

Analisis Empiris Dampak Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Cikarang

Hanif Samara¹, Novanti Dinar Maharani², Aghi Amalia Ningsih³, Zein Ichwan Hidayat⁴, Muhammad Abdullah^{5*}

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika,

⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri

Corresponding author: muhammad.mau@nusamandiri.ac.id

Diterima: 14 Oktober 2024 Direvisi : 22 Maret 2025 Disetujui : 31 Juli 2025

ABSTRACT

Purpose. This study aims to examine the influence of service quality and product quality on customer satisfaction at Mie Gacoan in Cikarang and to examine the causal relationship between these variables.

Methods. This study employed a quantitative approach with purposive sampling, involving respondents residing in Cikarang and having consumed Mie Gacoan. Data were collected through questionnaires and analyzed using statistical methods to test the hypotheses.

Findings. The results of multiple linear regression analysis indicate that service quality and product quality contribute significantly to customer satisfaction at Mie Gacoan in Cikarang City. Both variables have a very strong relationship with customer satisfaction, both partially and simultaneously. This finding is supported by statistical test results, which show that service and product quality together can explain a large portion of the variation in customer satisfaction. Therefore, it can be concluded that improving service and product quality will have a direct impact on increasing customer satisfaction.

Implication. This study recommends practical steps to improve customer satisfaction at Mie Gacoan Cikarang. Consistent service can be maintained through adherence to standard operating procedures (SOPs), coordination between staff, and regular management evaluations. Furthermore, food durability needs to be improved through the use of fresh ingredients and kitchen training. Friendly, prompt service, and maintaining food quality and restaurant cleanliness are also crucial for a pleasant customer experience and encouraging repeat visits..

Keywords. Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Cikarang, serta melihat hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel tersebut.

Metode. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling, melibatkan responden yang berdomisili di Cikarang dan pernah mengonsumsi Mie Gacoan. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis.

Hasil. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Kota Cikarang. Kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang sangat kuat dengan

kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini diperkuat oleh hasil uji statistik yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan produk akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan konsumen.

Implikasi. Penelitian ini merekomendasikan langkah praktis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cikarang. Konsistensi pelayanan dapat dijaga melalui kepatuhan terhadap SOP, koordinasi antarstaf, serta evaluasi rutin oleh manajemen. Selain itu, daya tahan makanan perlu ditingkatkan dengan penggunaan bahan baku segar dan pelatihan dapur. Pelayanan yang ramah, cepat, serta menjaga kualitas makanan dan kebersihan restoran juga penting agar pengalaman pelanggan menyenangkan dan mendorong kunjungan ulang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

1. Pendahuluan

Industri kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan perubahan gaya hidup, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penetrasi media sosial yang mendorong tren konsumsi di luar rumah. Salah satu pelaku bisnis yang menonjol dalam industri ini adalah Mie Gacoan, sebuah merek restoran dengan konsep makanan pedas yang digemari oleh berbagai kalangan, khususnya anak muda. Di tengah popularitas tersebut, persaingan dalam industri kuliner menjadi semakin ketat. Untuk mempertahankan eksistensinya, perusahaan tidak hanya dituntut menyediakan makanan yang menarik secara rasa dan tampilan, tetapi juga memberikan kualitas pelayanan yang mampu menciptakan pengalaman positif bagi konsumen.

Mie Gacoan telah menjadi salah satu merek kuliner yang digemari oleh berbagai kalangan. Dengan konsep makanan pedas yang unik serta pilihan menu yang menarik, Mie Gacoan mampu menarik perhatian masyarakat. Namun, seiring dengan popularitasnya tentunya membuat persaingan dalam industri kuliner semakin ketat. Banyaknya restoran dengan konsep serupa memaksa setiap bisnis untuk fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan mereka guna menjaga kepuasan pelanggan (Wahyuni et al., 2024). Kota Cikarang punya posisi sebagai kota industri dan memiliki populasi yang padat (Sulaeman et al., 2024), tentunya akan menyediakan peluang yang besar bagi riset ini untuk mengeksplorasi hubungan antara kualitas pelayanan maupun kualitas produk bagi kepuasan pelanggan Mie Gacoan. Meskipun banyak penelitian telah dilakukan dalam konteks restoran dan industri kuliner lainnya, masih terdapat kesenjangan riset yang khusus membahas hubungan ini di Mie Gacoan Cikarang yang menghadapi tantangan unik dalam persaingan pasar lokal. Selain itu, kota Cikarang yang dikenal sebagai tempat nongkrong untuk bermacam golongan, mulai dari kalangan anak sekolah, mahasiswa, pekerja maupun ibu rumah tangga (Putra et al., 2024) pasti akan menawarkan konteks yang relevan untuk analisis ini. Riset ini bertujuan untuk menganalisis besarnya efek kualitas pelayanan serta kualitas produk bagi kepuasan konsumen Mie Gacoan Cikarang.

