



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
 Volume 7 Nomor 3, 2024
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 29/05/2024
 Reviewed : 01/06/2024
 Accepted : 21/06/2024
 Published : 24/06/2024

Yulyana Eka Sapitri¹
Hardisem Syabrus²
Ranita Fidriadi³
Serina Salsabila⁴
Shifa Zafira⁵
Firza Rahmi Yanti⁶
Lestiawati⁷

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIE GACUAN PEKANBARU

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer yaitu kuesioner dan observasi. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Pekanbaru dan mahasiswa yang menempuh pendidikan di Universitas yang ada di Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (X1) dan (X2) yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dengan variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Konsumen Mie gacoan di Pekanbaru.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan.

Abstract

This research aims to investigate the influence of product quality and service quality on consumer satisfaction at Mie Gacoan Pekanbaru. The type of research used is quantitative using primary data, namely questionnaires and observations. The population in this research is the people of Pekanbaru and students studying at universities in Pekanbaru. The sampling technique in this research is Purposive Sampling. The data analysis method in this research is multiple regression analysis because this research aims to find out whether there is an influence between the independent variables (X1) and (X2), namely product quality and service quality, with the dependent variable (Y), namely the satisfaction of gacoan noodle consumers in Pekanbaru.

Keywords: Consumer Satisfaction, Product Quality, Service Quality.

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat dalam dunia usaha di Indonesia, terutama di sektor kuliner, dipicu oleh popularitas makanan atau minuman yang sering menjadi viral setiap tahun di media sosial. Fenomena ini mendorong banyak orang untuk memanfaatkan peluang bisnis di sektor kuliner yang sedang naik daun. Bersaing di pasar kuliner yang semakin ramai ini menuntut inovasi dan variasi produk yang unik untuk dapat bersaing dan menonjol di antara para pesaing. (Pratama, A., Linzani, A., Balqis, A., Sanjaya, 2023)

Konsumsi mi instan di Indonesia terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir, terutama sejak pandemi Covid-19, yang membuat Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai konsumen mi instan terbanyak di dunia menurut World Instant Noodles Association. Pada tahun 2023, jumlah konsumsi mi instan mencapai 14,54 miliar setara 12% dari total konsumsi global. Masyarakat Indonesia menyukai mi instan sebagai alternatif pengganti nasi, meskipun Indonesia bukan produsen gandum utama. Para pelaku di dunia usaha bisnis mulai menyadari bahwa untuk mendapatkan konsumen baru dibutuhkan biaya yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Artinya

^{1,2,3,4,5,6,7}Sekolah Tinggi Teologi Kadesi Bogor
 email: afrilyanapurba@gmail.com

lebih baik perusahaan fokus menjaga kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, serta tak luput untuk mempertahankan kualitas produk yang dimiliki. (Rossitya Dwi Setyawardani, 2021)

Untuk memastikan kepuasan pelanggan, perusahaan harus fokus pada kualitas produk dan pelayanan yang disediakan. Ini bertujuan agar pelanggan percaya dan merasa puas, serta untuk memahami dengan baik kebutuhan mereka. Hubungan yang baik dengan pelanggan juga penting untuk memastikan bahwa produk dan pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan harapan mereka (Rohmawati, 2018). Evaluasi terhadap kepuasan pelanggan, seperti kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, mencerminkan sejauh mana produk atau jasa yang ditawarkan memenuhi ekspektasi pelanggan dan tujuan perusahaan. (Maulina, 2021)

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pekanbaru, Sedangkan spesifikasi masalahnya adalah seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pekanbaru baik secara parsial maupun simultan.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Mie Gacoan Pekanbaru tepatnya berada di Jalan. HR. Soebrantas No.39A Kecamatan. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan April-Mei 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Pekanbaru dan mahasiswa yang menempuh pendidikan di Universitas yang ada di Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling dengan kriteria sampel yaitu: pernah membeli dan mencoba Mie Gacoan Pekanbaru baik itu makan ditempat atau take away minimal 2 kali; berusia 17-45 tahun. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, penelitian ini dapat menemukan sampel yang mana berhubungan dengan populasi karena jumlah indikator akan dikalikan 5 atau 10 untuk menghitung jumlah sampel akan representative. (Kusumawardani & Achsa, 2023)

