

The Influence of Price, Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction of Pasuruan Prigen Satan Noodles

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan

Nailahtul Muazaroh¹⁾, Rizky Eka Febriansah^{*.2)}

¹⁾Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: rizkyfebriyanzah@umsida.ac.id

Abstract. *The primary objective of this study is to investigate whether consumer satisfaction can be impacted by the interplay of price, product quality, and service quality within the operational framework of Satan Noodles. A quantitative approach was employed for this research, with sampel selection carried out via purposive sampling, resulting in a sampel size of 100 respondent. The focus was on consumers of Satan Noodles who had not previously experienced the dish in Prigen Pasuruan. Findings indicate that while price does not directly and significantly influence consumer satisfaction, both product quality and service quality do have direct, positive, and significant impact on it. Despite acknowledging limitations, the author hopes that thi study will contribute to the understanding of how price, product quality, and service quality collectively affect consumer satisfaction within the Satan Noodles context. It is anticipated that this research will serve as a valuable resource for stakeholders involved and contribute to the existing literature on this subject matter.*

Keywords - Price, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan i untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen mempengaruhi i hubungan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pada operasional restoran Mie Setan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan untuk memperoleh sampel penulis menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan jumlah sampeli sebanyak 100 responden dengan fokus pada konsumen Mie Setan ialah mereka yang sudah pernah mencoba dan makan di sana lebih dari 2x temuan ini menunjukkan bahwa dampak harga tidak berlangsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sementara itu kualitas produk dan kualitas layanan memiliki dampak langsung yang positive dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menyadari adanya banyak kelemahan dan batasan dalam penelitian ini, penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Penelitian ini di harapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan melengkapi literature mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen.*

Kata Kunci - Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

I. PENDAHULUAN

Industri kuliner mengalami peningkatan jumlah perusahaan di era modern, yang masing – masing memiliki keunggulan dan ciri khas. Semua kelompok umur menganggap bisnis makanan ini menarik, terutama bagi kaum milenial [1] Masakan pedas merupakan pilihan kuliner yang umum di kalangan masyarakat Indonesia. Indonesia memiliki banyak restoran populer, yang menyebabkan banyak persaingan ketat antar vendor.

Oleh karena itu, para pelaku industri kuliner harus menciptakan strategi yang menarik dari segi biaya, rasa dan tingkat pelayanan. Kepuasan Konsumen merupakan aspek utama dalam pemasaran suatu produk khususnya yang memiliki kualitas baik dan brand yang terkenal [2] Gagasan sentral memberikan kemudahan dalam pemasaran dan dapat dipercaya oleh pembeli dari segi kualitas dan manfaatnya setelah memberikan penilaian terhadap suatu produk. Hal ini membuktikan bahwa rasa puas konsumen terhadap suatu brand, tidak akan mudah berpaling dari brand tersebut.

Data grafik menunjukkan perputaran produksi berbagai perusahaan mie dari tahun 2022 :



Gambar 1 data grafik

Dari 3 data perbandingan tersebut terbukti bahwa mie setan yang paling di sukai oleh kalangan anak mudah, karena selain porsi yang pas dan rasanya yang enak, harganya sendiri tidak terlalu mahal cukup terjangkau untuk kantong pelajar maupun mahasiswa.

Selain itu, harga merupakan elemen lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen, pada kenyataannya, komponen kunci dalam memastikan kepuasan konsumen adalah harga [2]. Dalam hal menentukan untuk membeli suatu produk, harga yang di berikan sesuai dengan harapannya dan kualitas produk tersebut. Jika konsumen menolak membeli produk, penjual perlu mempertimbangkan kembali harga yang di minta. Konsumen mungkin percaya bahwa harga tinggi dan tidak sebanding dengan kualitas produk. Oleh karena itu, di perlukan pemikiran ulang mengenai strategi penetapan harga yang tepat.

