

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan pada Mahasiswa di Jakarta Barat

Fajari Wulan Suci^{1*}, Henny Armaniah²

Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Email: fajariwulan29@gmail.com¹, henny.hah@bsi.ac.id²

Korespondensi penulis: fajariwulan29@gmail.com*

Abstract. *Mie gacoan is a fast-growing Indonesian food and beverage company. The word 'gacoan' is derived from the Javanese word meaning a mainstay. This research aims to investigate the effect of service quality and price on the satisfaction of gacoan noodle customers on students in West Jakarta. The research method used a quantitative approach by spreading questionnaires to 96 respondents through a purposive sampling method and making observations to evaluate service quality. This analysis shows that service quality and price have a significant positive influence on customer satisfaction. individually, service quality has a significance value of 0.000 with a T_{hitung} value of 6,670 and price has a significance value of 0.009 with a T_{hitung} value of 2,650. Simultaneously, the F_{hitung} value of 46,202 with a significance of 0.000, this shows a significant influence from both variables. In conclusion, there is a positive and significant effect of service quality and price on the satisfaction of gacoan noodle customers on students in west jakarta, both individually and simultaneously. These findings provide insight for restaurant owners to improve marketing strategies and customer service. By understanding these factors, restaurants can more effectively attract and retain customers.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Price, Service Quality*

Abstrak. Mie Gacoan merupakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman, mie gacoan sebuah waralaba restoran asal Indonesia yang sedang berkembang pesat. Kata 'gacoan' berasal dari bahasa Jawa yang berarti andalan. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan mie gacoan pada mahasiswa di jakarta barat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebar kuesioner kepada 96 responden melalui metode *purposive sampling* dan melakukan observasi untuk mengevaluasi kualitas pelayanan. Analisis ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,000 dengan nilai T_{hitung} 6,670 dan harga memiliki nilai signifikansi 0,009 dengan nilai T_{hitung} 2,650. Secara simultan, nilai F_{hitung} sebesar 46,202 dengan signifikansi 0,000, ini menunjukkan pengaruh signifikan dari kedua variabel. Kesimpulannya, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan mie gacoan pada mahasiswa di jakarta barat, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memberikan wawasan bagi pemilik restoran untuk meningkatkan strategi pemasaran dan layanan pelanggan. Dengan memahami faktor-faktor ini, restoran dapat lebih efektif menarik dan mempertahankan pelanggan.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, harga, Kualitas Pelayanan

1. LATAR BELAKANG

Secara umum, pemasaran merupakan aktivitas dimana bisnis memperkenalkan dan menjual produk atau jasa kepada konsumen. Pemasaran salah satu kegiatan terpenting bagi perusahaan untuk menjaga keberlangsungan usaha, baik produk perusahaan maupun jasa. Hal ini dikarenakan pemasaran merupakan salah satu kegiatan bisnis perusahaan yang memiliki hubungan langsung dengan konsumen.

Mie Gacoan merupakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman, mie gacoan sebuah waralaba restoran asal Indonesia yang sedang berkembang pesat. Usaha ini di dirikan pada awal tahun 2016 di Kota Malang dan telah membuka cabang di berbagai daerah

yang ada di Indonesia, terutama di Jakarta Barat. Mie gacoan di bawah naungan PT Pesta Pora Abadi, pendiri dan CEO mie gacoan adalah Anton Kurniawan.

Kata 'gacoan' berasal dari bahasa Jawa yang berarti andalan. Gerai mie gacoan berukuran cukup luas dengan harga produk yang terjangkau, sehingga membuat konsumen mie gacoan sebagian besar berusia muda. Dengan konsep modern dan inovatif, mie gacoan menawarkan pengalaman yang berbeda dengan mengedepankan kualitas bahan baku, inovasi rasa, serta pelayanan yang memuaskan.

