

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Galuh Mas Karawang

Dessy Septia Azzarah, Netti Nurlenawati, Dexi Triadinda

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Buana Perjuangan Karawang
mn20.dessyazzarah@mhs.ubpkarawang.ac.id, netti.nurlenawati@ubpkarawang.ac.id,
dexidinda@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

Nowadays, many culinary businesses have emerged with various characteristics and uniqueness, accompanied by the number of restaurants that continue to appear, which can be a threat as competition becomes increasingly fierce. This research was carried out with the aim of evaluating the impact of product and service quality on customer satisfaction at Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. The research approach used was quantitative with Purposive Sampling, involving 96 respondents who were customers of the restaurant, selected using the Lemeshow formula. Hypothesis testing and multiple linear regression analysis to interpret data. From the research results, it is proven that product quality (X1) and service quality (X2) have a significant impact on customer satisfaction at Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. In addition, simultaneously, (X1) and (X2) are also very significant for increasing customer satisfaction (Y). Data analysis shows that the Adjusted R Square value reached 0.763, indicating that 76.3% of the variation in customer satisfaction at Mie Gacoan Galuh Mas Karawang can be explained by the variables of product quality and service quality provided.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

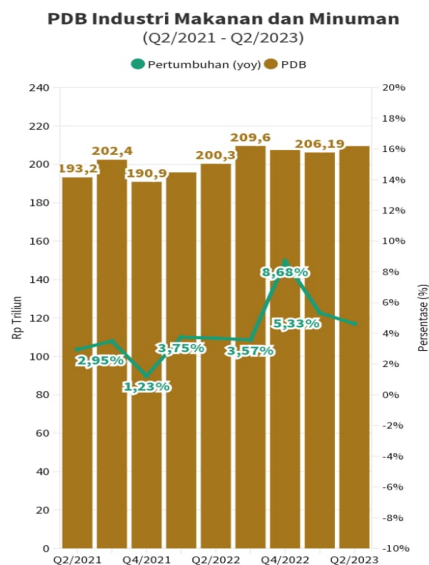
ABSTRAK

Di masa sekarang banyak bermunculan usaha kuliner dengan berbagai kekhasan dan keunikannya, diiringi dengan banyaknya restoran yang terus bermunculan dapat menjadi ancaman seiring dengan persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini dijalankan dengan maksud untuk mengevaluasi dampak kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan *purposive sampling*, melibatkan 96 responden yang merupakan pelanggan dari restoran tersebut, dipilih menggunakan rumus Lemeshow. Uji hipotesis dan analisis regresi linear berganda untuk menginterpretasi data. Dari hasil penelitian, terbukti bahwa kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. Selain itu, secara bersamaan, (X1) dan (X2) juga terlalu berarti untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Y). Analisis data menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square mencapai 0,763, mengindikasikan bahwa sebesar 76,3% variasi kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Galuh Mas Karawang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada kuartal II tahun 2023, industri makanan dan minuman (mamin) berkontribusi sebesar Rp 209,51 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dengan harga yang disesuaikan dengan inflasi. Terjadi peningkatan sebesar 4,62% berbanding dengan nilai pada tahun sebelumnya, yang berhasil meraih Rp 200,30 triliun. (Mustajab, 2023). Di masa sekarang ini banyak sekali lahir bisnis kuliner dengan berbagai macam keistimewaan dan keunikan, disertai dengan banyaknya restoran yang terus bermunculan dapat menimbulkan ancaman seiring dengan semakin ketatnya persaingan.



Sumber: Badan Pusat Statistik

Gambar 1. Data Industri Makanan Dan Minuman

Mie Gacoan terletak di Ruko Pasar Bersih Galuh Mas, Sukaharja, Telukjambe Timur, Karawang, West Java 41361. Restoran ini menawarkan beragam menu antara lain mie, dim sum, dan minuman. Mie Gacoan telah memenangkan hati banyak orang dengan cita rasa unik dan kualitasnya yang tinggi. Berdasarkan akun Instagram resmi Mie Gacoan, cabang Galuh Mas Karawang Mie Gacoan resmi dibuka pada 10 Februari 2022. Saat ini Mie Gacoan menjadi mie pedas nomor 1 di Indonesia.

