

# Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Tangerang Selatan

Mutiara Wibowo Pane<sup>1</sup>, Sampor Ali<sup>2</sup>

<sup>12</sup> Universitas Muhammadiyah Jakarta; Indonesia

correspondence e-mail\*, [mutiarawibowopane@gmail.com](mailto:mutiarawibowopane@gmail.com), [sampor.ali@umj.ac.id](mailto:sampor.ali@umj.ac.id)

Submitted:

Revised: 2024/12/09;

Accepted: 2024/12/21; Published: 2025/01/15

## Abstract

This study is titled The Effect of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction of Mie Gacoan in Tangerang Selatan. The purpose of this research is to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction of Mie Gacoan in Tangerang Selatan. This research employs a quantitative method with an associative approach. The population in this study consists of consumers who have purchased Mie Gacoan products in South Tangerang. The sampling technique used is non-probability sampling, with a sample size of 100 respondents who are Mie Gacoan consumers. The data analysis in this study is conducted using IBM SPSS 21 software. Data collection is carried out through a questionnaire distributed via Google Forms to Mie Gacoan consumers in Tangerang Selatan. The results of this study indicate that the product quality variable has a positive and significant effect on consumer satisfaction, with a partial test significance result of 0.000. Similarly, the service quality variable also has a positive and significant effect on consumer satisfaction, with a partial test significance value of 0.001. Furthermore, simultaneously, the product quality and service quality variables have a significant effect on consumer satisfaction, as shown by the F-test result with a significance value of 0.000.

## Keywords

Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

## PENDAHULUAN

Dunia bisnis yang berkembang pesat dan cepat pasti dikenal oleh semua orang.<sup>1</sup> Salah satu perusahaan yang menangani kebutuhan manusia adalah makanan.<sup>2</sup> Saat ini pertumbuhan kuliner sudah terus berkembang dan berbagai macam makanan telah dibuat dan diolah menjadi semenarik mungkin untuk memenuhi kebutuhan para konsumen.<sup>3</sup> Kualitas produk dan layanan

<sup>1</sup> Nur Afiah et al., "Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner Di Kota Makassar," *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 8, no. 4 (2022): 1257–66.

<sup>2</sup> Budi Witjaksana et al., "Increasiation Economic Management Literacy For The Community Through The Independent Entrepreneurship Program," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2024): 6207–15; Tamrin Fathoni and Syamsul Muqorrobin, "Development of the Creative Economy of the Village Karang Taruna Community Based on YouTubers and Microstokers," *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement* 5, no. 1 (2024): 61–74.

<sup>3</sup> Retno Septiana and Bangun Putra Prasetya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap

sangat penting karena konsumen akan mempertimbangkan rasa, kebersihan, ragam dan keunikannya saat membeli makanan.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini, objek restoran makanan dan minuman adalah mie gacoan. Mie gacoan adalah restoran Mie pedas nomor satu di Indonesia, yang telah membuka cabang di Tangerang Selatan. Tempat makan ini menawarkan banyak pilihan Mie termasuk mie gacoan, mie suit dan mie hompimpa, yang masing-masing memiliki tingkat kepedasan yang berbeda. Lumpia udang, udang rambutan, udang keju, pangsit goreng dan siomay adalah beberapa pilihan untuk Dimsum. Dengan harga yang terjangkau dan rasa Mie gacoan yang pedas, tidak perlu di ragukan lagi bahwa tempat ini selalu penuh dengan banyak pengunjung. Olahan Mie dan cita rasanya merupakan ciri khas Mie Gacoan yang sulit untuk dihilangkan.

Ketika Mie Gacoan ada di Tangerang selatan, mereka dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan memahami apa yang konsumen butuhkan dari produk dan layanan berkualitas tinggi. Saat ini Mie Gacoan telah memungkinkan konsumen untuk memesan makanan mereka dengan cara scan barcode menu, yang memungkinkan konsumen menghindari antrian Panjang di kasir. Antusiasme konsumen yang luar biasa sering menyebabkan konsumen harus menunggu lama untuk membeli sesuatu. Sekarang Mie Gacoan menerapkan sistem self -service, yang memungkinkan pemesanan dan membayar secara mandiri dengan memindai barcode Hal ini akan mempercepat proses pemesanan.