Kualitas layanan secara umum mengacu pada tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Kualitas layanan didefinisikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan serta ketepatan waktu dalam memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas bidang bisnis dapat mempengaruhi perusahaan seperti kepuasan pelanggan. Pentingnya kualitas layanan dan keterjangkauan tidak hanya terletak pada kecepatan dan efisiensi, namun juga pada keramahan staf dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dalam dunia bisnis, harga merupakan salah satu aspek penting yang harus ditetapkan dengan banyak pertimbangan. Penetapan harga yang tepat dapat menjaga daya saing di pasar bisnis. Harga juga merupakan nilai yang ditukarkan untuk mendapatkan keuntungan dari produk atau jasa tersebut. Harga yaitu berfungsi sebagai mekanisme ekonomi dengan memakai penawaran yang bisa didistribusikan di antara pelanggan. Harga mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi perilaku konsumen yang berdampak pada volume penjualan. Jika pendapatan penjualan perusahaan meningkat sehingga jumlah sumber daya manusia yang dipekerjakan akan meningkat juga.

Pada saat yang sama, harga kompetitif yang sepadan dengan nilai yang diterima dari pelanggan juga sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Sebagai salah satu perusahaan yang terkemuka di industri restoran, memahami dampak kedua faktor ini terhadap kepuasan pelanggan sangat penting agar *memorable restoran* dapat terus berkembang dan tetap kompetitif.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran seberapa puas atau sangat puas pelanggan terhadap produk dan layanan yang diterimanya dari suatu perusahaan. Kepuasan ini terjadi ketika harapan dan ekspektasi pelanggan terpenuhi atau terlampaui.

Kepuasan pelanggan penting karena berdampak langsung pada reputasi perusahaan dan kesuksesan bisnis jangka panjang. Perusahaan yang dapat menjaga kepuasan pelanggan cenderung memiliki pelanggan yang loyal dan rekomendasi pelanggan yang positif.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut (Millah & Suryana, 2020), “menyebutkan bahwa Kualitas layanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas tidak berwujud yang terjadi sebagai hasil interaksi antara konsumen dan karyawan atau penawaran bisnis. Penyedia layanan bertujuan untuk memecahkan masalah konsumen”.

Harga

Menurut Husein Umar dalam kutipan (Syahidin & Adnan, 2022), “menyatakan bahwa harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan atau yang dikeluarkan atas produk atau jasa oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan”.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Yurianto & Dewi, 2021), “menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah terpenuhinya kebutuhan, keinginan, serta harapan konsumen pada suatu produk atau layanan sebagai hasil dari penampilannya. Pelanggan akan menjadi pembeli setia yang berulang-ulang ketika harapan dan persyaratan mereka terpenuhi dengan memuaskan”.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah *non probability sampling* dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Sampel yang diambil berjumlah 96 responden dengan pemilihan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan subjektif penelitian, bukan secara acak. Sedangkan *Purposive sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang sering digunakan dalam suatu penelitian. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan dan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Persyaratan dan kriteria tersebut meliputi, kriteria spesifik (usia dan jenis kelamin), kemampuan memberikan informasi yang valid, *aksesibilitas*, keterlibatan subjek, kesediaan berpartisipasi dalam penelitian yang dipilih sebagai sampel. Sampel yang ada pada riset ataupun penelitian ini adalah mahasiswa yang membeli produk mie gacoan di wilayah jakarta barat.

Untuk itu peneliti menggunakan rumus *unknown population*. Rumus ini digunakan untuk sampel yang tidak diketahui populasinya dengan tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95%.

$$n = \left(\frac{Z\alpha.\sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

- n = Jumlah responden atau ukuran sampel
 Z_{α} = Derajat koefisien 1,96
 σ = Standar deviasi 0,25
e = Kesalahan yang diinginkan atau persentase kesalahan pengambilan sampel yang dapat diterima sebesar 0,05 atau 5%.

Cara perhitungan sampel :

$$n = \left(\frac{(1,96) \times (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ (dibulatkan)}$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penyebaran kuesioner penelitian, terdapat 96 jawaban dari mahasiswa yang menjadi responden. Informasi dalam kuesioner mencakup informasi pribadi yaitu usia, jenis kelamin, serta nama mahasiswa yang berkampus di jakarta barat. Dalam penelitian ini kuesioner yang terdiri dari lima puluh pernyataan dibagi menjadi tiga kelompok untuk mengukur tiga variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan kepuasan pelanggan (Y). setelah responden menyelesaikan survei, jawaban mereka akan diproses dan diuji menggunakan versi IBM SPSS 22.