Penelitian mengenai hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan dalam konteks industri makanan cepat saji dan restoran. Misalnya, penelitian oleh Kusumawardani & Achsa (2023) di Mie Gacoan Magelang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan produk secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 76,8%. Sementara itu, Azzarah et al. (2024) menemukan pengaruh yang signifikan antara dua variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Karawang. Meskipun demikian, belum banyak studi yang secara spesifik meneliti konsumen Mie Gacoan di Kota Cikarang, sebuah wilayah yang memiliki karakteristik demografis dan budaya konsumsi yang berbeda, terutama sebagai kawasan industri dengan keberagaman sosial-ekonomi yang tinggi. Oleh karena itu,

terdapat gap riset terkait keterbatasan studi yang membahas secara empiris pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Cikarang. Padahal, memahami dinamika konsumen di wilayah ini sangat penting untuk perumusan strategi bisnis yang kontekstual.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Kota Cikarang, baik secara parsial maupun simultan. Secara khusus, penelitian ini berupaya mengukur sejauh mana kontribusi kedua variabel tersebut dalam memengaruhi persepsi dan loyalitas pelanggan. Temuan yang dihasilkan diharapkan dapat memberikan pandangan praktis bagi manajemen Mie Gacoan dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk, sehingga berdampak pada peningkatan kepuasan, loyalitas, dan daya saing di pasar lokal. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mengisi kekosongan literatur terkait industri kuliner di wilayah Cikarang, serta menjadi referensi strategis bagi pelaku bisnis sejenis dalam merancang upaya peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian pemasaran jasa dan perilaku konsumen melalui bukti empiris dari konteks lokal yang belum banyak diteliti. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh manajemen Mie Gacoan maupun perusahaan kuliner lainnya sebagai dasar evaluasi dan penyusunan strategi pemasaran serta peningkatan manajemen kualitas dalam menghadapi persaingan industri yang semakin kompetitif.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mengacu pada tingkat di mana layanan yang disediakan oleh perusahaan dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Kualitas dianggap tercapai ketika kemauan dan ekspektasi pelanggan dipenuhi dengan tepat. Dalam mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan fokus memastikan keseimbangan mengenai hal apa yang diinginkan oleh pelanggan dan layanan yang disediakan (Jannah et al., 2024). Menurut (Tjiptono & Chandra, 2020) kualitas pelayanan terdiri dari beberapa indikator, yaitu reliabilitas, responsivitas, jaminan (*assurance*), empati, dan bukti fisik (*tangibles*).

Kualitas Produk

Ketika suatu perusahaan memasarkan produk dengan nilai tambah yang tidak dimiliki oleh pesaing dan menjadi sebuah keunggulan tersendiri bagi para pelanggannya, konsep inilah yang didefinisikan sebagai kualitas produk. Meski produk dengan desain menarik atau unggul tidak selalu menjamin kualitas yang lebih baik, hal ini tetap bergantung pada kesesuaian dengan kebutuhan dan preferensi pasar (Firmansyah, 2019). Menurut pandangan (Daga, 2017) kualitas produk terdiri dari beberapa indikator utama, yaitu bentuk (*form*), ciri-ciri produk (*features*), kinerja (*performance*), ketepatan/kesesuaian (*conformance*), ketahanan (*durability*), keandalan (*reliability*), kemudahan perbaikan (*repairability*), gaya (*style*), dan desain (*design*).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan aspek fundamental dalam bisnis yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan terkait produk atau layanan. Hal ini mencerminkan respon emosional yang dialami pelanggan selama pengalaman konsumsi, yang dapat mengarah pada perasaan puas atau kecewa, serta evaluasi jangka panjang terhadap kualitas yang ditawarkan. Pelanggan yang merasa puas cenderung untuk melakukan pembelian kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat mendukung reputasi dan perkembangan perusahaan (Tjiptono & Chandra, 2020). Indikator kepuasan pelanggan terdiri atas kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Indrasari, 2019).