Beberapa tantangan yang perlu diwaspadai oleh manajemen Mie Gacoan Galuh Mas Karawang, seperti semakin banyaknya kompetitor yang menjual produk mie pedas di Karawang. Pesaing Mie Gacoan antara lain Mie Jebew, Mie XP dan Mie Beledag. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran untuk membangkitkan minat pelanggan.

Meningkatkan kualitas produk ialah salah satu strategi untuk menyajikan fitur dan keunggulan yang membawa manfaat. Tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dapat dicapai dengan menonjolkan keunggulan, kualitas, keunikan, nilai tambah, dan manfaat yang disajikan oleh produk tersebut. (Triadinda et al., 2022).

Sebuah produk atau layanan dianggap memiliki nilai hasil tinggi bagi konsumen jika dapat memberikan kualitas yang baik dengan manfaat yang maksimal dan pengorbanan yang minimal.(Triadinda et al., 2022)

Tingkat kepuasan pelanggan dapat mengukur keistimewaan atau keunggulan kualitas produk, yang meliputi fitur-fitur produk dan layanan yang disertakan seperti metode pemasaran, pembayaran, pengiriman, dan keakuratan.(Savitri & Anggela, 2020)

Kualitas Pelayanan sebagai usaha untuk merespons kebutuhan dan permintaan pelanggan dengan mengkomunikasikan harapan mereka dengan tepat (Mukti & Pujiani, 2023). (Skawanti & Suhendar, 2022) menyatakan fokus dari kualitas pelayanan ialah untuk memenuhi keperluan dan keinginan pelanggan, serta memberikan pelayanan secara tepat guna sesuai dengan harapan mereka.

Beberapa studi sebelumnya telah menunjukkan adanya perbedaan dalam penelitian. Dalam penelitian (Triadinda et al., 2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen dari pada kualitas produk, temuan ini didukung oleh penelitian (Syah & Pratama, 2020a) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan secara simultan juga kualitas produk dan kualitas pelayanannya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, penelitian oleh (Budiarno et al., 2022) menyimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan fenomena penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan galuh Mas Karawang**”

TINJAUAN LITERATUR

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran terlibat mengidentifikasi pasar yang tepat dan mempertahankan serta meningkatkan pangsa pasar dengan cara menyampaikan dan menyebarkan nilai pelanggan yang optimal. (Khotimah, 2022).

Definisi ini mendeskripsikan bahwa manajemen pemasaran menggabungkan kreativitas dan ilmu pengetahuan untuk mengelola pasar dengan tujuan membangun, mengupayakan, dan meningkatkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.

Marketing Mix 7P

Menurut Kotler dan Keller (2018) dalam (Savitri & Anggela, 2020) Untuk mencapai tujuan pemasaran yang spesifik terhadap pasar sasarnya, perusahaan menggunakan alat khusus yang disebut bauran pemasaran. Hal ini dikenal dengan 7P dan dapat kita simpulkan bahwa bauran pemasaran jasa terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process*.

Kualitas Produk

Beragam fitur pada produk menjadi hal yang harus dicari karena kualitas produk merupakan elemen kunci yang diinginkan oleh pelanggan. (Triadinda et al., 2022).

Dalam studi yang dikutip oleh Qin *et al* dalam (Iskandar, 2022) menjelaskan bahwa dalam industri makanan dan minuman, kualitas produk memiliki empat dimensi yang sangat signifikan:

1. *Freshness* (Kesegaran) Kesegaran adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kesegaran suatu produk pangan yang dikonsumsi, meliputi rasa, tekstur, dan aromanya.
2. *Presentation* (Penyajian) Tampilan makanan adalah metode penyajian dan konsumsi makanan utuh kepada konsumen dalam suasana individual dengan skema warna yang bervariasi untuk merangsang minat mereka.
3. *Well Cooked* (Kematangan) Makanan yang baik dan bersih dimasak dan diolah untuk menjamin keamanannya sebelum dikonsumsi.
4. *Variety of Food* (Variasi Makanan) Ada banyak pilihan menu berbeda yang ditawarkan restoran untuk dipilih konsumen.