Kualitas produk menjadi faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, tidak hanya karena melakukan mempertahankan standar kualitas yang konsisten, tetapi juga karena melakukan pengembangan produk secara berkelanjutan [3]. Mie setan telah berhasil menyajikan produk dengan tinggi dan sesuai dengan nilai harga yang telah di tetapkan oleh perusahaan, sehingga tetap di minati di tengah – tengah persaingan dengan mie pedas lainnya. Kualitas produk merupakan salah satu elemen yang berpengaruh dan mendorong kepuasan konsumen dengan memenuhi harapan dan preferensi mereka serta mencerminkan sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Pelayanan adalah sesuatu yang tidak boleh diabaikan saat ini, ada anggapan bahwa menawarkan layanan berkualitas tinggi yang dapat memuaskan konsumen adalah kunci keberhasilan dalam persaingan perusahaan [4]. Konsumen yang terdesak waktu, terutama yang memiliki jadwal padat, ingin pesannya segera di penuhi. Karena kebutuhan ini, sejumlah besar perusahaan makanan cepat bermunculan, dan mereka berlomba – lomba satu sama lain

untuk menyediakan produk food and beverage yang lebih baik dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas merek.

Karena penelitian seperti ini sudah pernah di teliti terdapat research gap. Bagaimana kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Menurut penelitian [5] dalam salah satu penelitian yang menunjukkan dampak positif dan signifikan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut kajian [1] harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut [6] ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian [7] menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Di sisi lain menurut [8] yang membuktikan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen. Penelitian lain, [9] seperti, menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan observasi terhadap fenomena, permasalahan yang muncul, serta tinjauan terhadap beberapa penelitian dengan judul “Dampak Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan”

Tujuan : Tujuan dari observasi ini adalah untuk memahami dampak Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen yang di tawarkan Mie Setan Prigen Pasuruan.

Rumusan Masalah : Dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menentukan signifikan atau tidaknya suatu variabel.

Pertanyaan Penelitian : Apakah dampak Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan?

Kategori SDGs : Sesuai dengan kategori SDGs 8 <https://sdgs.un.org/goals/goal9> tentang pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi.

II. LITERATUR REVIEW

1. PRICE (HARGA) X1

Harga menurut [10] Harga di definisikan sebagai jumlah uang yang di bayarkan untuk suatu food and beverage, atau nilai yang harus di tukarkan oleh konsumen untuk menerima manfaat pertama. Harga adalah satu – satunya faktor bauran pemasaran yang menghasilkan uang, faktor lainnya faktor hanya bersifat menonjolkan harga. Komponen yang paling dasar dari bauran pemasaran yaitu harga. [11]. Sedangkan menurut [12] yang menggunakan penelitian untuk menentukan pengaruh harga dalam memilih untuk membeli dan menggunakan food and beverage, adalah konsumen yang melakukan transaksi dengan jumlah uang tunai tertentu. Menurut [1] indikator harga adalah :

1. Keterjangkauan harga
2. Sesuai antara harga dengan kualitas produk

3. Persaingan harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

2. Product Quality (Kualitas Produk) X2

Menurut [13] kualitas produk adalah sebuah karakteristik, ciri dan spesifikasi yang melekat pada produk dan mempunyai suatu kelebihan untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari yang di inginkan oleh konsumen. Sementara itu menurut [14] mendefinisikan kualitas produk mempunyai kelebihan dari suatu produk yang sesuai dengan fungsinya termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut [15] mengatakan bahwa indikator kualitas produk adalah :

1. Kesegaran
2. Tampilan
3. Rasa
4. Inovasi makanan

3. SERVICE QUALITE (KUALITAS PELAYANAN) X3

Menurut [16] kualitas layanan adalah suatu apresiasi layanan secara maksimal yang di berikan oleh perusahaan dengan segala keunggulan dan kelebihan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, demi memenuhi keinginan konsumen, ketika layanan yang di terima dan di rasakan (perceived service) sesuai dengan apa yang di inginkan, maka kualitas layanan dapat di katakan baik dan memuaskan. Berdasarkan pernyataan [17] kualitas pelayanan ialah kualitas (quality) sebuah fitur dan karakteristik food and beverage yang berada pada kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang tersirat. Menurut [15] mengidentifikasi tujuh dimensi dasar dari kualitas layanan yaitu :

1. Keandalan
2. Daya Tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti fisik

4. CONSUMER SATISFACTION (KEPUASAN KONSUMEN) Y

Menurut [18] kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan merupakan cara bagi konsumen untuk mengevaluasi kinerja produk food and beverage yang mereka terima, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli kembali atau tidak. Sebagaimana di nyatakan dalam [19] Pandangan konsumen terbentuk melalui pengalaman yang di alami, dan kepuasan konsumen dapat mengambil berbagai bentuk. Sebagai contoh, kepuasan dapat di raih saat produk atau layanan yang di tawarkan memenuhi harapan secara maksimal. Berdasarkan definisi yang di berikan di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki kemampuan untuk menilai tingkat kualitas suatu produk food and beverage.