Selain itu bermacam-macam restoran tentu akan sangat memperhatikan kualitas pelayanannya dan membuat konsumen merasa nyaman. Loyalitas konsumen akan muncul jika perusahaan memiliki citra yang baik terhadap konsumen. Namun tidak mudah suatu usaha, terutama Mie Gacoan yang menjadi objek dari penelitian ini dalam mempertahankan kualitas pelayanannya yang membuat konsumen merasa nyaman. Mie gacoan harus menghadapi tantangan – tantangan yang salah satu contohnya adalah keluhan dari para konsumen. yang mengacu kepada beberapa outlet yang ada di Indonesia, bahwa mie gacoan mendapatkan keluhan dari beberapa konsumen yang mengatakan kalau mie gacoan terlalu lama dalam menyajikan makanannya. Selain itu beberapa konsumen juga mengatakan bahwa mie gacoan memiliki antrian yang terlalu panjang sehingga banyak konsumen tidak bisa mendapatkan tempat dengan

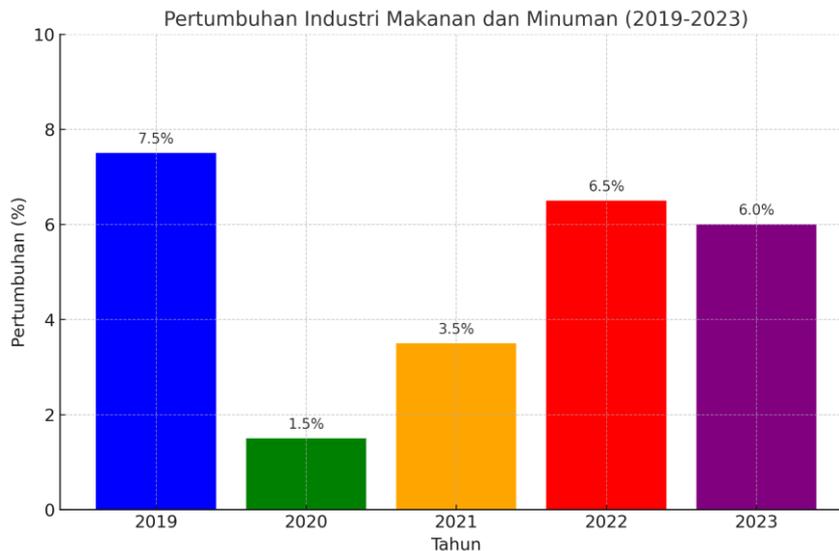
---

Kepuasan Konsumen Di Seblak Pasta Taman Siswa,” *Manajemen Kreatif Jurnal* 2, no. 2 (2024): 60–72; Martarida Bagaihing and Christina Mariana Mantolas, “Kuliner Lokal Sebagai Produk Budaya (Studi Kasus Pada On The Rock Hotel, Kupang),” in *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, vol. 4, 2021, 211–24.

<sup>4</sup> Rahmat Madjid, *Perilaku Konsumen (Edisi Revisi)* (Deepublish, 2024); Ani Mar’atul Hamidah and Ahmad Very Fadli, “Nasi Tumpang: Halal Food Dan Pendongkrak Ekonomi Masyarakat Kediri,” *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 3, no. 1 (2023): 34–55.

cepat untuk berada di outlet mie gacoan. Beberapa konsumen lain juga ada yang merasakan bahwa mie gacoan tidak memiliki konsistensi dari segi rasa, karena dari berbagai outlet yang ada itu beberapa konsumen merasakan adanya perbedaan dari segi rasa. Hal inilah yang menjadi tantangan dari segi keluhan konsumen bagi mie gacoan untuk dapat membenahi dan mengevaluasi keluhan yang diberikan oleh masyarakat terhadap mie gacoan agar mie gacoan dapat tetap menjadi pilihan utama bagi para pecinta mie pedas.

Kualitas produk akan menjadi suatu hal yang sangat amat penting didalam industri makanan dan minuman.<sup>5</sup> Kualitas produk akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang menikmati produk yang dimiliki suatu usaha. Mie gacoan yang menjadi objek dari penelitian ini bergerak dibidang industri makanan dan minuman yang sangat harus memperhatikan dari Segi kualitas produknya. Berdasarkan keluhan konsumen yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa mie gacoan tidak memiliki konsistensi dari segi rasa di berbagai Outletnya yang mengharuskan gacoan harus bisa melakukan perbaikan dari segi kualitas produknya agar keluhan konsumen yang mengenai kualitas produk dapat teratasi dengan baik kepada mie gacoan.