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer yaitu kuesioner dan observasi. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (X1) dan (X2) yaitu kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dengan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan Konsumen Mie gacoan di Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan uji t dan uji f. Uji t adalah Uji t yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Sedangkan Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. (Sutrisno & Haryani, 2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Dalam pengujian validitas digunakan alat ukur berupa bantuan program software SPSS 26. Uji validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut santoso dan Ashari (2015), suatu kuesioner dikatakan valid jika tingkat signifikansi hasil korelasi antara skor pertanyaan dengan totalnya < 0.05 . Uji validitas yang didapatkan menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang ada di kuesioner menunjukkan hasil yang valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas ini bertujuan untuk memvalidasi kemampuan alat ukur dalam menentukan suatu indikator. Uji ini menilai konsistensi hasil pengukuran ketika dilakukan pengukuran berulang pada indikator yang sama menggunakan alat ukur yang sama. Dalam teknik ini, suatu alat ukur dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6. (Arifin, 2017)

Hasil yang didapatkan setelah pengujian pada ketiga variabelnya mempunyai nilai Cronbach's alpha $> 0,60$ yang mana kualitas produk (X1) bernilai $0,849 > 0,60$, kualitas pelayanan (X2) bernilai $0,908 > 0,60$ dan kepuasan pelanggan (Y) bernilai $0,882 > 0,60$. Sehingga membuktikan kalau tiap item variabel bisa dikatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

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

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,84669114
Most Extreme Differences	Absolute	,136
	Positive	,076
	Negative	-,136
Test Statistic		,136
Asymp. Sig. (2-tailed)		,019 ^c

Tabel menampilkan sudah didapat hasil menggunakan Kolmogorov-Smirnov Ketika nilai Asymp. Sig > 0,05, sehingga dartikan residul tersebar normal begitupun sebaliknya. Dari hasil penelitian ini didapat hasil 0,019 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam suatu penelitian memiliki unsur-unsur yang sama. (I Wayan Widana & Muliani, 2020). Menurut Ghozali (2016) menyebutkan bahwa pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Pada penelitian dapat diperhatikan berdasarkan VIF, ketika angka VIF < 10 sementara angka tolerance lebih dari 0,1, bisa dimaknai tidak adanya multikolinieritas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.443	2.256
	X2	.443	2.256

Hasil uji multikolinearitas yang dilakukan dengan SPSS 26 menunjukkan variabel bebasnya sama-sama mempunyai angka tolerance yaitu 0,443 > 0,1 sedangkan angka VIF-nya 2,256 < 10. Berdasarkan hasil diartikan pada pengujian ini tidak terjadi multikolinieritas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance maupun residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual pada satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Biasanya data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran kecil, sedang, dan besar. Tingkat sig. sendiri yakni 0,05 pada saat melakukan pengujian. Jika antar variabel bebas berkolerasi oleh residu hasil Sig. < 0,05, dapat dinyatakan tidak ada terjadinya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui uji SPSS 26 didapatkan output yang membuktikan bahwa tidak terdapatnya jalinan yang signifikan antara seluruh variabel independent terhadap seluruh nilai mutlak residul yaitu nilai Sig. > 0,05 yang mana menunjukkan nilai variabel kualitas produk (X1) 0,164 > 0,05 dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) 0,977 > 0,05.

6. Analisis Regresi Berganda

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.626	4.962		.126	.900
Kualitas Produk	.695	.171	.528	4.062	.000
Kualitas Pelayanan	.211	.090	.304	2.339	.024