Formulasi Hipotesis

Hipotesis 1: Faktor Kualitas Pelayanan Memberikan Pengaruh Bagi Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Cikarang Secara Parsial

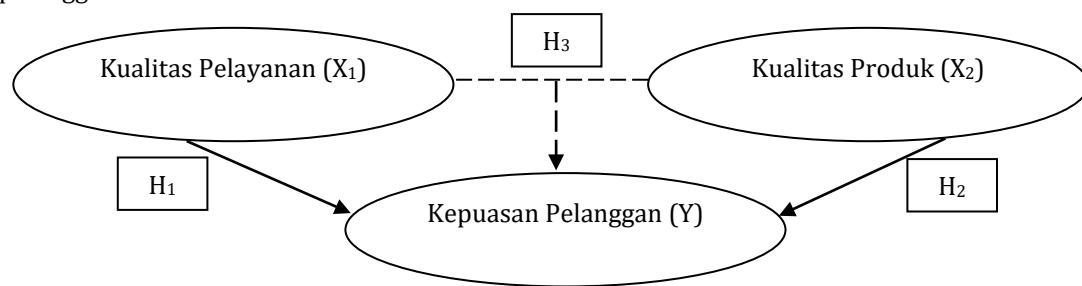
Kualitas layanan merupakan elemen penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan, mencerminkan seberapa baik sebuah perusahaan dapat memenuhi harapan dan menjawab kebutuhan konsumen. Dengan meningkatkan kualitas layanan, perusahaan tidak hanya dapat menciptakan kepuasan pelanggan tetapi juga mempertahankan dan bahkan meningkatkan loyalitas pelanggan serta membangun hubungan jangka panjang yang positif (Pamungkas et al., 2024). Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan disebabkan pelayanan yang baik, terutama dalam hal responsivitas dan standar layanan lainnya memainkan peran penting dalam memenuhi harapan pelanggan. Selain itu, penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana konsumen akan betul-betul mempertimbangkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu merek sebelum memutuskan untuk membeli produk atau layanan (Purwadi et al., 2024).

Hipotesis 2: Faktor Kualitas Produk Memberikan Pengaruh Bagi Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Cikarang Secara Parsial

Produk berkualitas tinggi berkontribusi secara meyakinkan bagi kepuasan pelanggan, karena kualitas yang baik tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen tetapi juga menciptakan pengalaman yang memuaskan. Sangat penting bagi perusahaan untuk menjamin bahwa produk yang mereka tawarkan memenuhi standar kualitas yang tinggi (Purwanto et al., 2024). Krusial bagi perusahaan untuk mempertahankan standar kualitas produk guna menjaga reputasi tetap positif di mata pelanggan. Responsif terhadap kualitas produk menjadi faktor kunci untuk meraih keunggulan kompetitif, perusahaan harus secara tanpa henti memperbaiki dan mengoptimalkan kualitas dari produk agar pelanggan merasa puas dan membuat mereka terus melakukan pembelian (Saputra et al., 2024).

Hipotesis 3: Faktor Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Memberikan Pengaruh Bagi Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Cikarang Secara Simultan

Konsumen di industri kuliner tidak hanya fokus pada kualitas makanan, tetapi juga pada kualitas layanan ketika memilih tempat makan. Karena hal itulah, perusahaan yang beroperasi dalam penjualan makanan harus memastikan bahwa mereka menawarkan baik produk maupun layanan yang berkualitas. Hal ini menjadi fundamental untuk menarik pelanggan dan menciptakan kepuasan yang berkelanjutan (Sejagad et al., 2024). Bahkan dalam riset dari kepuasan para pelanggan Mie Gacoan di wilayah Pekanbaru oleh (Sapitri et al., 2024) mengemukakan pelayanan yang berkualitas dan produk yang berkualitas memberikan pengaruh hingga 59.9% bagi kepuasan pelanggan disana.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Riset Analisis Empiris Dampak Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Cikarang

Sumber: Pemodelan oleh peneliti (2025)