Gambar 1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman

Berdasarkan data yang ada pada gambar 1 dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan

<sup>5</sup> Muhammad Arsyla Rifkifadillah and Ricky Talumantak, "Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warunk Upnormal Kemang Pratama," *Jurnal Ilmiah Nasional* 4, no. 2 (2022): 1–2; Nella Fanitawati, "Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Di Dapur Putih Cafe Metro" (IAIN Metro, 2020).

industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang tinggi pada tahun 2019 namun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis karena adanya covid 19 dan pada tahun 2021 – 2023 mulai mengalami pertumbuhan kembali karena pemerintah mampu mengatasi pandemi covid 19 dengan baik yang membuat industri makanan dan minuman mulai mengalami pertumbuhan kembali Menurut <sup>6</sup> Kualitas suatu produk ditentukan oleh seberapa baik produk tersebut memenuhi tujuan yang dimaksudkan, yang dapat mencakup ketahanannya terhadap cuaca, kualitas terbaik, keandalannya, dan kemudahan pengoperasiannya. Kualitas merupakan indikator utama kemampuan suatu produk untuk memuaskan pelanggan. Ketika pelanggan memiliki kesan positif terhadap kualitas suatu produk, mereka cenderung akan membelinya, menunjukkan minat yang lebih besar untuk membelinya, dan bahkan membicarakan produk tersebut secara positif dengan orang lain. Pelanggan cenderung memberikan umpan balik yang baik dan menyarankan suatu produk kepada orang lain jika mereka sendiri merasa puas dengan produk tersebut. <sup>7</sup>.

Ketika memutuskan untuk membeli sesuatu, kualitas layanan sangatlah penting. Kenyamanan bagi pelanggan merupakan kekuatan pendorong di balik layanan yang ditawarkan perusahaan. Kualitas layanan suatu perusahaan memiliki korelasi langsung dengan tingkat kebahagiaan yang dilaporkan pelanggannya setelah membeli barang atau menggunakan layanannya.<sup>8</sup> Mempertahankan daya saing dan kelangsungan operasional bergantung pada kualitas layanan yang dapat ditawarkan perusahaan. Layanan harus fleksibel untuk memenuhi permintaan konsumen yang terus berubah. Agar tetap kompetitif, kualitas layanan sangat penting. Untuk menilai kualitas layanan, bisnis harus membandingkan penawaran mereka dengan pesaing mereka. Ini akan membantu mereka memahami harapan pelanggan dan apa yang sebenarnya mereka dapatkan. Tingkat kepuasan konsumen didefinisikan sebagai sejauh mana pengalaman mereka dengan suatu produk memenuhi atau tidak memenuhi harapan mereka. Faktor-faktor seperti kualitas layanan, kualitas produk, dan harga semuanya berperan dalam menentukan kepuasan konsumen. Memenuhi atau melampaui harapan konsumen adalah standar untuk mengukur kinerja. Pelanggan tidak senang jika mereka tidak mendapatkan apa yang mereka harapkan dari produk tersebut. Sejauh mana suatu produk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan merupakan indikator yang baik tentang seberapa puas pelanggan itu dengan

---

<sup>6</sup> Kotler & Armstrong (2020)

<sup>7</sup> (Ali et al., 2021)

<sup>8</sup> Sry Yuni Damayanti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel” (Prodi Manajemen, 2023).

produk tersebut dari waktu ke waktu.