Konsumen akan mengalami tingkat kebahagiaan atau kepuasan unik yang muncul dalam hati mereka jika mereka merasakan lebih dari hasil penilaian mereka terhadap kualitas yang mereka gunakan, dan sebaliknya. Menurut [15] terdapat indikator kepuasan konsumen yang dapat dirincikan sebagai berikut :

1. Minat konsumen untuk berkunjung kembali.

2. Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan pada konsumen lainnya

III. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Prigen Pasuruan, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer [20]. Namun karena jumlah populasi penelitian tidak diketahui, maka populasi penelitian ini adalah mereka yang sudah pernah mencoba dan makan di sana lebih dari 2x. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah Non Probability Sampling yang didukung dengan Metode Accidental Sampling sebagai metode pengambilan sampel beroperasi sebagai metode penentuan sampel. Seleksi dilakukan berdasarkan penilaian peneliti, dengan memastikan bahwa hanya mereka yang memenuhi persyaratan dan tujuan yang menurut pendapat peneliti paling akurat mewakili populasi yang diikutsertakan. Rumus Lemeshow akan digunakan peneliti karena populasinya dalam penelitian ini belum diketahui.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Berdasarkan metode di atas, besar sampel ditentukan dengan menggunakan Rumus Lemeshow yang memiliki estimasi maksimum 50% dan tingkat kesalahan 10% .

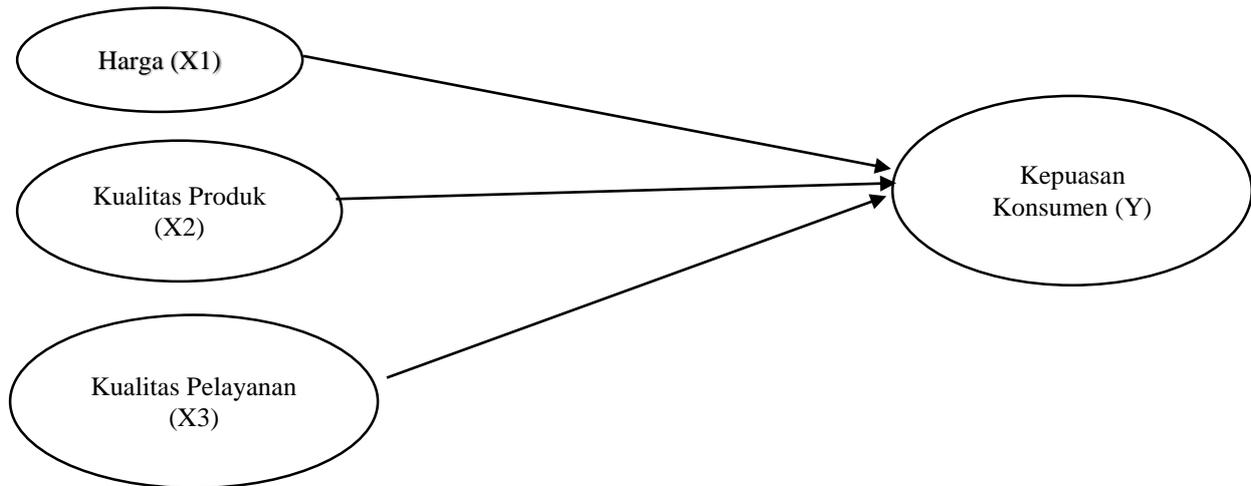
$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, di kumpulkan 96 sampel untuk tujuan penelitian, dan jumlah tersebut kemudian di tingkatkan menjadi 100 [21]. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data. Pernyataan mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di prigen pasuruan dimasukkan dalam kuesioner. Skala likert digunakan dalam pembuatan kuesioner. Untuk pengukuran indeks variabilitas yaitu skala nilai 5 (sangat setuju), nilai 4 (setuju), nilai 3 (netral), nilai 2 (tidak setuju), nilai 1 (sangat tidak setuju). Analisis data menggunakan Statistic Program For Social Science (SPSS) versi 25. Adapun beberapa uji yang dilakukan dalam pengujian data penelitian ini adalah uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan analisis regresi linier berganda. Lokasi penelitian mie setan prigen pasuruan yang dijadikan objek penelitian adalah konsumen mie setan khususnya mereka yang sudah pernah mencoba dan makan di sana lebih dari 2x. Jangka waktu penelitian adalah Agustus sampai Desember 2023.