Kriteria berikut digunakan untuk mengevaluasi variabel kualitas produk, dimulai dari teori yang telah dijelaskan sebelumnya.

1. Kesegaran: Warna, Rasa, Aroma, Tekstur
2. Penyajian: Hiasan, Porsi
3. Kematangan: Suhu penyajian, Kebersihan, Tingkat memasak, Waktu memasak
4. Variasi Makanan: Inovasi, Menu, Harga, Selera

Kualitas Pelayanan

Menurut (Juliana et al., 2020) Kualitas layanan adalah evaluasi tentang sejauh mana suatu layanan memenuhi harapan pelanggan. Menurut (Triadinda et al., 2022) ada tiga macam elemen dalam kualitas pelayanan termasuk:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*) mencakup elemen-elemen seperti fasilitas fisik, peralatan, dan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*) terkait dengan kemampuan karyawan untuk memberikan jawaban yang tepat terhadap pertanyaan konsumen dan memberikan layanan dengan sikap yang ramah.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*) Daya tanggap mengacu pada kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, kemampuan mereka untuk segera menanggapi pertanyaan pelanggan, dan kesediaan mereka untuk berbagi informasi.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Robih et al., 2023) Pelanggan mengevaluasi kepuasan mereka sesuai mendapatkan dan memanfaatkan produk atau layanan tersebut, yang tercermin dalam sikap atau evaluasi mereka. (Triadinda et al., 2022) menyatakan kepuasan pelanggan akan terus maju seiring dengan peningkatan mutu layanan dan produk. dan produk.

Dimensi dan indikator kepuasan pelanggan menurut (Sumiati et al., 2023)

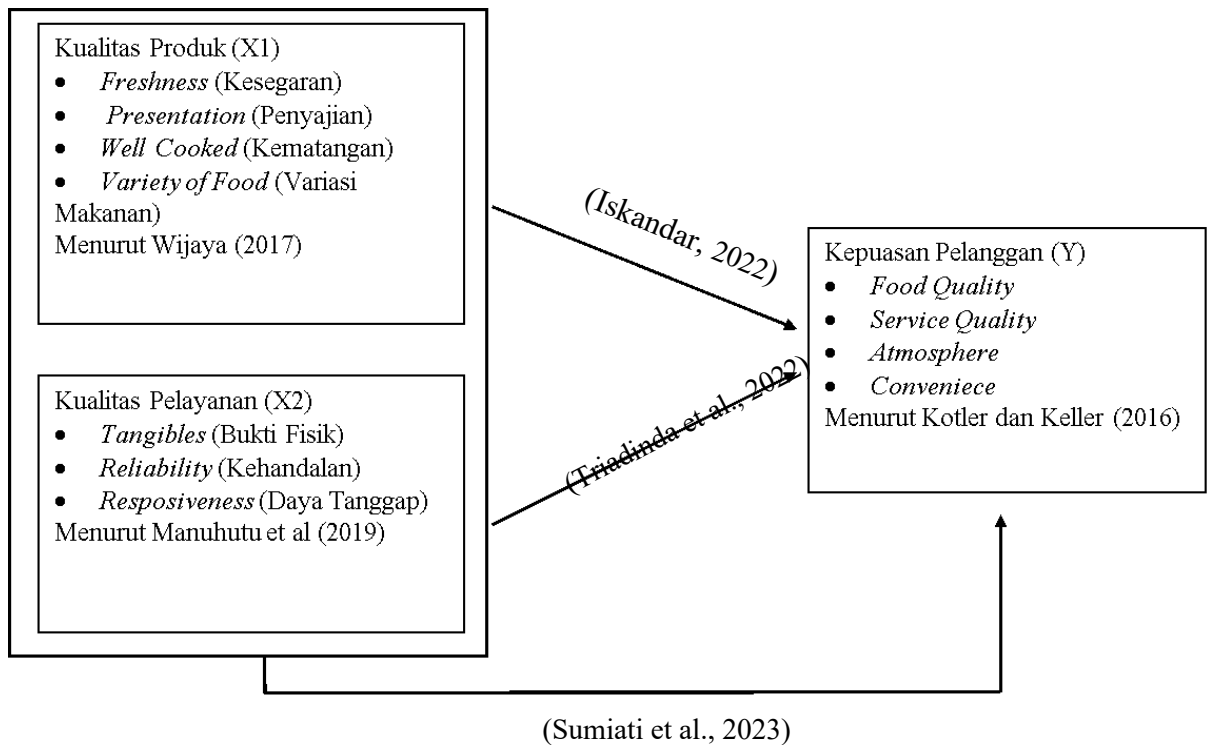
1. *Food quality* : Meliputi kualitas, cita rasa, daya tarik visual, dan kesegaran produk makanan.
2. *Service quality* : Meliputi penampilan karyawan, kepedulian karyawan terhadap pelanggan, serta keramahan dan profesionalisme manajemen dalam memberikan layanan.
3. *Atmosphere* : Termasuk kebersihan fasilitas dan kenyamanan ruang, menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan.
4. *Convenience* : Meliputi lokasi yang strategis dan kemudahan akses, mempertimbangkan jarak tempuh yang singkat bagi pelanggan.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Analisis yang dilakukan oleh (Syah & Pratama, 2020a) mengungkapkan baik kualitas produk dan kualitas pelayanan secara individu memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Holland Bakery Pamulang. Selain itu, secara bersamaan, kualitas produk dan layanan juga berpengaruh baik terhadap kepuasan konsumen.