Mie pedas memiliki banyak penggemar dan saat ini sedang mengalami peningkatan popularitas. Salah satu mi yang sedang digemari oleh generasi muda adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan, jaringan mi pedas paling populer di Indonesia, telah merambah Kota Tangsel. Kedai ini menawarkan berbagai menu, termasuk tiga varian mie, yaitu mie gacoan, mie sumpit, dan mie hompimpa, dengan pilihan tingkat kepedasan. Selain itu, ada juga pilihan dimsum seperti lumpia udang, lumpia keju, siomay, dan lainnya. Yang menarik, minuman di sini memiliki nama-nama unik yang terinspirasi dari tokoh hantu. Dengan harga yang terjangkau dan cita rasa yang pedas, Mie Gacoan selalu ramai oleh pengunjung. Kombinasi olahan mie dan rasa khasnya membuat Mie Gacoan sulit untuk ditolak.<sup>9</sup> Sejak didirikan pada awal tahun 2016, Mie Gacoan telah berkembang pesat hingga menjadi pemain dominan di pasar, khususnya di wilayah Bali, Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Jawa Barat. Dalam upayanya untuk mendominasi pasar, merek ini terus berkembang pesat. Peluncuran Mie Gacoan telah diterima dengan baik oleh konsumen dan pelaku bisnis, dan perusahaan tersebut kini melayani puluhan ribu orang setiap bulannya. Tuntutan pelanggan akan produk berkualitas tinggi dan layanan yang penuh perhatian menjadi pendorong utama keputusan Mie Gacoan untuk membuka toko di Kota Tangsel. Namun, di Mie Gacoan Tangerang Selatan masih ada masalah yang sering muncul, yaitu terbatasnya tempat pemesanan. Saat ini, terdapat hanya satu komputer atau mesin kasir untuk pemesanan menu, baik secara online maupun offline, yang mengakibatkan antrean panjang. Meski demikian, kondisi ini tidak membuat konsumen merasa bosan untuk mengunjungi Mie Gacoan Tangerang Selatan.

Menurut masyarakat, Mie Gacoan menjadi pilihan utama bagi pelajar dan mahasiswa untuk menikmati mie karena harga yang terjangkau, serta suasana tempat yang luas dan nyaman. Mie Gacoan memiliki visi untuk "menjadi merek restoran mie dengan jaringan terbesar di kelasnya." Misinya mencakup:

1. Menyediakan barang-barang berkualitas tinggi dengan harga terjangkau bagi konsumen kelas menengah.
2. Mengembangkan pengalaman yang luar biasa dan tahan lama bagi pelanggan.
3. Meningkatkan profil Indonesia di pasar makanan dan minuman global.

Tidak mengherankan jika Mie Gacoan selalu ramai pengunjung, karena menawarkan produk unggulan dengan harga bersahabat, ditambah pelayanan yang baik dan suasana nyaman,

---

<sup>9</sup> (Ali et al., 2021)

yang semuanya menarik konsumen untuk datang. Ada tiga aspek utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Sasaran utama kualitas layanan adalah memastikan bahwa layanan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan akurat sesuai harapan mereka. Tingkat pemenuhan janji layanan kepada konsumen merupakan indikator kualitasnya. Poin kedua adalah bahwa kualitas produk merupakan kondisi yang terus berubah yang dikaitkan dengan hal-hal seperti kebutuhan pelanggan baik yang eksplisit maupun implisit serta orang, proses, dan lingkungan.<sup>10</sup> Ketiga, kepuasan konsumen ditingkatkan oleh unsur-unsur promosi yang mencakup harga. Sesuai dengan keinginan mereka sendiri, konsumen menukar nilai suatu produk atau layanan dengan manfaatnya, yang disebut sebagai harga (Kotler & Keller 2020).

Tabel 1 Research Gap

No	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
1.	a. Rahmat et al. (2022) menyatakan terdapat pengaruh kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.	tidak konsistennya hasil penelitian pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
	b. kartika & Mulia (2022) menyatakan terdapat pengaruh kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.	
	a. Santoso et al. (2023), menyatakan pengaruh kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.	
	b. Yulianti et al. (2021) menyatakan pengaruh kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.	
2.	a. Putri & Anwar (2021) menyatakan terdapat kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.	tidak konsistennya hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
	b. Wahyuni & Setiawan (2022) menyatakan terdapat kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.	
	c. Priyanto & Hadi (2020) menyatakan terdapat kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.	
	d. Andriani et al. (2023) menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen	

<sup>10</sup> (Tjiptono, 2021)

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil yang bervariasi. Penelitian Rahmat et al. (2022) dan Kartika & Mulia (2022) menyatakan terdapat pengaruh kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya Santoso et al. (2023) dan Yulianti et al. (2021) menemukan hasil negatif, mengindikasikan bahwa kualitas produk mungkin tidak selalu berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen. Selain itu penelitian Putri & Anwar (2021) dan Wahyuni & Setiawan (2022) dan Priyanto & Hadi (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sementara Andriani et al. (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan adanya ketidakpastian dalam hubungan antara kualitas produk dan pelayanan dengan kepuasan konsumen, yang mengindikasikan perlunya kajian lebih mendalam dalam konteks lebih spesifik, seperti Mie Gacoan di Tangerang Selatan.