Kerangka Konseptual

Gambar 1 kerangka konseptual

Keterangan :

X1, X2, X3 : Variabel Bebas (Independent Variable)

Y : Variabel Terikat (Dependent Variable)

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1: Harga memiliki dampak pengaruh terhadap kepuasan konsumen

H2: Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

H3: Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh kepada kepuasan konsumen.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**1. Uji Analisis Deskriptif**

Menurut [22] Analisis Deskriptif di pakai untuk menilai variabel tanpa melakukan perbandingan atau mencari korelasi dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini, 100 responden di gunakan, dengan hasil analisis deskriptif sebagai berikut:

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	31	29.8	29.8	29.8
	21-30	73	70.2	70.2	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Tabel 1

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	26	25.0	25.0	25.0
	Perempuan	78	75.0	75.0	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Tabel 2

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Swasta	12	11.5	11.5	11.5
	Pelajar/Mahasiswa	83	79.8	79.8	91.3
	Lainnya	9	8.7	8.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Tabel 3

Berdasarkan tabel 1,2 dan 3 dapat di ketahui dengan jumlah 100 responden berdasarkan umur 17 – 20 sebanyak 29% dan 21 – 30 sebanyak 70%. 25% di antaranya berjenis kelamin laki – laki dan 75% berjenis kelamin perempuan. Lalu presentasi responden berdasarkan pekerjaan 11% pekerja swasta, 79% pelajar atau mahasiswa, dan sisanya sebanyak 8%.

2. Uji Validitas

Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
X1.1	0,791	0,195	Valid
X1.2	0,825	0,195	Valid
X1.3	0,732	0,195	Valid
X1.4	0,815	0,195	Valid
X2.1	0,824	0,195	Valid
X2.2	0,856	0,195	Valid
X2.3	0,834	0,195	Valid
X2.4	0,839	0,195	Valid
X3.1	0,781	0,195	Valid
X3.2	0,839	0,195	Valid
X3.3	0,886	0,195	Valid
X3.4	0,793	0,195	Valid
X3.5	0,802	0,195	Valid
Y.1	0,902	0,195	Valid
Y.2	0,894	0,195	Valid

Dari hasil Pengujian Validitas yang sudah di lakukan diatas, dapat di simpulkan bahwa setiap item pada setiap variabel memiliki nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel (0,195). Oleh karena itu, dapat di pastikan bahwa instrumen penelitian telah terbukti valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Reliabilitas

Tujuan dari Pengujian Reliabilitas dalam penelitian ini adalah untuk menentukan apakah data yang di kumpulkan melalui kuesioner dapat di percaya dan mampu menggambarkan informasi yang akurat. Pengujian reliabilitas di lakukan dengan memeriksa nilai Cronbach's Alpha dari setiap variabel. Suatu variabel di anggap memiliki reliabilitas yang baik jika mendapatkan nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60 [23]. Berikut hasil pengujian reliabilitas dari setiap variabel dalam penelitian ini:

Variabel	Alpha	Keterangan
X1	0,795	Reliabel
X2	0,855	Reliabel
X3	0,875	Reliabel
Y	0,760	Reliabel

Dari hasil Pengujian Reliabilitas di atas, dapat di simpulkan bahwa setiap variabel instrument penelitian ini mendapatkan nilai Cronbach's Alpha 0,6. Sehingga kuesioner dalam penelitian ini dapat di katakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut [22] Pengujian Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi yang normal atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya menunjukkan analisis grafik statistik yang memenuhi syarat, dimana jika nilai signifikannya lebih dari 0,5 maka dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikannya kurang dari 0,5 maka di katakan tidak berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.92474793
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.126
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		1.259
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas di ketahui bahwa nilai K-S sebesar 1,259 dan nilai signifikannya sebesar 0,084 sehingga dapat di simpulkan bahwa pada penelitian ini penyebaran data berdistribusi normal karena nilai signifikannya lebih dari 0,5.