Studi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan". (Budiarno et al., 2022) menegaskan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pemahaman teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka langkah selanjutnya merumuskan kerangka teoritis sebagai berikut:



Gambar 2 Kerangka Berpikir

Hipotesis

Berdasarkan model penelitian ini, hipotesis yang diajukan atau kesimpulan sementara sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan terhadap Mie Gacoan.
2. Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan Mie Gacoan.
3. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan Mie Gacoan.

METODE PENELITIAN

Dalam kajian ini, pendekatan kuantitatif digunakan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Jaya, 2023) pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis tertentu dengan mempelajari hubungan antar variabel yang terlibat. Ini melibatkan penggunaan instrumen penelitian untuk mengukur data, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menghasilkan hasil berupa data numerik.

Menurut (Robih et al., 2023) Populasi mengacu pada sekelompok orang atau objek yang memiliki atribut tertentu yang menjadi fokus dalam penelitian, di mana dari kelompok tersebut peneliti dapat mengambil kesimpulan. Dalam penelitian ini populasinya yaitu pelanggan Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. Penelitian ini menggunakan pengambilan *purposive sampling*.

Menurut (Robih et al., 2023) *Purposive Sampling* dengan kriteria pengunjung Mie Gacoan yang sedang membeli makanan atau minuman di Mie Gacoan Galuh Mas Karawang secara *dine in*. Peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel.

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P (1 - P)}{d^2}$$

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Z untuk tingkat kepercayaan 95% = 1,96

P = Estimasi maksimal = 0,5

d = Alpha (0,10) atau kesalahan sampel = 10%

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebesar 96 responden. Dengan demikian, data dikumpulkan dari 96 responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi langsung dan penggunaan kuesioner. Pelanggan Mie Gacoan Galuh Mas Karawang diwawancarai melalui kuesioner untuk mendapatkan pandangan mereka tentang kualitas produk, layanan, dan tingkat kepuasan, sementara observasi dilakukan untuk mengevaluasi situasi di kedai tersebut. Penelitian ini merupakan data primer, dan sumbernya pelanggan Mie Gacoan Galuh Mas Karawang.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

