

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Cabang Gianyar

¹ I Gusti Ngurah Ary Kayama, ² I Made Budi Ari Winata, ³ Komang Viar Marzio, ^{4*} Putu Laksmita Dewi Rahmayanti

^{1,2,3,4} Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Bali

*Corresponding Author: laksmita72@gmail.com

Kata Kunci	Abstrak
<i>Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk</i>	<i>Perkembangan dan perubahan di masa pandemi saat ini berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat dan kemajuan teknologi. Adanya gaya hidup tersebut menjadi peluang bagi para pengusaha untuk menciptakan inisiatif bisnis baru khususnya perusahaan makanan dan minuman sehingga saat ini banyak berkembang perusahaan makanan khususnya di kota Gianyar. Salah satunya adalah perusahaan makanan Mie Gacoan Gianyar. Mie Gacoan merupakan salah satu usaha retail yang produk retailnya berupa olahan mie, dim sum dan minuman. Review Mie Gacoan adalah merek dagang terdaftar dari jaringan restoran mie pedas nomor satu di Indonesia, anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi. Dalam menjalankan bisnis di bidang makanan dan minuman, Perusahaan Mie Gacoan harus mencermati berbagai aspek mulai dari kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk yang mereka jual untuk lebih mengembangkan bisnis makanan dan minuman mie Gacoan.</i>
Keyword	Abstract
<i>Customer Satisfaction, Service Quality, Product Quality</i>	<i>Developments and changes during the current pandemic have an impact on changes in people's lifestyles and technological advances. The existence of this lifestyle is an opportunity for entrepreneurs to create new business initiatives, especially food and beverage companies, so that currently many food companies are growing, especially in the city of Gianyar. One of them is the food company Mie Gacoan Gianyar. Mie Gacoan is one of the retail businesses whose retail products are in the form of processed noodles, dim sum and beverages. Review Mie Gacoan is a registered trademark of the number one spicy noodle restaurant chain in Indonesia, a subsidiary of PT Pesta Pora Abadi. In running a business in the food and beverage sector, the Gacoan Noodle Company must examine various aspects ranging from customer satisfaction, service quality, and the quality of the products they sell in order to further develop the Gacoan noodle food and beverage business.</i>

PENDAHULUAN

Perkembangan dan perubahan di masa pandemi saat ini berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat dan kemajuan teknologi. Adanya gaya hidup tersebut merupakan peluang bagi para pengusaha untuk memunculkan inisiatif bisnis baru khususnya perusahaan makanan dan minuman, sehingga saat ini

banyak perusahaan makanan yang semakin berkembang, khususnya di kota Gianyar. Salah satunya adalah perusahaan makanan Mie Gacoan Gianyar. Mie Gacoan merupakan salah satu usaha retail yang produk retailnya berupa mie olahan, dim sum dan minuman. Review Mie Gacoan adalah merek dagang terdaftar dari

jaringan restoran mie pedas nomor satu di Indonesia, anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi. Dalam menjalankan bisnis di bidang makanan minuman Perusahaan Mie Gacoan tersebut harus meneliti berbagai aspek mulai dari Kepuasan pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas produk yang mereka jual guna untuk mengembangkan lagi bisnis makanan dan minuman dari Mie Gacoan.

Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah tanggapan konsumen terhadap penilaian perbedaan/konfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja produk setelah digunakan (Tjiptono, 2004). Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap produk akan mempengaruhi pola perilaku selanjutnya. (Lupiyoadi: 2006) Hal ini ditunjukkan oleh konsumen setelah melakukan proses pembelian. Jika konsumen puas, konsumen akan menunjukkan kemungkinan yang tinggi untuk menggunakan produk yang sama atau serupa lagi. Di era globalisasi, pasar bisnis menuntut setiap perusahaan makanan untuk selalu berusaha meningkatkan kepuasan pelanggan, selain itu perusahaan juga harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan menjadi perhatian utama perusahaan, agar perusahaan terus mempertahankan dan berkembang. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, diperlukan sarana dan prasarana untuk mendukung pemberian pelayanan.