2) Uji Multikolinearitas

Menurut [22] Pengujian Multikolinieritas di lakukan untuk menentukan apakah terdapat kolerasi yang kuat antara variabel independen. Metode yang di gunakan untuk mendeteksi Multikolinieritas meliputi Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Dengan ketentuan jika nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10 artinya bahwa tidak adanya multikolinieritas antar variabel independent yang nilainya lebih dari 95%.

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.026	.741		.036	.972		
Harga	.128	.062	.205	2.065	.042	.432	2.315
Kualitas Produk	.117	.068	.213	1.706	.091	.273	3.660
Kualitas Pelayanan	.205	.050	.433	4.141	.000	.389	2.570

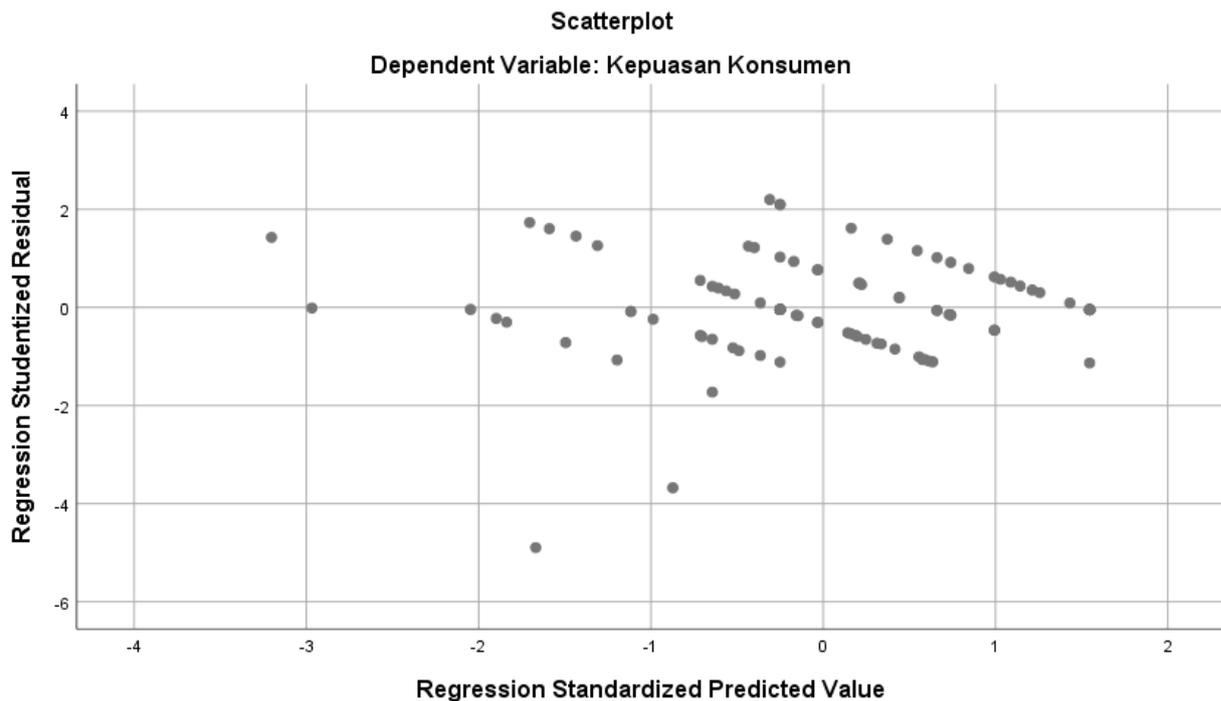
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Tidak terjadi multikolinearitas karena $> 0,1$

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai tolerance variabel X1 sebesar 0,432 dengan nilai VIF sebesar 2,315. Sedangkan variabel X2 sebesar 0,273 dengan nilai VIF sebesar 3,660. Dan nilai variabel X3 sebesar 0,389 dengan nilai VIF sebesar 2,570.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut [22] adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengalaman lain. Ketentuan pengambilan keputusan uji heterokedastisitas adalah jika titik – titik membentuk pola gelombang lebar yang kemudian menyempit, itu menandakan adanya gejala heterokedastisitas. Sebaliknya, jika titik – titik tersebar tanpa pola yang jelas di angka 0, itu menunjukkan tidak adanya gejala heterokedastisitas.