(Nurani et al., 2023) Analisis regresi linear berganda mengkaji keterkaitan linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_p) dengan variabel dependen (Y). Dalam persamaan regresi linear berganda, biasanya dituliskan sebagai $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$. Proses uji yang dilakukan melibatkan pengecekan normalitas, multikolinieritas, dan homoskedastisitas, analisis regresi linear berganda, dan koefisien determinasi, serta uji parsial dan uji F untuk diuji secara bersamaan.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merujuk kepada perangkat yang dipakai untuk menganalisis fenomena dalam ranah sosial dan fisik. Dalam survei ini, metode pengumpulan data kuantitatif dipilih menggunakan skala Likert. Evaluasi alat penelitian dalam studi ini mencakup dua jenis uji, yakni uji Validitas dan uji Reliabilitas.

Transformasi Data

Transformasi data bertujuan untuk mengubah data berskala ordinal menjadi data berskala interval. Transformasi data menggunakan MSI (Method of Successive Interval)

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Dalam penelitian uji normalitas bertujuan memeriksa data yang digunakan dalam analisis statistik parametrik sesuai dengan pola distribusi normal. Hal ini sangatlah penting karena metode statistik parametrik membutuhkan asumsi data yang memiliki distribusi normal untuk hasil yang akurat. Dengan memastikan normalitas data, keandalan analisis dan hasil penelitian dapat dipastikan.

B. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas yang merupakan salah satu komponen uji analisis regresi berganda untuk menentukan seberapa signifikan korelasi dalam model regresi.

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mengukuhkan apakah residu dari semua observasi dalam regresi linier menunjukkan ketidakseragaman varians. Penting untuk menguji heteroskedastisitas dalam regresi linier karena ketidakseragaman varians dapat membuat model tidak valid sebagai alat prediksi. Jika nilai p-value (Sig) > 0,05, sehingga tidak terjadi indikasi heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Mie Gacoan, yang dikenal sebagai *brand* restoran mie pedas terkemuka di Indonesia, menonjolkan kualitas produk dan layanannya yang unggul. Sebagai perusahaan anak dari PT. Pesta Pora Abadi, Mie Gacoan telah membangun reputasi yang kuat dan telah membuka beberapa cabang di seluruh Indonesia, termasuk yang terletak di Kota Karawang. Cabang Mie Gacoan Karawang, yang resmi dibuka pada 10 Februari 2022, menawarkan pengalaman kuliner yang istimewa bagi para pelanggan. Dengan lokasinya yang strategis di Jalan Galuh Mas Raya, Telukjambe Timur, Mie Gacoan menawarkan tidak hanya mie pedas yang lezat, tetapi juga layanan yang ramah dan berkualitas tinggi kepada para pengunjungnya. Dengan demikian, Mie Gacoan tidak hanya menjadi destinasi kuliner yang populer, tetapi juga menjadi pilihan utama bagi pecinta mie pedas yang menghargai kualitas produk dan pelayanannya.

Banyak data demografis diberikan oleh penulis, seperti usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Sebanyak 96 responden terlibat dalam penelitian.

A. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Sampel	Persentase (%)
Laki-Laki	21	21,9%
Perempuan	75	78,1%
Jumlah	96	100%

Tabel 1 Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan data dalam tabel 1, banyaknya sampel responden dalam penelitian ini yaitu perempuan, berdasarkan informasi yang diperoleh.

B. Responden Berdasarkan Rentang Usia

Usia	Sampel	Persentase (%)
15-20 tahun	29	30,2%
21-30 tahun	66	68,8%
41-50 tahun	1	1%
Jumlah	96	100%

Tabel 2 Responden Menurut Usia

Menurut tabel 2, mayoritas pelanggan Mie Gacoan Galuh Mas Karawang, yang berjumlah 96 orang, berusia antara 21 dan 30 tahun.

C. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Sampel	Persentase (%)
Mahasiswa	59	61,6%
Karyawan Swasta	21	21,9%
Pelajar	8	8,3%
Guru	3	3,1%
Ibu Rumah Tangga	2	2,1%
PNS	1	1%
Karyawan Pkwt	1	1%
Tidak Bekerja	1	1%
Jumlah	96	100%

Tabel 3 Responden Menurut Pekerjaan

Data di atas menunjukkan bahwa responden dominan mahasiswa.

