	0,000

Sumber: Hasil dengan pengolahan SPSS, 2022

Di dapatkan persamaan regresi yaitu :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

$$Y = 0,865 + 0,270X_1 + 0,308X_2 + e$$

Jika pada kualitas produk menunjukkan perhitungan konstan, begitupun dengan kualitas pelayanan yang mana ditunjukkan pada kepuasan konsumen bernilai sejumlah 0,865. Jika meningkatnya variabel ini bisa berakibat pada kepuasan konsumen meningkat sejumlah 0,270. Sedangkan pada variabel kualitas pelayanan jika terjadi adanya peningkatan maka

bisa menjadikan variabel kepuasan konsumen mengalami peningkatan sebanyak 0.308. untuk e merupakan tidak ditelitinya faktor yang lain.

4.1.7. Uji Simultan

Tabel 9 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256.265	2	128.132	73.983	.000 ^b
	Residual	98.719	57	1.732		
	Total	354.983	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas konsumen

Sumber: Hasil dengan pengolahan SPSS, 2022

Berlandasakn perhitungan diperoleh signifikansi Uji F 0,000 dimana kurang dari 0,05, pada uji menunjukan hipotesisnya dapat di terima karena terdapat pengaruh diantar variabel.

4.1.8. Uji Parsial

Tabel 10 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.865	1.298		.666	.508
	Kualitas Produk	.270	.071	.399	3.820	.000
	Kualitas Pelayanan	.308	.063	.510	4.883	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berlandaskan temuan tersebut kedua variabel ini memiliki angka sig 0,000 < 0,05, pada uji ini kepuasan konsumen memiliki keterpengaruhan.

4.1.9. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11 Hasil pada Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
11	0,850	0,722	0,712

Sumber: Hasil pengolahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil ini telah didapatkan R^2 yaitu 0,722 maka dikatakan bahwa kepuasan konsumen ada pengaruhnya akan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 72% dengan mempunyai sisa sebesar 38% dipengaruhi oleh pengaruh lain yang belum diteliti.

4.2. Pembahasan

Variabel kepuasan produk memiliki hasil yakni adanya pengaruh secara signifikan dan positif pada variabel kepuasan konsumen yang ada pada responden masyarakat Kota Magelang di Mie Gacoan Magelang maka bisa dinyatakan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di Mie Gacoan Magelang. Pada penelitian bisa diperkuat pada penelitian sebelumnya (Wibowo & Rahadhini, 2017) bahwa dalam penelitiannya dikatakan kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pecel Solo dipengaruhi oleh kualitas produk dimana dihasilkan pengaruh yang signifikan. Dalam penelitian yang sudah dibuktikan (Maulina, 2021) yang menjelaskan hasil berpengaruh signifikan akan kualitas produk pada kepuasan ko. Pada kualitas produk ini menjadikan variabel dominan terhadap kepuasan konsumen pada Beauty Clinic Berlian Samarinda. Penelitian ini membuktikan bahwa Mie Gacoan Magelang memberikan kualitas produk dalam bentuk reliabilitas, konformasi, daya tahan dan estetika. Produk Mie Gacoan Magelang tidak hanya makanan bahan dasar mie, tetapi juga makanan olahan lainnya seperti dimsum. Selain makanan, Mie Gacoan Magelang juga menawarkan aneka minuman. Produk Mie Gacoan Magelang dapat dilihat dari konsistensi ukuran produk, estetika penampilan dan kebersihan makanan yang disajikan. Berdasarkan produk yang ditawarkan kepada konsumen, dapat dilihat seberapa baik produk tersebut sesuai spesifikasi yang ditetapkan, misalnya seperti daftar menu yang disajikan. Hal ini membuat konsumen lebih puas daripada kecewa dengan apa yang ditawarkan Mie Gacoan Magelang.

Pelanggan yang menerima layanan dengan berkualitas tinggi maka bisa membuat konsumen merasa nyaman dan terkesan, yang mendorong mereka untuk merujuk bisnis kepada orang lain. Dalam penelitian yang dibuktikan (Iqbal & Hermani, 2020) kepuasan konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Dengan ini kualitas pelayanan Mie Gacoan Magelang mempengaruhi pada kepuasan konsumen dengan pelayanan sangat baik sehingga membuat konsumen menjadi puas. Aspek lain dari sifat yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen baik memuaskan keinginan tersurat atau tersirat adalah tingkat kualitas layanannya. Ketika jasa yang ditawarkan dapat memuaskan atau melampaui harapan pelanggan, sehingga produsen bisa dinyatakan memberikan kualitas yang mumpuni kepada pelanggan.