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen (Setiawan, 2017). Dalam penelitian ini variabel independen adalah kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan tabel uji analisis regresi linear berganda didapatkan persamaan regresi yaitu:

$$Y = 0,626 + 0,695X_1 + 0,211X_2$$

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linear berganda diatas menunjukkan, nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 0,626. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,695. Hal ini menunjukkan jika kualitas produk mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,695 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Selanjutnya nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,211. Hal ini menunjukkan jika kualitas produk mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,211 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Dengan demikian, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya kedua faktor ini dalam mempengaruhi persepsi dan evaluasi konsumen terhadap layanan dan produk yang mereka terima di Mie Gacoan Pekanbaru. Teori yang mendukung temuan ini dapat ditemukan dalam literatur manajemen pemasaran yang mengemukakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah dua elemen kunci yang memengaruhi kepuasan konsumen (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2021). Teori ini mengindikasikan bahwa konsumen cenderung memberikan penilaian positif terhadap merek atau perusahaan yang mampu menyediakan produk berkualitas tinggi dan pelayanan yang memenuhi atau melebihi harapan mereka (Anatasya & Cyasmoro, 2023). Dalam konteks penelitian ini, hasil regresi linear berganda memberikan bukti empiris yang konsisten dengan teori ini, memperkuat argumentasi bahwa investasi dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan konsumen, yang pada gilirannya berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan dan kinerja bisnis secara keseluruhan.

7. Uji Simultan (F)

Tabel 4. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1126.547	2	563.273	35.916	.000 ^b
	Residual	752.786	48	15.683		
	Total	1879.333	50			

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa

variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016).

Berdasarkan tabel uji Simultan data tersebut maka kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

8. Uji Parsial

Tabel 5. Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.626	4.962		.126	.900
Kualitas Produk	.695	.171	.528	4.062	.000
Kualitas Pelayanan	.211	.090	.304	2.339	.024

Berdasarkan tabel uji parsial (t) didapatkan hasil bahwa nilai Sig pada variabel kualitas produk (X1) adalah sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan nilai Sig pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar $0,024 > 0,05$, maka disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

9. Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.599	.583	3.960

Berdasarkan hasil ini yang telah didapatkan melalui uji SPSS 26 didapatkan hasil R Square yaitu 0,583 maka dikatakan bahwa kepuasan konsumen ada pengaruhnya akan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 58% dengan mempunyai sisa sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mie Gacoan di Pekanbaru memberikan kualitas produk yang baik dilihat dari cita rasa, tekstur mie yang selalu konsisten sehingga kepuasan konsumen meningkat. Serta sajian makanan dan minuman dihidangkan dengan baik dan sesuai dengan pesanan konsumen. Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan di mie gacoan Pekanbaru kurang begitu baik. Dengan demikian, kesimpulan penelitian variabel independen yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan serta positif terhadap kepuasan konsumen dan untuk variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk uji F (Simultan) variabel independen kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

Anatasya, A., & Cyasmoro, V. (2023). Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Hotel Maven Fatmawati Jakarta. *Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(3), 51–70.

Arifin, Z. (2017). Kriteria Instrumen Dalam Suatu Penelitian. *Jurnal Theorems (the Original Research of Mathematics)*, 2(1), 28–36.

Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis

- Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- 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. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan / Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang :Universitas Diponegoro.
- I Wayan Widana, M. P., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *PENGARUH PENGGUNAAN PASTA LABU KUNING (Cucurbita Moschata) UNTUK SUBSTITUSI TEPUNG TERIGU DENGAN PENAMBAHAN TEPUNG ANGKAK DALAM PEMBUATAN MIE KERING* (Vol. 15, Issue 1).
- 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>
- Novita Sari, W. A. (2023). *Analisis Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Produk Makanan Ringan Mente*. 2, 1434–1441.
- Pratama, A., Linzani, A., Balqis, A., Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Fasilitas Mie Gacoan Diponegoro Lampung Terhadap Kepuasan Konsumen. *Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 51–57. <https://doi.org/10.37673/jmb.v6i2.3519>
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19. <https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.418>
- Rossitya Dwi Setyawardani. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 230–239. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1.79>
- Sari, M. P., Indra, S. B., Hitam, D. A., & Gebang, K. (2024). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Selera Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Mas Hendro Didesa Air Hitam, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat*. 5(3). <https://doi.org/10.8734/musyari.v5i3.3018>
- Setiawan, B. (2017). *Teknik Hitung Manual Analisis Regresi Linear Berganda Dua Variabel Bebas*. 0–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/gd73a>
- 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>
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer’S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Wulandari, Z. P., 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.