Bagian menarik dari membangun bisnis makanan yang berkembang pesat seperti Mie Gacoan adalah mempelajari elemen-elemen yang dapat meningkatkan opini publik menurut teori layanan dan kualitas produk yang seimbang sehingga dapat mempelajari bagaimana setiap variabel memengaruhi kebahagiaan pelanggan jika kita mengetahui bagaimana variabel tersebut memengaruhi. Berdasarkan hal tersebut di atas, tujuan makalah ini adalah menganalisis hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap cabang Mie Gacoan di Tangsel dan kualitas produk serta layanannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Tangerang Selatan.

## METODE

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel, yaitu kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Tangerang Selatan <sup>11</sup>. Penelitian ini bersifat asosiatif kausal, yang mengukur pengaruh kualitas produk dan layanan (variabel independen) terhadap kepuasan konsumen (variabel dependen). Metode yang digunakan adalah analisis jalur, yang memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi pengaruh langsung dan tidak langsung dari kedua variabel independen terhadap variabel dependen. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner dengan skala Likert, yang dibagikan secara daring kepada 100 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang diukur, yaitu variabel dependen (kepuasan konsumen) dan variabel independen (kualitas produk dan kualitas layanan). Kepuasan konsumen diukur melalui dimensi kualitas produk, pelayanan terhadap pelanggan, serta pengalaman dan rekomendasi, sementara kualitas produk diukur berdasarkan persepsi cita rasa, konsistensi rasa, kesesuaian harga, dan keistimewaan produk. Kualitas layanan diukur melalui tangibility (bukti fisik), reliability (keandalan), dan responsiveness (daya tanggap). Data yang diperoleh dikumpulkan melalui survei daring yang disebar kepada konsumen yang telah membeli produk Mie Gacoan di Tangerang Selatan.

Untuk memastikan kualitas data yang terkumpul, penelitian ini mengimplementasikan uji instrumen yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Selain itu, untuk menguji kelayakan model, dilakukan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji F untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel independen terhadap kepuasan konsumen, sehingga dapat disimpulkan apakah kualitas produk dan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

Tabel 2 Hasil Regresi Linear Berganda

---

<sup>11</sup> Haji Djaali, "Metodologi Penelitian Kuantitatif," 2021.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	.537	1.749		
	Kualitas Produk	.480	.099	.487	4.827
	Kualitas Pelayanan	.318	.092	.348	3.447
					.759
					.000
					.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah Penulis, 2025

Berdasarkan tabel 2 yang merupakan hasil analisis regresi linear berganda maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,537 + 0,480X_1 + 0,318X_2 + e$$

Koefisien-koefisien persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,537 mempunyai arti jika Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) bernilai 0 maka Kepuasan Konsumen (Y) memiliki nilai 0,537.
2. Koefisien regresi variabel kualitas produk memiliki arah regresi positif, dimana setiap kenaikan 1 poin pada nilai kualitas produk (X<sub>1</sub>) maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,480.
3. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan memiliki arah regresi positif, dimana setiap kenaikan 1 poin pada nilai kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,318.

Pada penelitian ini uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk (X<sub>1</sub>) dan kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi yang telah diolah penulis melalui SPSS 21:

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Tangerang Selatan (Mutiaro Wibowo Pane, Sampor Ali)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 <sup>a</sup>	.626	.618	2.765

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah Penulis, 2025

Berdasarkan tabel 3 yang merupakan hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinan atau R Square sebesar 0,626 yang berarti besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 62,6% dan sisanya sebesar 37,4% ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian.