Menurut Kotler (2002; 486), "kualitas layanan adalah setiap tindakan atau aktivitas yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengklaim hak kepemilikan apa pun. Sedangkan konsep Quality of Service menurut Freddy Rangkuti (2006: -26) adalah penyampaian kinerja atau tindakan yang tidak terlihat dari satu pihak ke pihak lain. Sedangkan menurut Gronroos (dalam Tjiptono dan Candra: 2007: 11), kualitas pelayanan

adalah suatu proses yang terdiri dari serangkaian kegiatan nyata yang biasanya (tetapi tidak selalu) terjadi dalam interaksi antara pelanggan dan tenaga pelayanan dan sumber daya fisik atau Properti. dan atau penyedia jasa, sebagai solusi atas permasalahan pelanggan. Produksinya mungkin atau mungkin tidak terkait dengan produk fisik. Selain kualitas pelayanan, perusahaan makanan juga perlu mengembangkan kualitas produk agar perusahaannya tidak ketinggalan.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen ke pasar untuk diperhatikan, diminta, diperoleh, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat melalui atribut produk, yaitu unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian, antara lain (merek, kemasan, garansi, pelayanan, dll.). Tjiptono F. (2001) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, kepemilikan, penggunaan, atau konsumsi konsumen, termasuk barang fisik, produk, kepribadian, tempat, organisasi dan ide atau pemikiran (Assuari, 2005). Sedangkan menurut Kotler (2001), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Mie Gacoan Cabang Gianyar, Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap Mie Gacoan Cabang Gianyar ?

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas produk

Menurut Kotler dan Keller dalam review penelitian (Lathiifa & Hapzi Ali, (2013), kualitas produk adalah keahlian suatu produk untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan pelanggan). Menurut Kotler dan Armstrong (2012:) 299), "Kualitas

produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk waktu Produk waktu digunakan, keandalan, kenyamanan, penggunaan dan perbaikan, dan nilai lain Kualitas produk dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu internal dan eksternal. titik eksternal”.

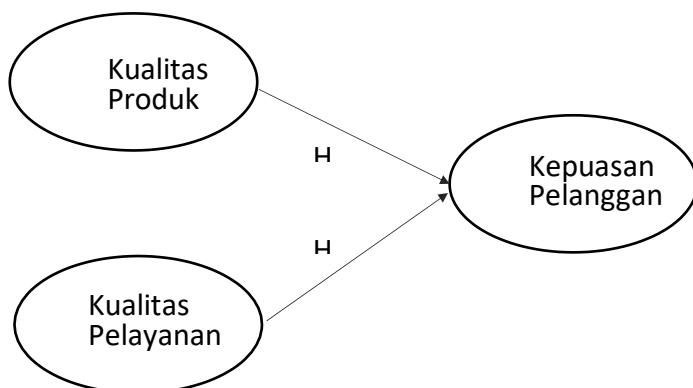
B. Kualitas pelayanan

Menurut Nanang Tasunar (2012:44) mendefinisikan “kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang dengan setia mewakili kinerja inti pelayanan, yaitu perbandingan dengan tingkat keunggulan (reliability) dan counter sales yang dilakukan oleh konsumen”. Dan menurut Tjiptono (2012:59) bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan penguasaan tingkat keunggulan untuk memuaskan keinginan pelanggan”.

C. Kepuasan pelanggan

Dan kepuasan pelanggan adalah kunci dari retensi pelanggan, sebagaimana Kotler (2017:18) menyatakan “perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dituju dengan kinerja yang diharapkan. Dan seperti yang dikatakan oleh Yazid (2012:55), “Kepuasan pelanggan adalah tidak adanya perbedaan antara harapan yang Anda miliki dan kinerja yang sebenarnya diterima. Jika harapan tinggi, sedangkan kinerja buruk, kepuasan tidak akan tercapai (pelanggan mudah frustrasi. Sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, kepuasan akan meningkat.”.

KERANGKA KONSEPTUAL



METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian pendekatan kuantitatif karena data pada penelitian ini merupakan data kuantitatif yang peneliti peroleh dengan mengumpulkan data dengan cara melakukan penyebaran kuesioner/instrumen penelitian kepada pelanggan Mie Gacoan Cabang Gianyar. Sementara itu, sumber data yang digunakan digunakan peneliti yaitu data primer. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Mie Gacoan Cabang Gianyar. Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda. Oleh karena itu, peneliti membatasi jumlah sampel yang digunakan hingga 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan angket dan penelitian kepustakaan. Dalam penelitian ini digunakan SPSS 25.0 sebagai alat analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dalam penelitian ini menjabarkan kriteria dari 50 responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan Terakhir, dan Pekerjaan secara rinci karakteristik responden disajikan pada table 3.