Uji Instrumen

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berikut adalah *output* uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian menggunakan perangkat lunak SPSS 27.0 pada tahun 2023 :

Tabel 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Status	Crombach Alpha
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,767	0,361	Valid	0,916
	X1.2	0,714		Valid	
	X1.3	0,735		Valid	
	X1.4	0,812		Valid	
	X1.5	0,617		Valid	
	X1.6	0,602		Valid	
	X1.7	0,568		Valid	
	X1.8	0,638		Valid	
	X1.9	0,718		Valid	
	X1.10	0,581		Valid	
	X1.11	0,838		Valid	
	X1.12	0,795		Valid	
	X1.13	0,621		Valid	
	X1.14	0,730		Valid	
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,805	0,361	Valid	0,909
	X2.2	0,622		Valid	
	X2.3	0,760		Valid	
	X2.4	0,829		Valid	
	X2.5	0,817		Valid	
	X2.6	0,838		Valid	
	X2.7	0,790		Valid	
	X2.8	0,798		Valid	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,759	0,361	Valid	0,850
	Y.2	0,720		Valid	
	Y.3	0,721		Valid	
	Y.4	0,540		Valid	
	Y.5	0,756		Valid	
	Y.6	0,741		Valid	
	Y.7	0,826		Valid	
	Y.8	0,565		Valid	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27.0, 2023

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	2.488463
Most Extreme Differences	Absolute	0.067
	Positive	0.049
	Negative	-0.067
Test Statistic		0.067
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27.0, 2023

Dengan mempertimbangkan informasi dari tabel di atas, nilai Asymp. Sig sebesar 0,200, yang berada di atas ambang batas signifikansi 0,05. Artinya

data yang terdapat dalam gambar tersebut memiliki distribusi normal dan bisa diandalkan untuk keperluan penelitian.

B. Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	0.476	2.101
	Kualitas Pelayanan	0.476	2.101

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27.0, 2023

Dalam tabel 6, dilihat dari nilai tolerance terdapat $0,476 > 0,01$ dengan demikian tidak ada kecenderungan multikolinearitas. Dari VIF diperoleh nilainya sebesar $2,101 < 10,00$ sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah atau gejala multikolinearitas. Sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas antara kedua variabel tersebut.

C. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.755	0.829		4.53	0
	Kualitas Produk	-0.026	0.025	-0.148	-1.022	0.309
	Kualitas Pelayanan	-0.048	0.046	-0.151	-1.047	0.298

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27.0, 2023

Hasil output penelitian, didapati nilai Signifikansi (Sig) kualitas produk X1 adalah $0,309 >$ nilai ambang $0,05$, menyatakan ketiadaan heteroskedastisitas. Hal yang sama juga terjadi untuk variabel X2, di mana nilai Sig sebesar $0,298 > 0,05$, yang mengindikasikan ketiadaan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Table 8 Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2.252	1.318
	Kualitas Produk (X1)	0.373	0.40
	Kualitas Pelayanan (X2)	0.264	0.073

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27.0, 2023

Persamaan regresi berikut dapat diperoleh data berdasarkan *output* yang disajikan dalam tabel 8 di atas:

$$=2,252 + 0,373 X_1 + 0,264 X_2$$

- Nilai a sebesar 2,252 adalah nilai konstan atau dasar yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan tanpa adanya komponen tambahan seperti kualitas produk(X1) dan kualitas pelayanan(X2). Ketika tidak mengalami perubahan dalam variabel independen, tingkat kepuasan pelanggan tetap pada nilai tersebut.
- Berdasarkan koefisien regresi b1 untuk variabel X1 yaitu sebesar 0,373 maka kualitas produk dipengaruhi secara positif oleh kepuasan pelanggan. Artinya, asumsi semua faktor independen lainnya tetap konstan, peningkatan kualitas produk sebesar satu unit akan menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,373.
- Faktor regresi b2 untuk dimensi X2 sebesar 0,264 menunjukkan bahwa kualitas layanan juga mempunyai pengaruh secara positif oleh kepuasan pelanggan. Dengan demikian akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,264 dengan syarat variabel independen lainnya konstan.