### Uji Hipotesis

Pada penelitian ini dilakukan uji secara parsial dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu variabel independen pada penelitian ini yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara individual terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Nilai signifikansi dalam penelitian ini, yaitu 5% atau 0,05, dengan derajat kebebasan, yaitu  $df = n - k$  ( $100 - 3$ ) = 96, dan t table yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu 1,660 dapat digunakan untuk menghitung nilai statistik t tabel

Tabel 4 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	.537	1.749		.307	.759
	Kualitas Produk	.480	.099	.487	4.827	.000
	Kualitas Pelayanan	.318	.092	.348	3.447	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Diolah Penulis, 2025

Berdasarkan table 4 di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Dari perhitungan uji t diatas dapat diketahui t hitung > t tabel ( $4,827 > 1,660$ ) dengan nilai

signifikan dari variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan menerima Ha, yang berarti variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari perhitungan uji t di atas dapat diketahui  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,447 > 1,660$ ) dengan nilai signifikan dari variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan menerima Ha, yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini dilakukan uji secara simultan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen pada penelitian ini yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas layanan (X2) secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Nilai signifikan dalam penelitian ini, yaitu 5% atau 0,05, dengan derajat kebebasan, yaitu  $df = 100 - 3 - 1 = 96$ , dan F table yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu 3,09 dapat digunakan untuk menghitung nilai statistik t tabel.

Tabel 5 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1240.382	2	620.191	81.101	.000 <sup>b</sup>
Residual	741.778	97	7.647		
Total	1982.160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber: Data Diolah Penulis, 2025

Dari perhitungan uji F di atas dapat diketahui  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $81,101 > 3,09$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan menerima Ha, yang berarti variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

pada perusahaan Mie Gacoan. Berdasarkan perhitungan uji t dapat diketahui  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,827 > 1,660$ ) dengan nilai signifikan dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Yang berarti dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , dengan demikian variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan Mie Gacoan.

Ketika suatu produk memiliki kualitas yang unggul, produk tersebut dapat secara efektif memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, bahkan dalam banyak kasus mampu melampaui ekspektasi mereka. Hal ini tidak hanya memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen, tetapi juga menciptakan pengalaman yang sangat positif. Pengalaman positif ini berkontribusi pada peningkatan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan, karena mereka merasa dihargai dan mendapatkan nilai lebih dari produk yang telah mereka beli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mahira, Hadi, dan Hastiti (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di rumah dengan nilai koefisien sebesar 0,433 dan p value sebesar 0,000.<sup>12</sup>

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Mie Gacoan. Berdasarkan perhitungan uji t dapat diketahui  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,447 > 1,660$ ) dengan nilai signifikan dari variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Yang berarti dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , dengan demikian variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan Mie Gacoan.

Ketika kualitas pelayanan yang diberikan mampu memenuhi, atau bahkan melebihi, harapan konsumen, hal ini akan memberikan kesan positif yang mendalam kepada mereka. Konsumen merasa bahwa kebutuhan dan keinginan mereka telah dipenuhi dengan optimal, yang menciptakan rasa puas serta keyakinan terhadap layanan yang diterima. Pelayanan yang unggul tidak hanya menunjukkan bahwa perusahaan peduli terhadap pengalamannya, tetapi juga memberikan kepastian bahwa keputusan mereka dalam memilih produk atau layanan tersebut adalah keputusan yang tepat. Dengan demikian, konsumen tidak hanya merasa dihargai, tetapi juga lebih percaya diri dan puas terhadap pilihan mereka. Hal ini pada akhirnya

---

<sup>12</sup> Ulfa Chusnia Wahyunita, "Analisis Pengaruh Signifikan Antara Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Regresi Linear Pada UMKM Qonita Rajut," *Unistek: Jurnal Pendidikan Dan Aplikasi Industri* 10, no. 1 (2023): 1–12.

memperkuat hubungan antara konsumen dan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mentang, Ogi, dan Samadi (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,432 dan p value sebesar 0,000.<sup>13</sup>

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Konsumen**

Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Mie Gacoan. Berdasarkan perhitungan uji F dapat diketahui  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $81,101 > 3,09$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Yang berarti dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , dengan demikian variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan Mie Gacoan.

Apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan sama-sama berada pada tingkat yang tinggi, peluang konsumen merasa kecewa atau tidak puas dapat diminimalkan secara signifikan. Produk dengan kualitas unggul mampu mengurangi kemungkinan terjadinya masalah teknis, kerusakan, atau kegagalan fungsi, sehingga konsumen merasa bahwa produk tersebut dapat diandalkan dan sesuai dengan harapan mereka. Di sisi lain, pelayanan yang profesional dan responsif berperan penting dalam memastikan bahwa apabila kendala atau masalah tetap muncul, hal tersebut dapat ditangani dengan cepat dan efektif. Kombinasi keduanya menciptakan pengalaman yang mulus dan bebas hambatan bagi konsumen, di mana mereka merasa bahwa kebutuhan mereka diprioritaskan dan permasalahan yang dihadapi dapat segera diatasi tanpa kesulitan. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya mampu memenuhi harapan konsumen tetapi juga membangun rasa percaya dan kepuasan yang mendalam terhadap produk maupun layanannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri, Novitasari, Yuwono, dan Asbari (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan pada saat pandemi Covid-19 dengan nilai p value sebesar 0,000.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Jonathan J J Mentang, Imelda W J Ogi, and Reitty L Samadi, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid -19," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9, no. 4 (2021): 680–90.

<sup>14</sup> Nada Dwi Putri Dwi Putri et al., "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Journal Of Communication Education* 15, no. 1 (2021).

## Refleksi Tauhid

### Kualitas Produk

Istilah Refleksi Tauhid terkait kualitas produk dapat ditemukan dalam beberapa ayat Al-Quran yang mengajarkan prinsip-prinsip etika dan keadilan dalam berbisnis serta pentingnya memperhatikan kebutuhan dan kesejahteraan konsumen. Firman Allah SWT dalam Surah Al-Baqarah ayat 195:◌

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

“Berinfaklah di jalan Allah, janganlah jerumuskan dirimu ke dalam kebinasaan, dan berbuatbaiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”. (quran.nu.or.id. diakses pada 09 Januari 2025).

Berdasarkan tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa ayat ini menyeru kepada kaum Muslimin untuk berinfak di jalan Allah, terutama dalam perjuangan dan kemaslahatan umat. Larangan menjatuhkan diri ke dalam kebinasaan merujuk pada sikap kikir atau meninggalkan kewajiban berinfak, yang dapat membawa kehancuran. "Berbuat baiklah" mencakup amal kebaikan secara luas, termasuk dalam hubungan manusia.

Dengan merujuk pada ayat dan tafsir tersebut dapat disimpulkan untuk menekankan pentingnya infak di jalan Allah dan menghindari tindakan yang dapat membawa kebinasaan, termasuk menghasilkan suatu produk yang baik dalam segi kemanfaatan untuk orang lain.

### Kualitas Pelayanan

Istilah Refleksi Tauhid terkait kualitas pelayanan dapat ditemukan dalam beberapa ayat Al-Quran yang mengajarkan prinsip keimanan yang mendasari segala aspek kehidupan, termasuk bagaimana seseorang memberikan pelayanan dengan niat dan akhlak yang baik sebagai bentuk pengabdian kepada Allah. Firman Allah SWT dalam Surah An-Nahl ayat 90:◌

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat”.

Dalam Fi Zilalil Quran, Sayyid Qutb menekankan bahwa ayat ini adalah inti dari ajaran moral dan sosial dalam Islam. Menurutnya, perintah adil dan ihsan tidak hanya mencakup tindakan individu tetapi juga sistem sosial yang adil. Larangan terhadap perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan adalah langkah untuk menjaga harmoni dalam masyarakat.

Maka dengan merujuk pada ayat tersebut dalam konteks pelayanan, adil berarti memberikan hak yang seharusnya diterima oleh pelanggan atau orang yang dilayani, sedangkan ihsan mengacu pada memberikan pelayanan yang melebihi harapan, dengan niat ikhlas karena Allah.

### **Kepuasan Konsumen**

Istilah Refleksi Tauhid terkait kepuasan konsumen dapat ditemukan dalam beberapa ayat Al-Quran yang mengajarkan prinsip yang mengajarkan nilai keimanan, keadilan, kebaikan, tanggung jawab, dan ihsan (berbuat baik). Serta ayat tersebut menekankan bahwa setiap tindakan manusia, termasuk dalam memberikan layanan atau produk kepada orang lain, harus didasarkan pada penghambaan kepada Allah. Firman Allah SWT dalam Surah Al-Isra ayat 35:◌

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزْنًا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“Sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang paling baik dan paling bagus akibatnya.