No	Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah Responden (orang)	Presentase Responden (%)
1	Jenis Kelamin	Laki – Laki	23	46,0
		Perempuan	27	54,0
Jumlah			50	100
2	Usia	15 - 24 Tahun	47	94,0
		25 - 34 Tahun	1	2,0
		35 - 44 Tahun	2	4,0
		Keatas		
Jumlah			50	100
3	Pendidikan Terakhir	Diploma	24	48,0
		Pasca Sarjana	1	2,0
		Sarjana	17	34,0
		SMK/SMA	8	16,0
Jumlah			50	100
4	Pekerjaan	Karyawan Swasta	1	2,0
		Mahasiswa Pelajar	45	90,0
		Pegawai Negeri Sipil	2	4,0
		Wiraswasta	1	2,0
		Lain – lain	1	2,0
		Jumlah		

Pada Tabel 3 dapat dilihat pelanggan yang dominan berjenis kelamin perempuan dibandingkan Laki-laki yakni 27 orang atau 54,0 persen. Hal ini memberikan makna bahwa pengguna pelanggan yang berjenis kelamin lebih banyak produk makanan dari Mie Gacoan Cabang Gianyar. Pelanggan berusia 15-24 Tahun merupakan yang paling banyak diantara yang lainnya yakni 47 orang atau 94,0 persen. Fenomena ini menyatakan bahwa pelanggan yang berusia 15-24 tahun paling banyak menikmati produk Mie Gacoan secara langsung.

Dalam penelitian ini responden jika dilihat dari segi Pendidikan terakhir pelanggan, pelanggan dengan Pendidikan terakhir adalah diploma yang mana jumlahnya 24 atau 48,0 persen.

Berdasarkan pekerjaan pengguna yang paling banyak mendominasi adalah Mahasiswa/ I dan pelajar dengan jumlah 45 orang atau 90,0 persen. Bahwa orang yang merupakan pelajar atau mahasiswa paling banyak makan gacoan.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS 25.0, analisis ini untuk menguji pola hubungan yang mengungkapkan pengaruh variabel atau seperangkat variabel terhadap variabel lainnya, baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung. Analisis ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut.

- 1) Merumuskan hipotesis dan persamaan struktur

Untuk perhitungan koefisien jalur dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 25.0.

Hasil dari persamaan struktur 1 disajikan pada Tabel 4.

Berdasarkan hasil Tabel 4 maka persamaan struktur 1 adalah sebagai berikut:

Persamaan Struktur 1

$$Y_1 = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_1$$

$$Y_1 = 0,550 X_1 + 0,271 X_2 + e_1$$

$$\varepsilon_1 (\text{error}_1) = \sqrt{1 - R^2}$$

$$= \sqrt{1 - 0,626}$$

$$= 0,611$$

Tabel 8 Hasil Uji Pengaruh Langsung

Variabel	Standardized Coefficients	Std. Error	t hitung	Sig. uji t
(Constant)		0,398	2,367	0,022
Kualitas Produk (X1)	0,550	0,0169	3,346	0,002
Kualitas Pelayanan (X2)	0,271	0,133	1,651	0,106
R Square	0,626			
F Statistik	39,274			
Signifikansi Uji F	0,000			

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis ε_1 dan ε_2 maka dapat dihitung koefisien determinasi total sebagai berikut :

$$R^2_m = 1 - (\varepsilon_1)^2 = 1 - (0,611)^2$$

$$= 1 - (0,373) = 0,626$$

Nilai determinasi total sebesar 0,626 mempunyai arti bahwa sebesar 62,6 persen variasi

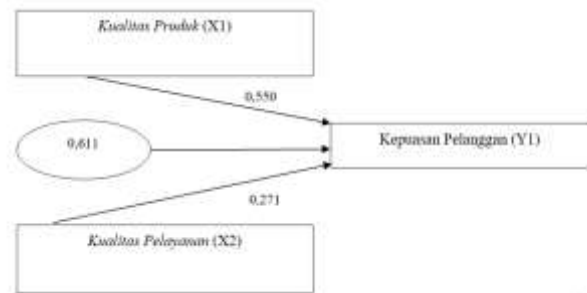
Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variasi *Kualitas produk*, *Kualitas Pelayanan*.x

(1) Pengaruh langsung (*direct effect*)

- a) Pengaruh variabel *Kualitas Produk* (X1) terhadap *kepuasan* (Y1):

$$X_1 \rightarrow Y_1 = \square mx_1 = 0,550$$

- b) Pengaruh variabel *Kualitas Pelayanan* (X2) terhadap *kepuasan* (Y1): $X_2 \rightarrow Y_1 = \square mx_2 = 0,271$



Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *Kualitas Produk* terhadap *Kepuasan Pelanggan Instagram* di *Kota Denpasar*

Tujuan yang pertama dari penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh *Kualitas Produk* terhadap *Kepuasan Pelanggan* di *Mie Gacoan Cabang Gianyar*. Hasil perhitungan pada Tabel 4.17 menemukan tingkat signifikansi *Kualitas Produk* sebesar $0,002 < 0,05$, dengan nilai beta 0,550 maka dapat dikatakan bahwa *Kualitas Produk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Kepuasan Pelanggan* di *Mie Gacoan Gianyar*. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa nilai – nilai yang terkandung dalam *Kualitas Produk* mampu dipersepsikan dengan baik dan berdampak nyata terhadap *Kepuasan Pelanggan* di *Mie Gacoan Gianyar*. *Kepuasan Pelanggan* yang diukur berdasarkan indikator: *Spesifikasi Produk*, *Tampilan Produk*, *Produk yang menarik*, dan *Produk yang bermutu* terbukti mampu meningkatkan *Kepuasan Pelanggan* di *Mie Gacoan Gianyar* yang diukur berdasarkan indikator terpenuhinya harapan, pengalaman memuaskan, rasa senang dan puas. Hasil penelitian ini sesuai dengan rumusan hipotesis yang menyatakan bahwa *Kualitas Produk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Kepuasan Pelanggan* di *Mie Gacoan Gianyar* yang artinya semakin tinggi *Kualitas Produk* yang dirasakan maka *Kepuasan Pelanggan* di *Mie Gacoan Gianyar* semakin tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan rumusan hipotesis yang menyatakan bahwa *Kualitas Produk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Kepuasan Pelanggan* di *Mie Gacoan cabang Gianyar* yang artinya

semakin tinggi *Kualitas Produk* yang dirasakan maka Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan cabang Gianyar semakin tinggi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putro, S. W. (2014).

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Cabang Gianyar.

Tujuan yang kedua dari penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh social value terhadap kepercayaan pengguna Instagram di Kota Denpasar. Hasil perhitungan pada Tabel 4.17 menemukan tingkat signifikansi Kualitas Pelayanan sebesar $0,106 < 0,05$, dengan nilai beta 0,271, maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Gianyar. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa nilai – nilai yang terkandung dalam Kualitas Pelayanan belum mampu dipersepsikan dengan baik dan berdampak nyata Kepuasan Pelanggan Di mie Gacoan cabang Gianyar. Hal ini dikarenakan Kualitas Pelayanan di Mie gacoan dengan seluruh cabang yang ada di bali sama memiliki yang sama dan dari nilai data deskripsi diatas memang kualitas pelayanan cukup tinggi dibandingkan dengan Kualitas produk yang sangat tinggi diukur berdasarkan indikator: Keandalan, daya tanggap, dan empathy yang terbukti belum mampu meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Gianyar yang diukur berdasarkan indikator terpenuhinya harapan, pengalaman memuaskan, rasa senang dan puas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan rumusan hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki berpengaruh positif tetapi belum signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Di mie Gacoan cabang Gianyar. Apabila semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang dirasakan maka Kepuasan Pelanggan Di mie Gacoan cabang Gianyar semakin tinggi. Hasil penelitian ini belum mendukung penelitian yang dilakukan oleh Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian ini memberikan beberapa kesimpulan bahwa rumusan hipotesis secara keseluruhan belum berpengaruh signifikan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif tetapi belum signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan pelayanan di Mie Gacoan seluruh cabang memiliki pelayanan yang sama dan apabila semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan wisatawan akan semakin tinggi. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini berarti semakin baik produk dari Mie Gacoan Cabang Gianyar maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Harapannya hasil penelitian ini mampu dijadikan salah satu bentuk evaluasi sederhana untuk dapat meningkatkan aspek-aspek yang dinilai masih perlu dilakukan perbaikan oleh pihak Mie Gacoan Cabang Gianyar, misal kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan / pengunjung, produk yang ditawarkan, maupun hal lain yang belum peneliti amati pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarawati, I. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(01), 40-49.
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 395-404.
- Sembiring, I. J., & Suharyono, A. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonalds MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).

- Antarinia, C., & Syahputra, S. (2022). Perspektif Baru di Era Society 5.0: Wawasan dari Data Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi*, 13(1), 99-111.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- Zakaria, D. G., & Suwitho, S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(4).
- Diarso, D., & Chaerudin, C. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(17), 86-98.