3. Metode Penelitian

Riset ini menerapkan metode dengan aspek kuantitatif karena berfokus pada populasi atau sampel yang spesifik. Data dikumpulkan menggunakan alat penelitian dan selanjutnya dianalisis secara matematis atau statistik untuk menguji hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas pelayanan serta kualitas produk bagi kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Cikarang. Oleh karena itu, populasi penelitian dibatasi pada penduduk yang tinggal di wilayah Cikarang. Sampel diadopsi dari teknik *purposive sampling* (Fauzy, 2019) dengan kriteria responden yang berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Cikarang, dan telah mengonsumsi Mie Gacoan setidaknya 1-2 kali dalam sebulan terakhir. Jumlah responden ditentukan menggunakan rumus *Lemeshow* (Mukhid, 2021). Metode analisis data dalam penelitian ini menggabungkan konsep statistik deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Temuan riset menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih tinggi daripada nilai r tabel (Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono et al., 2021).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Kuesioner	r hitung	r tabel	Kesimpulan
X _{1.1}	0.743	0.201	Lolos validitas
X _{1.2}	0.740	0.201	Lolos validitas
X _{1.3}	0.754	0.201	Lolos validitas
X _{1.4}	0.810	0.201	Lolos validitas
X _{1.5}	0.782	0.201	Lolos validitas
X _{1.6}	0.797	0.201	Lolos validitas
X _{1.7}	0.772	0.201	Lolos validitas
X _{1.8}	0.743	0.201	Lolos validitas
X _{1.9}	0.786	0.201	Lolos validitas
X _{1.10}	0.699	0.201	Lolos validitas
X _{2.1}	0.814	0.201	Lolos validitas
X _{2.2}	0.812	0.201	Lolos validitas
X _{2.3}	0.815	0.201	Lolos validitas
X _{2.4}	0.743	0.201	Lolos validitas
X _{2.5}	0.703	0.201	Lolos validitas
X _{2.6}	0.751	0.201	Lolos validitas
X _{2.7}	0.735	0.201	Lolos validitas
X _{2.8}	0.814	0.201	Lolos validitas
X _{2.9}	0.821	0.201	Lolos validitas
Y _{1.1}	0.789	0.201	Lolos validitas
Y _{1.2}	0.765	0.201	Lolos validitas
Y _{1.3}	0.787	0.201	Lolos validitas
Y _{1.4}	0.797	0.201	Lolos validitas
Y _{1.5}	0.863	0.201	Lolos validitas
Y _{1.6}	0.831	0.201	Lolos validitas

Sumber: Data oleh peneliti (2025)

Uji Reliabilitas

Dalam riset ini, uji reliabilitas menunjukkan nilai daripada *Cronbach Alpha* yang melebihi 0.70, sehingga data dapat dianggap andal dan layak dipertanggungjawabkan kebenarannya (Napitupulu et al., 2021).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	
0.958	25

Sumber: Data oleh peneliti (2025)

Uji Normalitas

Data pada riset ini memperoleh asumsi normalitas karena nilai signifikansi asimtotik lebih tinggi dari 0.05 (Vikaliana et al., 2022),

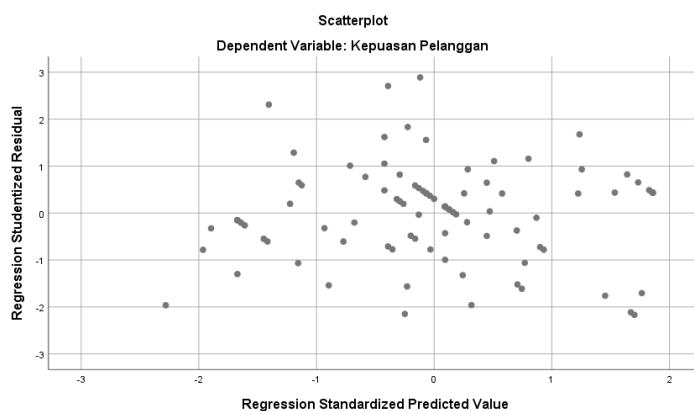
Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Test Statistic	0.081
Asymp. Sig. (2-tailed)	.130 ^c

Sumber: Data oleh peneliti (2025)

Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil gambaran grafik *scatter plot*, nampak jika titik-titik menyebar pada sumbu Y serta pada angka 0 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat kondisi heteroskedastisitas (Widana & Muliani, 2020).