Dalam tafsir Ibnu Katsir, ayat ini diartikan sebagai perintah untuk berlaku adil dalam menakar dan menimbang, serta tidak merugikan orang lain dalam transaksi perdagangan. Ibnu Katsir menekankan bahwa tindakan yang adil dalam muamalah (hubungan sosial dan bisnis) adalah hal yang sangat diperintahkan oleh Allah. Ayat ini mengajarkan bahwa setiap tindakan yang dilakukan harus dilakukan dengan niat yang tulus untuk memenuhi hak orang lain tanpa berkurang sedikit pun.

Dengan merujuk ayat ini dan tafsir tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam transaksi atau pelayanan, kita harus memberikan apa yang sesuai dengan hak konsumen. Tidak boleh ada pengurangan atau penipuan dalam memberikan produk atau layanan untuk memberikan rasa kepuasan antar sesama manusia.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Perusahaan Mie Gacoan. Pertama, hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk dan kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk yang disajikan oleh Mie Gacoan, semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Produk dengan cita rasa yang konsisten dan harga yang sesuai menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan

pelanggan. Kedua, hasil pengujian juga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang baik, seperti keandalan dan daya tanggap terhadap kebutuhan konsumen, Mie Gacoan mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Terakhir, hasil penelitian mengungkapkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut secara bersama-sama memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan konsumen, sehingga keduanya harus diperhatikan dan ditingkatkan untuk memastikan keberhasilan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

## REFERENCES

- Afiah, Nur, Muhammad Hasan, S Ratnah, and Nur Arisah. "Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner Di Kota Makassar." *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 8, no. 4 (2022): 1257–66.
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. "Hotel Service Quality: The Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction In Hospitality." *International Journal Of Engineering, Business And Management (Ijebm)* 5, no. 3 (2021): 14–28. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3>.
- Bagaihing, Martarida, and Christina Mariana Mantolas. "Kuliner Lokal Sebagai Produk Budaya (Studi Kasus Pada On The Rock Hotel, Kupang)." In *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 4:211–24, 2021.
- Damayanti, Sry Yuni. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Blitz Hotel." Prodi Manajemen, 2023.
- Djaali, Haji. "Metodologi Penelitian Kuantitatif," 2021.
- Fanitawati, Nella. "Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Di Dapur Putih Cafe Metro." IAIN Metro, 2020.
- Fathoni, Tamrin, and Syamsul Muqorrobin. "Development of the Creative Economy of the Village Karang Taruna Community Based on YouTubers and Microstokers." *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement* 5, no. 1 (2024): 61–74.
- Hamidah, Ani Mar'atul, and Ahmad Very Fadli. "Nasi Tumpang: Halal Food Dan Pendongkrak Ekonomi Masyarakat Kediri." *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 3, no. 1 (2023): 34–55.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. *Principles of Marketing Eight European Edition*. UK: Pearson, 2020.
- Madjid, Rahmat. *Perilaku Konsumen (Edisi Revisi)*. Deepublish, 2024.
- Mahira, Prasetyo Hadi, Heni Nastiti. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan

- Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Journal Of Communication Education* 15, no. 1 (2021): 1267–83. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>.
- Mentang, Jonathan J J, Imelda W J Ogi, and Reitty L Samadi. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9, no. 4 (2021): 680–90.
- Putri, Nada Dwi Putri Dwi, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, and Masduki Asbari. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Journal Of Communication Education* 15, no. 1 (2021).
- Rifikifadillah, Muhammad Arsyla, and Ricky Talumantak. “Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warunk Upnormal Kemang Pratama.” *Jurnal Ilmiah Nasional* 4, no. 2 (2022): 1–2.
- Septiana, Retno, and Bangun Putra Prasetya. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seblak Pasta Taman Siswa.” *Manajemen Kreatif Jurnal* 2, no. 2 (2024): 60–72.
- Tjiptono, F., & Diana, A. “Pemasaran.” *Andi Offset*, 2021.
- Wahyunita, Ulfa Chusnia. “Analisis Pengaruh Signifikan Antara Kualitas Produk Dan Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Regresi Linear Pada UMKM Qonita Rajut.” *Unistek: Jurnal Pendidikan Dan Aplikasi Industri* 10, no. 1 (2023): 1–12.
- Witjaksana, Budi, Ari Purwanti, Tamrin Fathoni, and Dita Dismalasari Dewi. “Increasiation Economic Management Literacy For The Community Through The Independent Entrepreneurship Program.” *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5, no. 4 (2024): 6207–15.