Uji Hipotesis

A. Uji t (Parsial)

Table 9 Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Kualitas Produk (X1)	9.215	0.01
Kualitas Pelayanan (X2)	3.631	0.01

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27.0, 2023

Diketahui hasil kualitas produk dan layanan dalam penelitian ini memiliki dampak yang cukup signifikan pada variabel kepuasan pelanggan. Nilai t hitung untuk variabel-variabel tersebut masing-masing sebesar 9,215 dan 3,631, > nilai t tabel sebesar 1,986.

B. Uji F (Simultan)

Tabel 10 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1210.36	2	605.18	153.931	.000 ^b
Residual	365.63	93	3.932		
Total	1575.99	95			

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27.0, 2023

Rumus Ftabel $(k-1; n-k) = F(2; 94) = 3,09$, menghasilkan hasil Sig sebesar $0,00 < 0,05$ untuk pengaruh gabungan X1 dan X2 terhadap Y. Nilai F hitung adalah 153,931 yang melebihi nilai Ftabel 3,09. Dengan demikian, H3 dapat disetujui, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 ^a	0.768	0.763	1.9828

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27.0, 2023

Dari data yang diperoleh kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Adjusted R Square sebesar 0,763. Artinya sebanyak 76,3% dari validitas dan kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan yang disajikan. Sisanya sebesar 23,7% tidak dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. Ini menegaskan betapa pentingnya menjamin bahwa produk yang ditawarkan berkualitas tinggi dan layanan yang diberikan kepada pelanggan konsisten dan memuaskan, karena hal ini akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Temuan peneliti mengindikasikan bahwa kualitas produk di Mie Gacoan Galuh Mas Karawang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Signifikansi penelitian sebesar 0,00 pengaruhnya, menunjukkan bahwa hubungan ini sangat kuat dan signifikan secara statistik, jauh di bawah ambang batas yang telah ditetapkan sebesar 0,05. Selain itu, nilai t hitung mencapai $9,215 >$ nilai kritis t tabel 1,986, yang menandakan bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh Mie Gacoan Galuh Mas Karawang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pada Penelitian sebelumnya (Safitri et al., 2022) menyimpulkan bahwa kualitas produk memiliki peran krusial dalam membentuk kepuasan konsumen.

Semakin tinggi kualitas produknya, semakin besar kepuasan yang dirasakan pelanggan. Peningkatan kepuasan ini juga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Di Mie Gacoan Galuh Mas Karawang, kualitas produk berpengaruh tinggi terhadap kepuasan pelanggan dari pada kualitas pelayanan. Produk utama, seperti mie dan sambal, merupakan inti dari pengalaman makan pelanggan. Jika kualitas produk tidak sesuai harapan, pelanggan mungkin merasa tidak puas meskipun layanan ramah dan efisien. Sebaliknya, meskipun layanan baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, kualitas produk yang rendah dapat mengurangi manfaat dari layanan tersebut. Karena itu, peningkatan kualitas produk, termasuk kesegaran dan rasa yang konsisten, penting untuk memastikan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Riset ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. Dari nilai signifikansi sebesar, 0,00, yang berada di bawah batas ambang 0,05, dan uji t regresi koefisien 3,631 melebihi nilai t tabel 1,986, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan tersebut memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Studi sebelumnya (Robih et al., 2023), yang juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil uji signifikansi secara simultan melalui uji F, disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. Temuan ini diperoleh dari nilai Sig uji F sebesar 0,00, yang jauh lebih kecil dari nilai ambang batas 0,05. Dan nilai F_{hitung} sebesar 153,931, yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,09.

Yang didukung oleh penelitian sebelumnya (Syah & Pratama, 2020), menyatakan secara simultan baik kualitas produk maupun kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Mengambil kesimpulan dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan:

1. Pengaruh Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mengindikasikan peningkatan kualitas produk akan menaikkan kepuasan pelanggan.

2. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti peningkatan kualitas pelayanan akan menaikkan kepuasan pelanggan.
3. Secara simultan, baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan berpengaruh secara baik dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini memberikan perspektif berharga, di mana Mie Gacoan dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan mereka. Ini menciptakan kesempatan untuk merancang strategi perbaikan yang terfokus dan efektif.

SARAN

Beberapa rekomendasi ditawarkan sehubungan dengan penelitian yang dilakukan, termasuk:

a. Bagi Peneliti

Variabel independen seperti kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi memengaruhi kepuasan pelanggan, oleh karena itu penelitian di masa mendatang perlu diperluas. Sebagai contoh, dalam upaya meningkatkan kualitas produk, penelitian dapat fokus pada inovasi produk untuk terus melakukan riset dan pengembangan sehingga memberikan produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan preferensi pelanggan. Dalam hal harga, strategi penetapan harga yang lebih tepat dapat dipertimbangkan melalui analisis harga pesaing dan segmentasi pasar. Promosi dapat dieksplorasi melalui berbagai saluran yang efektif, seperti kampanye iklan di media sosial dan promosi penjualan di lokasi ritel. Dalam pengembangan distribusi, strategi yang optimal dapat dipelajari melalui evaluasi saluran distribusi yang ada dan identifikasi peluang ekspansi.

b. Bagi Perusahaan

Disarankan agar bisnis jasa makanan yang akan datang lebih memperhatikan kualitas produk dan jasa mereka karena hal ini akan meningkatkan kebahagiaan pelanggan. Mie Gacoan Galuh Mas Karawang perlu fokus dan menaikkan kualitas produk dan layanannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mengingat variabel hasil yang mendominasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(02), 226–233.
- Iskandar, H. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong. *Jurnal Manajemen Perhotelan*

dan Pariwisata, 4(2), 75–89.

- Jaya, K. et al. (2023). *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)* (Udianto (ed.)). Nizamia Learning Center.
- Juliana, R. E., Nurlenawati, N., & Anggela, F. P. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Body Repair Abdi Jaya Motor Karawang. *Jurnal Mahasiswa ...*, 118–132.
- Khotimah. (2022). *Khotimah: Manajemen Pemasaran (Perspektif Perilaku Konsumen)*.
- Mukti, F. X., & Pujiani, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Manahan. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 21(4), 386–392.
- Mustajab, R. (2023). *Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 4,62% pada Kuartal II/2023*. Dataindonesia.id. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-462-pada-kuartal-ii2023>
- Nurani, A. T., Setiawan, A., & Susanto, B. (2023). Perbandingan Kinerja Regresi Decision Tree dan Regresi Linear Berganda untuk Prediksi BMI pada Dataset Asthma. *Jurnal Sains dan Edukasi Sains*, 6(1), 34–43.
- Robih, O. F., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Caffe Kemala (Studi Pada Konsumen Caffe Kemala Purwasari, Karawang). *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 942–950.
- Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Sofyan Frozen. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 470–478.
- Savitri, C., & Anggela, F. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Xxx. *Buana Ilmu*, 4(2), 234–252.
- Skawanti, J. R., & Suhendar, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Raisha Butik Hotel Bogor. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 111–121.
- Sumiati, H., Nurlenawati, N., & Patricia Anggela, F. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ice Cream & Tea Mixue Di Ruko Kartika Kecamatan Klari. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5860–5872.
- Syah, A., & Pratama, A. (2020a). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA HOLLAND BAKERY PAMULANG). *Jurnal Guru Kita PGSD*, 4(3), 11.

Syah, A., & Pratama, A. (2020b). Vol. 4 No. 3 Juni 2020. (*Kharisma dan Denok, 2020*), 4(3), 11–19.

Triadinda, D., Hidayaty, D. E., & Pranata, R. M. (2022). Pengaruh Layanan Prioritas Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Btn Prioritas Cabang Malang. *Equilibria Pendidikan : Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 74–81.