Gambar 2. Hasil Scatter Plot

Sumber: Data oleh peneliti (2024)

Uji Multikolinearitas

Penelitian ini tidak menemukan gejala multikolinearitas, yang ditandai dengan nilai toleransi yang lebih tinggi daripada 0.10 dan nilai VIF dibawah 10 (Hamid et al., 2019).

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	0.501	1.997
	Kualitas Produk	0.501	1.997

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data oleh peneliti (2025)

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients		
		β	Std. Error
1	(Constant)	1.776	1.312
	Kualitas Pelayanan	0.097	0.044
	Kualitas Produk	0.503	0.048

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data oleh peneliti (2025)

Persamaan yang tertera dalam tabel 5 dapat dinyatakan sebagai $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$ yang direduksi menjadi $Y = 1.776 + 0.097 X_1 + 0.503 X_2$. Ini menandakan jika tingkat kepuasan pelanggan tanpa

mempertimbangkan faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah sebesar 1.776. Selanjutnya, koefisien 0.097 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu unit pada faktor kualitas pelayanan tentu berkontribusi bagi kepuasan para pelanggan senilai 0.097. Demikian pula, kenaikan satu unit pada kualitas produk akan memberikan sumbangsih untuk kepuasan pelanggan senilai 0.503.

Analisis Korelasi Dan Determinasi

Pada riset ini, ada keterkaitan yang sangat kuat dan berarti antara faktor kualitas pelayanan serta kualitas produk kepada kepuasan pelanggan karena nilai R adalah 0.871. Selain itu, kontribusi faktor kualitas pelayanan dibarengi dengan kualitas produk bagi kepuasan seorang pelanggan mencapai 75.90%.

Tabel 6. Hasil Analisis Korelasi Dan Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 ^a	0.759	0.753	1.77494
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Data oleh peneliti (2025)

Analisis Uji Parsial

Nilai t hitung dari variabel kualitas pelayanan tercatat senilai 2.224, sedangkan untuk kualitas produk senilai 10.425, keduanya melebihi nilai t tabel yang berada pada angka 1.986. Kondisi ini menunjukkan bahwa dugaan yang mengemukakan jika kualitas pelayanan disertai kualitas produk secara parsial berpengaruh bagi kepuasan pelanggan konsumen Mie Gacoan di kota Cikarang dapat diterima.

Tabel 7. Hasil Analisis Uji Parsial

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.353	0.179
	Kualitas Pelayanan	2.224	0.029
	Kualitas Produk	10.425	0.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan			

Sumber: Data oleh peneliti (2025)

Analisis Uji Simultan

Dalam penelitian ini, nilai F hitung adalah 146.158, sementara itu nilai F tabel adalah 3.094 yang mengindikasikan bahwa faktor kualitas pelayanan disertai kualitas produk secara signifikan berdampak simultan bagi kepuasan pelanggan Mie Gacoan di kota Cikarang.

Tabel 8. Hasil Analisis Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	920.918	2	460.459	146.158	.000 ^b
	Residual	292.988	93	3.150		
	Total	1213.906	95			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Data oleh peneliti (2025)

Pembahasan Faktor Kualitas Pelayanan Bagi Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Cikarang Secara Parsial

Kualitas pelayanan adalah aspek menonjol yang memengaruhi kepuasan pelanggan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen. Dalam menghasilkan pengalaman yang memuaskan dan membina hubungan yang positif, perusahaan

harus menyeimbangkan antara harapan dan kenyataan (Hikmah et al., 2024). Pandangan ini mendapat dukungan dari (Hanan et al., 2024) yang menyampaikan jika mutu pelayanan memainkan peran krusial dalam menentukan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang unggul berkontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan, sementara pelayanan yang kurang memadai cenderung menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Secara khusus riset ini menunjukkan bahwa konsumen di kota Cikarang puas terhadap kualitas layanan yang diperoleh dari staf Mie Gacoan Cikarang, terutama pada aspek bukti fisik (*tangibles*). Responden mengungkapkan bahwa staf *outlet* Mie Gacoan Cikarang selalu membersihkan meja makan setelah pengunjung meninggalkan meja mereka, tentunya hal ini menjadi bukti fisik layanan prima dari Mie Gacoan Cikarang yang menjaga higienitas restoran mereka.