Kualitas Data

- a. Hasil uji validitas :

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)

| Kualitas Pelayanan (X_1) | | | |
|------------------------------|----------------|---------------|------------|
| Item Pernyataan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
| X1.p1 | 0,382 | 0,2006 | Valid |
| X1.p2 | 0,513 | 0,2006 | Valid |
| X1.p3 | 0,434 | 0,2006 | Valid |
| X1.p4 | 0,331 | 0,2006 | Valid |
| X1.p5 | 0,311 | 0,2006 | Valid |
| X1.p6 | 0,386 | 0,2006 | Valid |
| X1.p7 | 0,432 | 0,2006 | Valid |
| X1.p8 | 0,229 | 0,2006 | Valid |
| X1.p9 | 0,581 | 0,2006 | Valid |
| X1.p10 | 0,546 | 0,2006 | Valid |
| X1.p11 | 0,627 | 0,2006 | Valid |
| X1.p12 | 0,417 | 0,2006 | Valid |
| X1.p13 | 0,358 | 0,2006 | Valid |
| X1.p14 | 0,436 | 0,2006 | Valid |
| X1.p15 | 0,310 | 0,2006 | Valid |
| X1.p16 | 0,400 | 0,2006 | Valid |
| X1.p17 | 0,480 | 0,2006 | Valid |
| X1.p18 | 0,394 | 0,2006 | Valid |
| X1.p19 | 0,462 | 0,2006 | Valid |
| X1.p20 | 0,351 | 0,2006 | Valid |

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, uji validitas kualitas pelayanan (X_1) diketahui hasil dari $R_{hitung} > R_{tabel}$ yaitu 0,2006. Oleh karena itu, dapat ditentukan bahwa setiap item pernyataan adalah valid dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Harga (X_2)

| Harga (X_2) | | | |
|---------------------------------|-----------------------|----------------------|-------------------|
| Item Pernyataan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
| X2.p1 | 0,355 | 0,2006 | Valid |
| X2.p2 | 0,583 | 0,2006 | Valid |
| X2.p3 | 0,416 | 0,2006 | Valid |
| X2.p4 | 0,267 | 0,2006 | Valid |
| X2.p5 | 0,343 | 0,2006 | Valid |
| X2.p6 | 0,471 | 0,2006 | Valid |
| X2.p7 | 0,530 | 0,2006 | Valid |
| X2.p8 | 0,315 | 0,2006 | Valid |
| X2.p9 | 0,440 | 0,2006 | Valid |
| X2.p10 | 0,327 | 0,2006 | Valid |
| X2.p11 | 0,292 | 0,2006 | Valid |
| X2.p12 | 0,201 | 0,2006 | Valid |
| X2.p13 | 0,591 | 0,2006 | Valid |
| X2.p14 | 0,551 | 0,2006 | Valid |

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, uji validitas variabel harga (X_2) diketahui hasil dari $R_{hitung} > R_{tabel}$ yaitu 0,2006. Oleh karena itu, dapat ditentukan bahwa setiap item pernyataan adalah valid dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

| Kepuasan Pelanggan (Y) | | | |
|-------------------------------|-----------------------|----------------------|-------------------|
| Item Pernyataan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
| Y.p1 | 0,395 | 0,2006 | Valid |
| Y.p2 | 0,480 | 0,2006 | Valid |
| Y.p3 | 0,408 | 0,2006 | Valid |
| Y.p4 | 0,471 | 0,2006 | Valid |
| Y.p5 | 0,525 | 0,2006 | Valid |
| Y.p6 | 0,260 | 0,2006 | Valid |
| Y.p7 | 0,554 | 0,2006 | Valid |
| Y.p8 | 0,551 | 0,2006 | Valid |
| Y.p9 | 0,478 | 0,2006 | Valid |
| Y.p10 | 0,219 | 0,2006 | Valid |
| Y.p11 | 0,540 | 0,2006 | Valid |
| Y.p12 | 0,514 | 0,2006 | Valid |
| Y.p13 | 0,512 | 0,2006 | Valid |
| Y.p14 | 0,459 | 0,2006 | Valid |
| Y.p15 | 0,496 | 0,2006 | Valid |
| Y.p16 | 0,495 | 0,2006 | Valid |