Berdasarkan gambar di atas dapat di jelaskan bahwa titik – titik data menyebar secara acak berada di bawah dan di atas angka 0 serta penyebaran tersebut tidak membentuk pola bergelombang, melebar, menyempit yang dapat di artikan bahwa penyebaran titik – titik data tidak membentuk sebuah pola. Oleh karena itu, dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dan model regresi yang baik dapat di penuhi.

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.026	.741		.036	.972
	Harga	.128	.062	.205	2.065	.042
	Kualitas Produk	.117	.068	.213	1.706	.091
	Kualitas Pelayanan	.205	.050	.433	4.141	.000

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat di peroleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + \dots + b_n.X_n$$

$$Y = 0,026 + 0,128 X_1 + 0,117 X_2 + 0,529 X_3$$

Dari persamaan di atas, dapat di uraikan sebagai berikut:

- a. : Nilai a sebesar 0,026 menunjukkan tingkat konstan, di mana jika variabel Harga (X₁), Kualitas Produk(X₂), dan Kualitas Pelayanan (X₃) adalah 0 maka kepuasan konsumen akan tetap sebesar 0,026 dengan asumsi variabel lain tetap.

- b. : Nilai b1 (nilai koefisien regresi X1) yang sebesar 0,128 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam harga akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,128 dan sebaliknya, setiap penurunan kepuasan konsumen sebesar 0,128 dengan asumsi variabel lain tetap.
- c. : Nilai b2 (nilai koefisien regresi X2) yang sebesar 0,117, menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Produk sebesar satu satuan akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,117 dan sebaliknya setiap penurunan kepuasan konsumen sebesar 0,117 dengan asumsi variabel lain tetap.
- d. : Nilai b3 (nilai regresi X3) sebesar 0,529, menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,529 dan sebaliknya setiap penurunan kepuasan konsumen sebesar 0,529 dengan asumsi variabel lain tetap.

2. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.026	.741		.036	.972
	Harga	.128	.062	.205	2.065	.042
	Kualitas Produk	.117	.068	.213	1.706	.091
	Kualitas Pelayanan	.205	.050	.433	4.141	.000

Untuk menentukan nilai t tabel, di gunakan rumus dengan menghitung derajat kebebasan (dk) yaitu $100-3-1 = 96$, dengan nilai tingkat signifikan (α) sebesar 0,05 (5%). Dari tabel distribusi t dengan derajat kebebasan 96, di peroleh nilai t tabel sebesar 1,660. Dengan hasil pada tabel tersebut, dapat di putuskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t di dapatkan nilai hitung sebesar 2,065 serta nilai signifikan sebesar 0,042. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,065 > t$ tabel 1,660 dan nilai signifikan $0,042 < 0,05$. Yang berarti H1 di terima, di mana variabel Harga (X1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t di dapatkan nilai hitung sebesar 1,706 serta nilai signifikan sebesar 0,091. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung $1,706 > t$ tabel 1,660 dan nilai signifikan $0,091 < 0,05$. Yang berarti H2 di terima, di mana variabel Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t di dapatkan nilai hitung sebesar 4,141 serta nilai signifikan 0,000. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung $4,141 > t$ tabel 1,660 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Yang berarti H3 di terima, di mana variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan.

3. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.099	3	41.033	46.529	.000 ^b
	Residual	84.661	96	.882		
	Total	207.760	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Hasil analisis dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 46.529, dengan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,000 > 0,05$. Dari temuan tersebut, dapat di simpulkan bahwa secara silmutan, variabel Harga, Kaulitas Produk, dan Kualitas Pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Oleh karena itu, hipotesis dapat di setujui.