Pembahasan Faktor Kualitas Produk Bagi Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Cikarang Secara Parsial

Kualitas produk punya determinasi yang sangat besar dalam menciptakan pelanggan yang puas. Produk atau jasa yang kualitasnya superior tidak hanya memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi juga bisa menciptakan pengalaman positif akan meningkatkan loyalitas mereka (Abdullah, 2024). Hal senada juga diungkap oleh riset dari (Pratama et al., 2023) yang meneliti kepuasan konsumen Mie Gacoan di kota Lampung bahwa dalam industri makanan, kepuasan konsumen terhadap kualitas dari produk sangat berdampak bagi perilaku pembelian. Temuan spesifik dalam riset kali ini menunjukkan bahwa responden menyatakan kepuasan mereka terhadap kualitas produk di Mie Gacoan Cikarang. Hal ini disebabkan oleh kesesuaian (*conformance*) antara pesanan dilakukan responden dan produk yang diterima, yang sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kesesuaian tersebut mendorong rasa puas dan kepercayaan terhadap Mie Gacoan Cikarang yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pembahasan Faktor Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Bagi Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Kota Cikarang Secara Simultan

Kualitas produk, seperti konsistensi ukuran, estetika, dan kebersihan makanan, serta beragamnya menu, menjadi faktor dominan yang meningkatkan kepuasan pelanggan (Kusumawardani & Achsa, 2023). Pentingnya aspek produk maupun layanan berkualitas juga didukung oleh riset dari (Azzarah et al., 2024) terhadap konsumen Mie Gacoan di kota Karawang, bahwa dampak dari kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu berkontribusi 76.8% dalam mewujudkan kepuasan pelanggan Mie Gacoan. Kondisi khusus dalam riset ini memberikan temuan berharga bahwa responden Mie Gacoan kota Cikarang memiliki kepuasan tertinggi pada indikator minat berkunjung kembali yang artinya responden pasti akan berkunjung kembali ke Mie Gacoan *outlet* Cikarang di masa depan.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Aspek keterwakilan sampel muncul jadi keterbatasan karena penelitian ini hanya melibatkan 96 responden dari wilayah Kota Cikarang. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya mampu memperluas jumlah sampel dengan variasi yang lebih luas dan meningkatkan persentase responden dari wilayah tersebut. Selain itu, penggunaan teknik *non-probability sampling* membatasi kemampuan untuk menggeneralisasi temuan. Untuk studi di masa depan, penggunaan teknik sampel acak dengan jumlah responden yang lebih besar sangat dianjurkan. Selain itu, fokus pada riset kali ini hanya pada pengujian variabel kualitas pelayanan serta kualitas produk kepada kepuasan pelanggan. Penelitian mendatang diharapkan dapat menambah jumlah variabel eksogen yang diteliti dan menerapkan analisis jalur (*path analysis*) untuk menyelidiki faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Kota Cikarang, sehingga menjadi rujukan yang lebih komprehensif bagi para peneliti lain.

6. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Kota Cikarang. Pelanggan menunjukkan kepuasan tinggi pada aspek kebersihan layanan dan kesesuaian produk, namun masih ditemukan kelemahan pada konsistensi pelayanan dan daya tahan produk. Untuk itu, Mie Gacoan perlu memperkuat SOP, meningkatkan koordinasi antar staf, serta menjaga kesegaran dan standar penyajian makanan. Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya pengawasan kualitas secara menyeluruh demi menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Studi ini juga berkontribusi secara orisinal dalam literatur pemasaran jasa kuliner lokal, khususnya dalam mengidentifikasi faktor spesifik yang membentuk pengalaman pelanggan di industri makanan cepat saji.