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, uji validitas variabel kepuasan pelanggan (Y) diketahui hasil dari $R_{hitung} > R_{tabel}$ yaitu $0,2006$. Oleh karena itu, dapat ditentukan bahwa setiap item pernyataan adalah valid dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

b. Hasil uji reliabilitas :

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas X_1 , X_2 , dan Y

| Variabel | Nilai <i>Cronbach's alpha</i> | Sig. | Keterangan |
|------------------------------|-------------------------------|-------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X_1) | 0,740 | 0,600 | Reliabel |
| Harga (X_2) | 0,618 | 0,600 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,728 | 0,600 | Reliabel |

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Dari hasil uji reliabilitas di atas dapat disimpulkan bahwa setiap item pada masing-masing variabel dianggap reliabel (konsisten). Secara spesifik. Kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar $0,740 > 0,600$, harga (X_2) memiliki nilai *cronbach alpha* $0,618 > 0,600$, dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai *cronbach alpha* $0,728 > 0,600$.

Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)

a. Hasil uji *Kolmogorov-smirnov* pada uji normalitas :

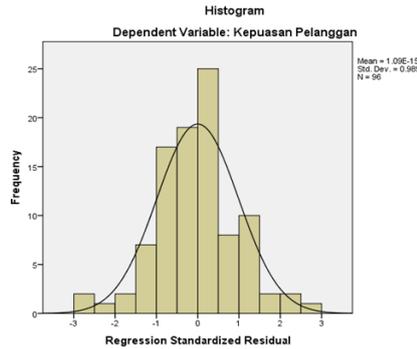
Tabel 5 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* Pada Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|--|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 96 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.46354633 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .070 |
| | Positive | .070 |
| | Negative | -.057 |
| Test Statistic | | .070 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |
| d. This is a lower bound of the true significance. | | |

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Hasil tabel di atas, merupakan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* (KS) dengan Asumsi tingkat signifikansi dua ekor (*2-tailed*) menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,200$ lebih besar dari $0,05$. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa residual memiliki distribusi normal (simetris) sesuai dengan persyaratan uji *kolmogorov-smirnov*.

b. Histogram pada uji normalitas :



Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Gambar 1 Histogram pada Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas, memperlihatkan bahwa hasil grafik pada histogram, data dinyatakan normal jika distribusi data berbentuk lonceng dan mengikuti grafik histogram.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | |
|---------------------------|-------------------------|-------|
| Model | Collinearity Statistics | |
| | Tolerance | VIF |
| 1 Kualitas Pelayanan | .749 | 1.335 |
| Harga | .749 | 1.335 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Coefficient diketahui bahwa nilai VIF dari kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) adalah $1,335 < 10$ dan nilai tolerance value $0,749 > 0,1$ maka bisa disimpulkan data tersebut tidak terjadi multikolinearitas, yang artinya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7 Hasil Uji Spearman Rho Pada Uji Heteroskedastisitas

| Correlations | | | | | |
|----------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|--------|-------------------------|
| | | | Kualitas Pelayanan | Harga | Unstandardized Residual |
| Spearman's rho | Kualitas Pelayanan | Correlation Coefficient | 1.000 | .327** | -.041 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .001 | .688 |
| | | N | 96 | 96 | 96 |
| | Harga | Correlation Coefficient | .327** | 1.000 | -.080 |
| | | Sig. (2-tailed) | .001 | . | .437 |
| | | N | 96 | 96 | 96 |
| | Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | -.041 | -.080 | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .688 | .437 | . |
| | | N | 96 | 96 | 96 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar $0,688 > 0,05$ dan harga (X_2) sebesar $0,437 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, karena nilai signifikansi yang didapat $> 0,05$.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

| <i>Coefficients^a</i> | | | | | | |
|---------------------------------|--------------------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| | <i>Model</i> | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | <i>t</i> | <i>Sig.</i> |
| | | <i>B</i> | <i>Std. Error</i> | <i>Beta</i> | | |
| 1 | (Constant) | 19.430 | 5.068 | | 3.834 | .000 |
| | Kualitas Pelayanan | .449 | .067 | .566 | 6.670 | .000 |
| | Harga | .204 | .077 | .225 | 2.650 | .009 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berikut deskripsi atas perolehan persamaan regresi yang di dapat:

1. Nilai konstanta 19.430 menunjukkan bahwa apabila variabel independen (kualitas pelayanan dan harga) keduanya berada pada nilai 0, maka variabel dependen (kepuasan pelanggan) akan memiliki nilai positif sebesar 19.430.
2. Kualitas pelayanan (X_1) memiliki koefisien regresi positif (+) sebesar 0,449. Ini menunjukkan bahwa bila kualitas pelayanan naik satu satuan, maka kepuasan naik 0,499 dan sebaliknya bila kualitas pelayanan turun satu satuan, maka kepuasan turun 0,499.
3. Harga (X_2) memiliki koefisien regresi positif (+) sebesar 0,204. Ini menunjukkan bahwa ketika variabel X_2 naik satu satuan, maka kepuasan naik 0,204 dan sebaliknya bila harga turun satu satuan, maka kepuasan turun 0,204.

Uji Hipotesis

- a. Hasil uji parsial (uji t) :

Tabel 9 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

| <i>Coefficients^a</i> | | | | | | |
|---------------------------------|--------------------|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| | <i>Model</i> | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | <i>t</i> | <i>Sig.</i> |
| | | <i>B</i> | <i>Std. Error</i> | <i>Beta</i> | | |
| 1 | (Constant) | 19.430 | 5.068 | | 3.834 | .000 |
| | Kualitas Pelayanan | .449 | .067 | .566 | 6.670 | .000 |
| | Harga | .204 | .077 | .225 | 2.650 | .009 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Berdasarkan hasil tabel tersebut, uji parsial mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan harga terhadap kepuasan pelanggan diketahui bahwa:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis pengelolaan data, untuk variabel kualitas pelayanan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T_{hitung} adalah $6.670 >$ nilai T_{tabel} sebesar 1,9858.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a1} yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui nilai T_{hitung} untuk variabel harga adalah $2.650 > T_{tabel}$ sebesar 1,9858, dengan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga mendukung diterimanya hipotesis H_{a2} .

b. Hasil uji simultan (uji f) :

Tabel 10 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| | Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1132.324 | 2 | 566.162 | 46.202 | .000 ^b |
| | Residual | 1139.635 | 93 | 12.254 | | |
| | Total | 2271.958 | 95 | | | |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan | | | | | | |

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Hasil uji simultan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai F_{hitung} $46.202 > F_{tabel}$ 3.094. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun harga secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara bersamaan. Oleh karena itu, hipotesis H_{a3} diterima.

Uji Koefisien Determinasi

a. Hasil uji koefisien determinasi parsial :

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi X_1 Terhadap Y

| Model Summary | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .679 ^a | .461 | .455 | 3.611 |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan | | | | |

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Perhitungan tersebut mengungkapkan bahwa koefisien determinasi mencapai 46,1%, mencerminkan korelasi yang sedang. Artinya, sekitar 46,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Sementara itu, sekitar 53,9% dari variasi tersebut tidak dapat dijelaskan oleh model ini dan disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini.

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi X_2 Terhadap Y

| Model Summary | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .508 ^a | .258 | .251 | 4.234 |
| a. Predictors: (Constant), Harga | | | | |

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Perhitungan ini menunjukkan koefisien determinasi sebesar 25,8% yang mencerminkan korelasi rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang cukup lemah sebesar 25,8% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sebesar 74,2% dari variasi tersebut tidak dapat dijelaskan oleh faktor harga yang diselidiki dalam penelitian ini, karena adanya faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam analisis.

b. Hasil uji koefisien determinasi simultan :

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi X_1 , dan X_2 Terhadap Y

| Model Summary | | | | |
|--|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .706 ^a | .498 | .488 | 3.501 |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga | | | | |

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 22 (2024)