Pada uji hipotesis mendapatkan hasil hipotesis berdasarkan penelitian ini bisa diterima. Hasil yang ditunjukkan secara beriringan kedua variabel bebas mempunyai pengaruh pada variabel dependent. Pada penelitian oleh (Maulidah et al., 2019) bahwa dalam penelitian tersebut dinyatakan kepuasan konsumen dapat diciptakan jika perusahaan dapat memperhatikan segi kualitas produk serta kualitas pelayanan. Sedangkan pada (Ilmi, 2021) dalam penelitiannya dikatakan adanya pengaruh yang signifikan baik simultan ataupun persial pada kedua variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa di Mie Gacoan Magelang puasnya perasaan konsumen karena terdapatnya pengaruh dari kualitas produk juga pelayanan berkualitas, hal ini ditunjukkan oleh pembuktian antara keterkaitan kepuasan konsumen dan kualitas produk akan kualitas layanan yang saling signifikan. Dengan adanya konsumen yang merasa puas bisa meningkatkan sehingga akan berdampak

pada peningkatan pendapatan Mie Gacoan Magelang. Ini karena memberikan produk dan layanan berkualitas tinggi sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

5. KESIMPULAN

Terdapat beberapa hal pada hasil penelitian ini yakni Mie Gacoan Magelang memberikan kualitas produk dengan memperhatikan sajian makanan serta minuman yang memenuhi kebutuhan sehingga pelanggan terkesan. Selain itu, kualitas pelayanan juga ditunjukkan sehingga bisa memenuhi kepuasan konsumen itu sendiri mulai dari pelayanan, ketersediaan sarana dan prasarana. Dengan demikian, kesimpulan penelitian variabel independent yaitu kualitas produk memiliki hasil yakni terdapatnya pengaruh signifikan serta positif pada kepuasan konsumen di Mie Gacoan Magelang. Untuk variabel kualitas layanan juga memiliki hasil bahwa variabel ini terdapatnya pengaruh signifikan serta positif pada kepuasan konsumen di Mie Gacoan Magelang. Sedangkan untuk hasil uji F sendiri bahwasannya variabel independent terhadap variabel dependen mendapatkan hasil simultan.

Terdapat saran yang dapat ditunjukkan kepada Mie Gacoan Magelang yaitu untuk senantiasa mempertahankan serta bisa melakukan peningkatan baik dari kualitas produknya ataupun tingkatan layanannya agar konsumen semakin percaya. Sedangkan saran bagi peneliti lain, hendaknya peneliti lebih mencari pengaruh dari kepuasan konsumen dengan menggunakan atau menambah variabel yang lebih bervariasi dan tidak diteliti pada penelitian kali ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilhaq, R. G., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Emotional Branding Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(3), 53–67.
- Ais, Z. (2013). Teori Praktik Manajemen Sebuah Konsep yang Aplikatif disertai Profit Wirausaha Sukses. In *Jakarta: Mitra Wacana Media*.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 6(9), 17.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2018). *on Multivariate Data Analysis Joseph F. Hair Jr. William C. Black Eight Edition*.
- Harfika, J., dan, & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance*, XIV(1), 44–56.
- Ilmi, E. M. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Mie Gacoan Malang (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Pemasaran Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2020/2021)*. 7, 49–52.
- Iqbal, M., & Hermani, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk

- Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Bakoel Eskrim Cabang Tembalang). *Jurnal Ilmu Administrasi*, 9.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1. In *Manajemen Pemasaran* (Vol. 7, p. 1835).
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Martiana, R., & Apriani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkas Bitung. *The Asia Pacific Journal of Managemen*, 80(3), 391–397.
- 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>
- Maulina, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Berlian Beauty Clinic Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(3), 248. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i3.5926>
- Mu'tashim, M. I., & Slamet, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 10(2), 118–132. <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30131>
- Ofela, H., & Agustin, S. (2016). Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kebab kingabi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–15.
- Rahmawati. (2014). *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)*. 8(2), 1–9.
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. In *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Rizal, A. (2020). Buku ajar manajemen pemasaran di era masyarakat industri 4.0. In *Yogyakarta : Deepublish Publisher, 2020* ©2020 (p. 308 halaman).
- Rohaeni, Heni, Marwa, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <https://doi.org/10.53978/jd.v5i1.45>
- Sinaga, A., Sihombing, S., & Sitanggang, D. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffeenatics Medan. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 6(1), 119–144. <https://doi.org/10.54367/jrak.v6i1.855>
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. In 33. *Yogyakarta: Pustaka Baru Press*.
- Wibisono, H. B., & Achsa, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Servis Kendaraan. *Journal IMAGE* |, 9(2), 92–100.
- Wibowo, G., & Rahadhini, M. D. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Niat Beli Ulang. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 17(1), 1–9.
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *Python Cookbook*, 706.

<http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>

- Wulandari, Z., Mulyati, A., & Tjahjono, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Marketplace Shopee). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 6(1), 1–14.
- Zano, B. R., & Santoso, T. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Agora*, 7(1), 48–60.