Daftar Pustaka

- Abdullah, M. (2024). Konstruk Loyalitas Konsumen Mobil Merek Hyundai Ditinjau Dari Aspek-Aspek Yang Menyertainya. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 9(1), 60-82. <https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika/article/view/4459>
- Azzarah, D. S., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 5653-5669.
- Azzarah, D. S., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Galuh Mas Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 5653-5669.
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan. *Global Research and Consulting Institute*.
- Fauzy, A. (2019). Metode Sampling. Universitas Terbuka.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., Akmal, Y., & Iddris, J. (2019). *Analisis Jalur dan Aplikasi SPSS Versi 25*. CV. Sefa Bumi Persada.
- Hanan, E. N., Silviana, D. A., Noorend, F. M., & Abdullah, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek Wilayah Jakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 17(1), 235-249.
- Hikmah, W. R., Wijaya, J. A., Hidayah, A. A., Syaputra, R. A., & Abdullah, M. (2024). Perspektif Kepuasan Pelanggan PT. Arrazi Ghirah Medika: Peran Fundamental Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Mewujudkannya. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 42-54.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jannah, Z., Yuniar, R., Asih, W. F., & Abdullah, M. (2024). Mengungkap Faktor Kunci Yang Membentuk Keputusan Pembelian Konsumen Lahap Chicken. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 9(1), 84-97. <https://doi.org/https://doi.org/10.33474/jimmu.v9i1>
- Kusumawardani, B. H., & Achsa, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Magelang. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 3(1), 148-161.
- Kusumawardani, B. H., & Achsa, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Magelang. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 3(1), 148-161.
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. CV. Jakad Media Publishing.
- Napitupulu, R. B., Simanjuntak, T. P., Hutabarat, L., Damanik, H., Harianja, H., Sirait, R. T. M., & Tobing, C. E. R. L. (2021). *Penelitian Bisnis, Teknik Dan Analisa Dengan SPSS-STATA*.

Eviews. Madenatera.

- Pamungkas, N. C., Prasetyo, G., Elsandi, R., Faridayanti, A. D., & Abdullah, M. (2024). Fasilitas Dan Pelayanan Berkualitas: Fondasi Kepuasan Pelanggan PT. Kramat Djati Asri Sejati. Manajemen: Jurnal Ekonomi USI, 6(2).
- Pratama, A., Linzani, A., Balqis, A., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Fasilitas Mie Gacoan Diponegoro Lampung Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 6(2), 51–57.
- Purwadi, A. R., Yasinta, K. D., Yerinda, D., Aurelien, R., & Abdullah, M. (2024). Analisis Elemen Kunci Brand Equity Citilink pada Wilayah Tangerang: Evaluasi Mendalam dalam Konteks Industri Penerbangan. Jurnal Manajemen Dirgantara, 17(2), 374–395.
- Purwanto, E. O., Abdullah, M., Chandrasari, A., & Puspita, R. (2024). Honda and It's Dominance in Indonesia: The Unforgettable Key to Customer Satisfaction. Jurnal Ekonomi, 13(02), 301–315.
- Putra, A. J., Tawakal, M. I., Christianto, M., Firmansyah, R. B., & Widodasih, R. R. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Pengembangan Usaha Hotmie Jababeka Cikarang Ditinjau Dari Aspek Hukum, Aspek Pasar & Pemasaran, Aspek Teknik/Produksi Dan Aspek Manajemen. Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan, 14(8).
- Sapitri, Y. E., Syabrus, H., Fidriadi, R., Salsabila, S., Zafira, S., Yanti, F. R., & Lestiwati, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Pekanbaru. Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP), 7(3), 8204–8209.
- Saputra, S., Vereysita, S., Gouwtami, M., Andayani, T. L. M., & Abdullah, M. (2024). Dinamika Minat Beli Konsumen: Peran Kualitas Produk Dan Promosi Yang Efektif Di Shopee. Manajemen: Jurnal Ekonomi USI, 6(2).
- Sejagad, B. B., Trisna, M. A. T., & Hidayat, S. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 4(2), 316–326.
- Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono, J. W. K., Irvana Arofah, Besse Arnawisuda Ningsi, E. S., & Ratni Purwasih, S. (2021). Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS. CV. Pena Persada.
- Sulaeman, S., Nuraini, Y., & Bandarsyah, D. (2024). Penanaman Modal Asing Dan Dampak Industrialisasi Di Cikarang Tahun 1974-1998. Historia: Jurnal Pendidik Dan Peneliti Sejarah, 7(1), 61–72.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). Pemasaran Strategik. Domain, Determinan, Dinamika. ANDI.
- Vikaliana, R., Pujianto, A., Mulyati, A., Fika, R., Ronaldo, R., Reza, H. K., Ngii, E., Dwikotjo, F., Suharni, & Ulfa, L. (2022). Ragam Penelitian Dengan SPSS. Tahta Media Group.
- Wahyuni, F. E., Amanda, D. Z., Amelia, A. N., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Mie Gacoan: Inovasi Menu, Pemasaran, Dan Pelayanan Pelanggan Untuk Pertumbuhan Usaha Yang Berkelanjutan. WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 1(3), 16–21.
- Widana, W. I., & Muliani, L. P. (2020). Uji Persyaratan Analisis. Klik Media.