

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIE GACOAN KARYA MEDAN

Immanuel Tarigan¹, Sabda Dian Nurani Siahaan²

Universitas Negeri Medan

e-mail: immanueltarigan25@gmail.com¹, sabda@unimed.ac.id²

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Karya Medan. Pemilihan topik ini didasari oleh pertumbuhan pesat industri kuliner di Indonesia, di mana kepuasan konsumen menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain kausal asosiatif, melibatkan 100 responden yang merupakan pelanggan Mie Gacoan Karya Medan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t-hitung sebesar 3.903 yang lebih besar dari t-tabel 1.661 dan signifikansi 0.000. Selain itu, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t-hitung 5.512. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 59% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk dan pelayanan sangat penting untuk menjaga kepuasan konsumen di Mie Gacoan Karya Medan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Mie Gacoan Karya Medan.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis kuliner di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, terlihat dari banyaknya usaha di bidang makanan dan minuman yang bermunculan. Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif dan peningkatan daya beli menyebabkan pergeseran pola konsumsi, di mana masyarakat lebih cenderung membeli makanan di tempat makan daripada memasak sendiri di rumah. Dalam konteks ini, kepuasan konsumen menjadi kunci untuk menjaga kelangsungan dan kesuksesan bisnis. Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Mie Gacoan Karya Medan, sebagai salah satu cabang dari jaringan restoran mie pedas nomor satu di Indonesia, telah berhasil menarik perhatian konsumen dengan menawarkan berbagai varian mie pedas yang menggugah selera. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga kualitas produk dan pelayanan agar tetap memenuhi harapan konsumen. Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Karya Medan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini menguji pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil dari pengolahan data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Mie Gacoan Karya Medan. Analisis dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penyajian data meliputi hasil uji validitas dan reliabilitas, uji regresi berganda, dan pembahasan berdasarkan data yang diperoleh.

Deskripsi Responden

Deskripsi responden mencakup data jenis kelamin konsumen Mie Gacoan Karya Medan.

| Identifikasi Resonden | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|-----------------------|------------------|----------------|
| Jenis kelamin | | |
| Pria | 49 | 49% |
| Wanita | 51 | 51% |
| Total | 100 | 100 |

Tabel ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebesar 55%, sementara responden laki-laki sebesar 45%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Mie Gacoan Karya Medan didominasi oleh perempuan.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen tersebut konsisten jika diukur ulang.

| Variabel | Jumlah Item | R hitung > R tabel | Cronbach Alpha | Kriteria |
|--------------------|-------------|--------------------|----------------|----------|
| Kualitas Produk | 8 | Ya | 0.875 | Reliabel |
| Kualitas Pelayanan | 5 | Ya | 0.860 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen | 5 | Ya | 0.832 | Reliabel |

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item dari ketiga variabel (X1, X2, dan Y) valid dan reliabel, dengan nilai Cronbach Alpha di atas 0,7, yang berarti kuesioner dapat digunakan untuk penelitian.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen.

| Variabel Independen | Koefisien Beta | Sig. (p-value) | Interpretasi |
|-------------------------|----------------|----------------|------------------|
| Konstanta | 7.487 | | |
| Kualitas Produk (X1) | 0,521 | 0,000 | Reliabel |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 0,396 | 0,001 | Reliabel |
| R ² | 0,672 | - | Kontribusi 67,2% |

Berdasarkan hasil analisis, variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 7.487 | 5.301 | | 1.412 | .169 |
| | KUALITAS PRODUK | .327 | .140 | .415 | 2.332 | .027 |
| | KUALITAS PELAYANAN | .109 | .079 | .244 | 1.372 | .181 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Tabel ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Koefisien untuk kualitas produk adalah 0.327, yang berarti setiap peningkatan satu unit dalam kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 32.7%. Koefisien untuk kualitas pelayanan adalah 0.109, yang

menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 10.9%. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel tersebut signifikan.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel ini menunjukkan hasil uji t untuk masing-masing variabel independen. Uji ini penting untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian dapat diterima atau ditolak.

| Variabel | t-hitung | t-tabel | Signifikansi (p) | Keputusan |
|-----------------------|----------|---------|------------------|------------|
| Kualitas Produk X1 | 3.903 | 1.661 | 0.000 | Ditolak H0 |
| Kualitas Pelayanan X2 | 5.512 | 1.661 | 0.000 | Ditolak H0 |

Tabel ini menunjukkan hasil uji hipotesis untuk kualitas produk dan kualitas pelayanan. Nilai t-hitung untuk kedua variabel lebih besar dari t-tabel, dan nilai signifikansi kurang dari 0.05, yang menunjukkan bahwa hipotesis nol (H0) ditolak. Ini berarti bahwa baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Keputusan ini mendukung pentingnya kedua faktor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kontribusi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

Tabel ini menunjukkan kontribusi masing-masing variabel terhadap kepuasan konsumen. Tabel ini penting untuk memahami seberapa besar pengaruh masing-masing variabel dalam konteks keseluruhan.

| Variabel | Kontribusi (%) |
|-------------------------|----------------|
| Kualitas Produk (X1) | 32.7% |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 10.9% |
| Total | 59% |

Tabel ini menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan kontribusi yang lebih besar (32.7%) terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan kualitas pelayanan (10.9%). Secara keseluruhan, kedua variabel ini memberikan kontribusi sebesar 59% terhadap kepuasan konsumen, menunjukkan bahwa ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Karya Medan.

