

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIE GACOAN MANAHAN

Fadia Xena Mukti¹⁾, Dewi Pujiani²⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta, ²⁾Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta

E-mail: fadiaxena@gmail.com¹⁾, dewipujiani8@gmail.com²⁾

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, product quality and price on consumer satisfaction of Mie Gacoan Manahan. The author uses a descriptive quantitative approach. Collecting data on a quantitative approach using a questionnaire research instrument, the data analysis is statistical in nature with the aim of testing the predetermined hypothesis.

This research is a descriptive research using a quantitative approach. The population in this study is the average consumer of Mie Gacoan Manahan per day of approximately 400 consumers. Researchers took 25% of the population as a sample of 100 consumers.

The results of this study indicate that service quality (X_1) has a significant effect on consumer satisfaction (Y) on consumers of Mie Gacoan Manahan, product quality (X_2) has a significant effect on consumer satisfaction (Y) on consumers of Mie Gacoan Manahan and Price (X_3) has a significant effect on consumer satisfaction (Y) on consumers of Mie Gacoan Manahan. Service quality (X_1), product quality (X_2) and price (X_3) simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction (Y) on consumers of Mie Gacoan Manahan. Based on the results of the analysis obtained the value of Adjusted R Square of 0.485 or 48.5%. Determination or contribution of service quality, product quality and price satisfaction of Mie Gacoan Manahan consumers is 48.5% while the remaining 51.5% is influenced by other factors.

Keywords: service quality, product quality, price and customer satisfaction

PENDAHULUAN [Times New Roman 11 bold]

Era *pandemic* seperti ini telah mendorong masyarakat untuk mendirikan berbagai jenis *usaha* dan bisnis dengan tujuan yang sama, yaitu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga tercapai keputusan pembelian serta mendapatkan profit semaksimal mungkin. Peluang bisnis di Indonesia juga semakin terbuka lebar melihat kondisi perekonomian Indonesia yang belakangan ini terus berkembang ke arah positif. Perkembangan ekonomi yang cukup stabil membawa dampak positif bagi dunia bisnis.

Salah satu bisnis yang diperkirakan dapat atau memiliki prospek yang baik ialah bisnis rumah makan dan cafe. Maka dari itu kebanyakan orang mulai berinvestasi dan membuka peluang bisnis pada dua usaha tersebut. Para pemilik bisnis diwajibkan untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen agar para konsumen membeli produk yang mereka hasilkan dan merasa terpuaskan dengan produk tersebut.

Menurut Supriyanto dan Pujiani, (2021) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Menurut Adisaputro, Gunawan (2014: 67) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau *outcome*) yang dihubungkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga.

Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2014: 268) kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan secara sederhana merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai dengan ekspektasi pelanggan, dengan kata lain kualitas pelayanan adalah sejauh mana pelayanan memenuhi spesifikasinya (Ratnasari dan Aksa, 2012: 104). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Maramis, dkk; 2018) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado. Hasil berbeda didapatkan melalui penelitian

yang dilakukan oleh (Ibrahim, dkk; 2019) yang mengatakan bahwa secara parsial kualitas layanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Tjiptono (2014: 51) yaitu kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas produk, merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler & Armstrong, 2015: 272). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kumrotin, dkk; 2021) yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. Hasil berbeda didapatkan melalui penelitian yang dilakukan oleh (Mariansyah, dkk; 2020) yang mengatakan bahwa secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Kabalu.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Menurut Kotler & Keller (2015: 77) harga adalah salah satu elemen dari promosi untuk memberikan rasa puas terhadap konsumen. Kotler & Armstrong (2015: 312) berpendapat: *“Price the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service”* atau harga adalah jumlah uang yang dengan sengaja dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa. Atau dalam arti lain harga adalah nilai dalam jumlah tertentu yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat kepemilikan atau penggunaan sebuah produk dan/atau jasa sesuai dengan keinginan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Cahyani, dkk; 2016) yang mengatakan bahwa harga secara simultan dan parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil berbeda didapatkan melalui penelitian yang dilakukan oleh (Marpaung, dkk; 2020) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh langsung dan signifikan dengan arah negatif terhadap kepuasan konsumen.