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.593	.580	.93909

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

Setelah menganalisis data yang ada dalam tabel di atas, di temukan nilai (R Square) sebanyak 0,593. Hasil temuan tersebut, dapat di putuskan bahwa secara silmutan, variabel Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berkontribusi sebanyak 59% terhadap Kepuasan Konsumen, sementara 41% sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pembahasan dari hasil uji hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil dari analisis hipotesis menunjukkan bahwa harga memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh [1] menyatakan bahwa dampak harga terhadap kepuasan konsumen tidak signifikan. Hal ini di karenakan harapan konsumen terhadap harga belum sepenuhnya terpenuhi, dan salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan memenuhi harapan ini, sehingga konsumen dapat menjadi lebih loyal kepada perusahaan.
2. Dampak Kualitas Produk kepada Kepuasan Konsumen. Dari hasil analisis hipotesis yang telah di lakukan, di simpulkan bahwa kualitas produk memiliki dampak langsung yang positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen. Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan [6], yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Hasil ini juga sesuai dengan tanggapan

responden yang menunjukkan kualitas produk Mie Setan di nilai tinggi, dan ini menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi, sesuai dengan kepuasan terhadap rasa dan pelayanan yang di berikan oleh karyawan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil analisis hipotesis yang telah di lakukan, di simpulkan maka kualitas layanan mempunyai dampak langsung yang positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen. Temuan ini selaras dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh [8], menegaskan kualitas layanan mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena kualitas layanan yang di berikan oleh Mie Setan telah memenuhi kepada kepuasan konsumen, yang menghasilkan konsumen kembali dan melakukan pembelian secara berulang.

V. KESIMPULAN

Dengan hasil penelitian dan pembahasan yang melibatkan analisis terhadap Harga sebagai X1, Kualitas Produk sebagai X2, Kualitas Pelayanan sebagai X3, dan Kepuasan Pelanggan sebagai Y, kesimpulan yang diambil oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Harga tidak memiliki dampak langsung positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen.
2. Kualitas Produk memiliki dampak langsung positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen.
3. Kualitas Pelayanan memiliki dampak langsung positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen

Saran

Dari hasil temuan dan simpulan yang sudah di jelaskan oleh penulis, maka saran yang dapat di ajukan adalah sebagai berikut:

Untuk penelitian selanjutnya Untuk Peneliti Berikutnya:

- a. Di sarankan untuk memperluas dan memperbanyak sampel penelitian agar dapat meningkatkan akurasi data yang di peroleh.
- b. Menyelesaikan penelitian untuk memantau dan mengevaluasi perubahan perilaku responden dari satu waktu ke waktu berikutnya.
- c. Di harapkan penelitian ini dapat mempertimbangkan variabel lain yang potensial yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Untuk perusahaan untuk Perusahaan:

- a. Di harapkan perusahaan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang di tawarkan untuk konsumen.
- b. Perlu adanya inovasi dalam menu agar dapat menjaga Perlu adanya inovasi dalam menu agar dapat menjaga kepuasan konsumen tetap tinggi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur kami tunjukan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Meskipun proses pembuatan tugas akhir ini penuh dengan tantangan dan rintangan, namun berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikannya.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Rizky Eka Febriansah yang selalu membimbing saya dengan sabar, tidak lupa terima kasih saya ucapkan kepada teman – teman saya dan responden yang telah menyisihkan waktu dan bekerja sama dalam proses penelitian ini, penulis juga ucapkan banyak terima kasih kepada orag tua yang selalu memberikan dukungan dan dorongan dalam perjalanan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. T. Pebriantika, U. Pitriyani, and E. Selaeman, “Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang,” *J. Mirai Manag.*, vol. 7, no. 3, pp. 4–5, 2022, doi: 10.37531/mirai.v7i3.4589.
- [2] I. A. A. Raissa Aprita Nur Maharani¹, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin,” *SIBATIK J. J. Ilm. Bid. Sos. Ekon. Budaya, Teknol. dan Pendidik.*, vol. 1, no. 4, pp. 235–242, 2022, doi: 10.54443/sibatik.v1i4.22.
- [3] N. P. N. Laili and A. Budiarti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya,” *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 12, no. 7, 2023.
- [4] D. Bilal Achmad Zaki Ramadhan¹, U. N. K. , Nur Safitri³, M. R. Eviyani⁵, and Anggi Ratnawati⁶, “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Mie Gacoan Kartasura,” *Multidiscip. Stud.*, vol. 2, no. 1, pp. 19–25, 2021, doi: 10.29303/alexandria.v2i1.30.
- [5] C. Jienardy, “Gap analisis persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan, harga, kualitas produk esus,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 1, no. 6, pp. 703–710, 2017.
- [6] A. F. Sholikhah, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI BEKASI TIMUR,” *J. Econ. Vol.*, vol. 2, pp. 694–708, 2023.
- [7] A. Sudarsono, A. Aryanto, and M. F. Akbar, “Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Volume,” *Niagaawan*, vol. 11, no. 3, pp. 245–255, 2022.
- [8] Nursakinah, H. T. Hinggo, and I. D. Binangkit, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru,” *ECOUNTBIS Econ. Account. Bus. J.*, vol. 2, no. 1, pp. 179–189, 2022, [Online]. Available: <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/download/360/49>
- [9] A. Mariansyah and A. Syarif, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu,” *EKOMABIS J. Ekon. Manaj. Bisnis*, vol. 1, no. 01, pp. 1–14, 2020.
- [10] I. R. Erni Fitriani¹, Arif Maulana Yusup², Asep Nurhikmat³, “DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK : LITERATURE REVIEW,” *KarismaPro Kaji. Ris. Manaj. Prof.*, vol. 13, no. 2, pp. 75–86, 2022.
- [11] F. F. Rulfiansah and A. H. Daryanto Seno, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang),” *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 9, no. 4, pp. 389–401, 2020, doi: 10.14710/jiab.2020.28226.
- [12] M. A. Firmansyah, M. Hariasih, and L. Indayani, “Tony Express (J & T) Companies In East Java Region Peran Kualitas Pelayanan , Ketepatan Waktu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jet & Tony Express (J & T) Di Wilayah Jawa Timur,” *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 4, no. 6, pp. 9359–9372, 2023.
- [13] FITRI AMALIA, *Peran harga, kualitas produk dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian berulang pada produk mie gacoan di kota malang*. Malang City, 2023.

- [14] M. Ibrahim and S. M. Thawil, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 1, pp. 175–182, 2019, doi: 10.36226/jrmb.v4i1.251.
- [15] I Gede Putu Kenny Alvian, "PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor 4, Oktober 2020," *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 5, no. September 2019, 2020.
- [16] A. Soetiyani and A. I. Maida, "Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Pertumbuhan Usaha dimoderasi oleh Kepuasan Pelanggan," *J-MAS (Jurnal Manaj. dan Sains)*, vol. 7, no. 2, p. 629, 2022, doi: 10.33087/jmas.v7i2.503.
- [17] R. Umami, A. Rizal, and S. Sumartik, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe," *Equilib. J. Ekon.*, vol. 15, no. 2, p. 250, 2019, doi: 10.30742/equilibrium.v15i2.630.
- [18] O. C. M. Sabda Puta Mediti, "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 8, no. 4, p. 1290, 2020, doi: 10.26740/jim.v8n4.p1290-1300.
- [19] B. H. Kusumawardani and A. Achsa, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Magelang," *Transekonomika Akuntansi, Bisnis Dan Keuang.*, vol. 3, no. 1, pp. 148–161, 2023, doi: 10.55047/transekonomika.v3i1.358.
- [20] M. K. Hafidzi, F. Rizqi, and A. Jumani, "Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian," *J. Ilmu Multidisiplin*, vol. 1, no. 1, pp. 203–214, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>
- [21] Prof. Dr. Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. BANDUNG: ALFABETA, BENDUNG, 2013.
- [22] Syafrida Hafni Sahir, *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*. Meda: KBM INDONESIA, 2022.
- [23] G. Ursachi, I. A. Horodnic, and A. Zait, "How Reliable are Measurement Scales? External Factors with Indirect Influence on Reliability Estimators," *Procedia Econ. Financ.*, vol. 20, no. 15, pp. 679–686, 2015, doi: 10.1016/s2212-5671(15)00123-9.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.