Pemerolehan koefisien determinasi dengan korelasi yang sedang sebesar 0,498. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan 49,8% berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan sebesar 50,2% sisanya adalah variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak di ukur dalam analisis ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Mie Gacoan di Jakarta Barat, dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan

Dari hasil estimasi variabel X_1 kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ dan nilai T_{hitung} sebesar $6,670 > T_{tabel}$ yang sebesar 1,9858. Maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil tersebut variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 46,1%.

b. Harga

Dari hasil estimasi variabel X_2 harga dengan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,050$ dan nilai T_{hitung} sebesar $2,650 > T_{tabel}$ yang sebesar 1,9858. Maka dapat disimpulkan bahwa

dari hasil tersebut variabel harga (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 25,8%.

c. Hasil uji f dan koefisien determinasi simultan

Dari hasil estimasi uji f variabel X_1 dan X_2 , dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,050$ dan nilai F_{hitung} sebesar $46,202 > F_{tabel}$ yang sebesar 3,094. Maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil tersebut variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Sedangkan, berdasarkan hasil uji koefisien determinasi simultan diperoleh hasil sebesar 49,8%. Maka hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Saran

Peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti mempunyai beberapa saran yang menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya. Berdasarkan keterbatasan yang diharapkan peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan beberapa hal, sebagai berikut:

a. Saran untuk kualitas pelayanan

Agar mie gacoan tetap menjadi pilihan utama pelanggan dan meningkatkan kepuasan, maka beberapa saran perbaikan dalam aspek kualitas pelayanan yaitu mengurangi waktu tunggu dengan sistem pemesanan yang efektif yang artinya menggunakan sistem antrian digital agar pelanggan bisa memesan lebih cepat tanpa harus antri panjang, meningkatkan jumlah staf untuk mengantar makanan, mendorong staf untuk bersikap lebih aktif dalam membantu pelanggan, memberikan pelatihan rutin kepada karyawan tentang layanan pelanggan yang ramah dan responsif, menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat.

b. Saran untuk harga

Agar harga lebih kompetitif dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka beberapa saran yang bisa ditetapkan oleh mie gacoan yaitu, menjaga harga tetap terjangkau dan kompetitif, menawarkan paket hemat, memberikan promo berkala untuk menarik pelanggan yang artinya mengadakan promo harian atau mingguan, misal diskon special hari senin dan kamis, untuk mengurangi antrian. Menyediakan opsi porsi dan harga yang fleksibel, transparansi harga untuk menghindari kekecewaan pelanggan.

c. Bagi peneliti selanjutnya

untuk mendapatkan penelitian yang lebih komprehensif, sangat penting untuk memperluas variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ini meliputi, aspek-aspek penting seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi dan faktor-faktor lain yang

relevan. Penggunaan metodologi penelitian yang beragam juga dapat digunakan seperti wawancara mendalam, juga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengalaman pelanggan. Selain itu, penggunaan teknik sampling yang lebih cermat dan luas diperlukan untuk memastikan representasi yang lebih akurat seluruh populasi pelanggan.

REFERENSI

- Ainiyah, A., et al. (2023). Pengaruh sertifikasi halal dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Ice Cream Mixue Ciceri Kota Serang). *Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 1(2), 18–34. Retrieved from <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/Moneta>
- Akbar, A., et al. (2023). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas, dan loyalitas merek terhadap minat beli pada toko online Shopee. *Jurnal Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.8734/musyitari.v3i2.1655>
- Millah, M., & Suryana, S. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada Alfamart di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 134–142. <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i2.360>
- Nindia, F. (2024). Pengaruh kualitas dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada UD Bayu Buana Gas. *Journal of Economics and Business UBS*, 1(2), 150–161. <https://doi.org/10.70182/JCA.v1i2.8>
- Rahman, R., et al. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan Shopee Food (Studi kasus mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 2680–2689. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Realino, D., et al. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Sulistya, S., et al. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Pusat di Tomang Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 8(1), 76. <http://dx.doi.org/10.54324/j.mbt.v8i1.1364>
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengo. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Tsalisa, T., et al. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 822–829. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>