Mie Gacoan Manahan (anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi) adalah salah satu cabang dari mie gacoan yang merupakan resto mie yang memberikan *price to quality* terbaik dikelasnya. Mie gacoan menjadi tempat bersantap mie terbaik terutama bagi pelajar dan mahasiswa, dimana mereka bisa nongkrong, kerja tugas, ngobrol santai dilengkapi berbagai fasilitas seperti: wifi, colokan listrik, musik kekinian dan dijamin akan membuat para customer betah dan ingin kembali lagi. Terdapat beberapa masalah yaitu tercermin dari segi kualitas pelayanan yang cenderung lama, kualitas produk karena terkadang terdapat beberapa produk yang habis dan tidak ada stok lagi dan harga yang cenderung sedikit terlalu mahal bagi sebagian konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis berpendapat layak melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Mie Gacoan Manahan”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014: 268) berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Hermawan (2018) kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Berdasarkan pendapat di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah unsur alternatif yang dipilih untuk menyatakan kepuasan konsumen dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2014: 51) yaitu kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas produk, merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler & Armstrong, 2015: 272). Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa kualitas produk adalah merupakan harapan konsumen terhadap suatu produk yang berubah-ubah untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Harga

Menurut Kotler & Keller (2015: 77) harga adalah salah satu elemen dari promosi untuk memberikan rasa

puas terhadap konsumen. Kotler & Armstrong (2015: 312) berpendapat: “*Prince the amount of money charged for a product or service, or the sum of the value that customers exchange for the benefits or having or using the product or service*” atau harga adalah jumlah uang yang dengan sengaja dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa. Atau dalam arti lain harga adalah nilai dalam jumlah tertentu yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat kepemilikan atau penggunaan sebuah produk dan/atau jasa sesuai dengan keinginan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Herri, dkk. (2021) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Menurut Adisaputro, Gunawan (2014: 67) menjelaskan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang untuk menjadi senang atau kecewa sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk yang dipersepsikan (hasil atau *outcome*) yang dihubungkan dengan harapannya.

METODE PENELITIAN

Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Mie Gacoan Manahan yang berada di Jl. Mentri Supeno 19, Manahan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57139. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen Mie Gacoan Manahan. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan yang dimulai dari bulan Maret - Agustus 2022.

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen Mie Gacoan Manahan perhari kurang lebih berjumlah 400 konsumen. Karena populasi berjumlah 400 konsumen maka peneliti mengambil 25% dari populasi untuk dijadikan sampel sebanyak 100 konsumen.

Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas pelayanan (X_1)

Menurut Tjiptono (2014: 282), kualitas pelayanan adalah unsur alternatif yang dipilih untuk menyatakan kepuasan konsumen dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan. Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves *et al*, 2004 dalam Sumarto, 2007) dalam Sulistyawati, dkk., (2015: 2319).

Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014: 282) antara lain :

- a. Berwujud (*Tangible*).
- b. Empati (*Empathy*).
- c. Daya tanggap (*Responsiveness*).
- d. Keandalan (*Reliability*).
- e. Jaminan (*Assurance*).

2. Kualitas produk (X_2)

Kualitas produk adalah merupakan harapan konsumen terhadap suatu produk yang berubah-ubah untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Adapun indikator kualitas produk meliputi :

- a. Berwujud (*Tangible*).
 - b. Empati (*Empathy*).
 - c. Daya tanggap (*Responsiveness*).
 - d. Keandalan (*Reliability*).
 - e. Jaminan (*Assurance*).
- (Tjiptono, 2014: 282).

3. Harga (X_3)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa (Alma, 2007) dalam Amilia, dkk., (2017: 660). Harga adalah salah satu elemen dalam jumlah tertentu yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat kepemilikan atau penggunaan sebuah produk dan/atau jasa sesuai dengan keinginan (Kotler dan Armstrong, 2015: 278). Menurut Kotler dan Armstrong, (2015: 278), indikator harga meliputi :

- a) Keterjangkauan harga.
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

- c) Daya saing harga dalam pasar.
 - d) Kesesuaian harga dengan manfaat.
 - e) Kemudahan melakukan pembayaran.
4. Kepuasan konsumen (Y)

Menurut Ratnasari dan Aksa (2012: 117-118), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dan merupakan suatu penilaian komparatif yang muncul sebagai hasil dari perbandingan antarakerja produk yang dipersepsikan(hasil atau *outcome*) yang dihubungkan dengan harapannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2,221	1,830			1,214	,228
Kualitas pelayanan (X ₁)	,333	,078	,346		4,254	,000
Kualitas produk (X ₂)	,250	,087	,253		2,872	,005
Harga (X ₃)	,307	,069	,353		4,442	,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari hasil uji regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 20diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,221 + 0,333 X_1 + 0,250 X_2 + 0,307 X_3$$