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t-hitung sebesar 3.903 yang lebih besar dari t-tabel 1.661 dan signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk, seperti rasa, tekstur, dan penyajian mie, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa produk berkualitas tinggi dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk cenderung akan kembali dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t-hitung 5.512. Ini menunjukkan bahwa aspek pelayanan, seperti kecepatan, keramahan, dan responsivitas karyawan, sangat penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Penelitian ini mendukung model SERVQUAL yang menyatakan bahwa kualitas

pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat dan ramah dapat meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap Mie Gacoan.

3. Pengaruh Simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memberikan kontribusi sebesar 59% terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan. Oleh karena itu, Mie Gacoan Karya Medan perlu terus meningkatkan kedua aspek ini untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Karya Medan. Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 32.7%. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 3.903 yang lebih besar dari t-tabel 1.661 dan nilai signifikansi 0.000 ($p < 0.05$).

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 10.9%. Ini terlihat dari nilai t-hitung 5.512 yang juga lebih besar dari t-tabel 1.661 dan nilai signifikansi 0.000 ($p < 0.05$).

3. Pengaruh Simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan

Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 59% terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan.

4. Faktor Lain yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Meskipun kualitas produk dan pelayanan berkontribusi signifikan, masih terdapat 41% faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor tersebut.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Restoran Mie Gacoan Karya Medan

a. Meningkatkan Kualitas Produk

- 1) Mie Gacoan Karya Medan diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk melalui perbaikan rasa, porsi, dan tekstur makanan agar konsumen merasa puas dan ingin kembali ke restoran.
- 2) Memperhatikan kesegaran bahan makanan yang digunakan dalam penyajian untuk memastikan kualitas yang terbaik.

b. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

- 1) Mie Gacoan Karya Medan diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai keramahan, kecepatan, dan responsivitas dalam melayani pelanggan.
- 2) Menerapkan sistem umpan balik dari pelanggan untuk mengetahui area yang perlu diperbaiki dalam pelayanan.

c. Diversifikasi Menu

- 1) Menyediakan variasi menu yang lebih banyak untuk menarik minat pelanggan yang berbeda dan memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.

- 2) Alternatif Pembayaran
 - 3) Mie Gacoan Karya Medan diharapkan mampu menyediakan berbagai alternatif tipe pembayaran untuk memudahkan pelanggan dalam bertransaksi.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
 - a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti harga, promosi, dan suasana restoran.
 - b. Melakukan penelitian dengan metode yang lebih luas, seperti studi longitudinal, untuk melihat perubahan kepuasan konsumen dari waktu ke waktu.
 3. Bagi Universitas Negeri Medan
 - a. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti lain yang ingin melakukan studi lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen dalam industri kuliner.
 - b. Diharapkan penelitian ini dapat menambah sumber materi bagi pengajaran di bidang manajemen dan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, O., Sufi, T., & Kumar, S. (2023). Impact of Food and Beverage Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Retention, A Study of Five-Star Hotels. **International Journal of Professional Business Review**, 8(5), 98.
- Akbar, Muhammad. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengunjung Wisata Kampung Kidz Kota Batu). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Ali Hasan. (2010). Marketing Dari Mulut Ke Mulut. Yogyakarta: Medpress.
- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung). **Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)**, 1(2), 2745 – 2892.
- Assael, Henry. (2001). **Consumer Behaviour** (Edisi keenam). New York: Thomson Learning.
- Assauri, S. (2018). **Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)**. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2015). **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Rajawali Pers.
- Banat, A., & Wandebori, H. S. T. (2012). Store Design and Store Atmosphere Effect on Customer Sales per Visit Economics. **Management and Behavioral Sciences**, (1), 1 - 15.
- David L. Loudon; A.A. Anwar, Prabu Mangkunegara. (2009). **Perilaku Konsumen**. Bandung: Refika.
- Erdiansyah, D., & Imaningsih, E. S. (2021). Analysis of Effects of Product Quality, Promotion and Received Value Towards Customer Loyalty Through Customer Satisfaction Grab Food. **Journal of Business and Management Studies**, 3(2), 01 - 11.
- Ghozali, I. (2016). **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Manajemen Pemasaran** (12nd ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Panasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing**, 64(1), 12-40.
- Septianingrum, A. A., & Martini, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. **Jurnal Manajemen dan Bisnis**, 10(2), 123-135.
- Sudaryono, S. (2016). **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, F. (2012). **Pemasaran Jasa**. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, A. (2018). **Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan**. Jakarta: Salemba Empat