Artinya:

- a. Konstanta (a) = 2,221 bernilai positif, menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga).
- b. Nilai koefisien X₁ = 0,333. Koefisien X₁ bernilai positif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Manahan yang dianggap konstan sebesar 33,3%.
- c. Nilai koefisien X₂ = 0,250. Koefisien X₂ bernilai positif menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasankonsumen Mie Gacoan Manahan yang dianggap konstan sebesar 25,0 %.
- d. Nilai koefisien X₃ = 0,307. Koefisien X₃ bernilai positif menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif yang paling rendah terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Manahan yang dianggap konstan sebesar 30,7%.

Uji Hipotesis Parsial dengan Uji t

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X₁), kualitas produk (X₂) dan harga (X₃) terhadap variabel terikat yaitu terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

- a. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,254 > 1,984$) dan $p\text{-value}$ 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.
- b. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,872 > 1,984$) dan $p\text{-value}$ 0,005 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk (X₂) berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

- c. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,442 > 1,984$) dan $p\text{-value}$ 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.\

Uji Hipotesis Simultan dengan Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	318.468	3	106.156	32.019	.000 ^b
Residual	318.282	96	3.315		
Total	636.750	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $32.019 > 2,70$ dan $p\text{-value}$ sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 ^a	.500	.485	1.821	2.093

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil print out tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai adjusted R Square (R²) dalam penelitian ini sebesar 0,485. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel-variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan sebesar 0,485 atau 48,5% sedangkan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya. Sehingga dapat diketahui bahwa pemilihan variabel-variabel yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sudah tepat, mengingat nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini relatif besar, tetapi masih terdapat variabel lain yang dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen (Y).

Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel terikat yaitu terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

Berdasarkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,254 > 1,984$) dan $p\text{-value}$ 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan. Dengan demikian hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Manahan” terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) merupakan variabel yang dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

2. Pengaruh kualitas produk (X2) terhadap variabel terikat yaitu terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

Berdasarkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,872 > 1,984$) dan $p\text{-value}$ 0,005 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan. Dengan demikian hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan

Manahan” terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X2) merupakan variabel yang dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

3. Pengaruh harga (X3) terhadap variabel terikat yaitu terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

Berdasarkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,442 > 1,984$) dan $p-value$ 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan. Dengan demikian hipotesis 3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Manahan” terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga (X3) merupakan variabel yang dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

4. Dari hasil Uji F dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $32,019 > 2,700$ dan $p-value$ sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan. Dengan demikian hipotesis 4 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama sama terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Manahan” terbukti kebenarannya. Dengan demikian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) merupakan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan.

5. Berdasarkan hasil print out tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai adjusted R Square (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,485. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel-variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan. sebesar 0,485 atau 48,5% sedangkan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya. Sehingga dapat diketahui bahwa pemilihan variabel-variabel yang dapat berpengaruh terhadap volume penjualan sudah tepat, mengingat nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini relatif besar, tetapi masih terdapat variabel lain yang dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen (Y).

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan, hal ini terbukti dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,254 > 1,984$) dan $p-value$ 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan, hal ini terbukti dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,872 > 1,984$) dan $p-value$ 0,005 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan, hal ini terbukti dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,442 > 1,984$) dan $p-value$ 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada konsumen Mie Gacoan Manahan, hal ini terbukti dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $32,019 > 2,700$ dan $p-value$ sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini baik secara parsial maupun secara simultan terbukti kebenarannya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan saran yang dapat direkomendasikan terkait dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini diantaranya adalah:

1. Karyawan Mie Gacoan Manahan sebaiknya lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan terhadap para seluruh konsumen tanpa pandang bulu sehingga para konsumen Mie Gacoan Manahan dapat merasa terpuaskan.
2. Perusahaan Mie Gacoan Manahan sebaiknya lebih meningkatkan seluruh kualitas produk yang mereka jual, karena dengan begitu dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen Mie Gacoan Manahan.
3. Perusahaan Mie Gacoan Manahan lebih mempertimbangkan lagi seluruh hargadari produk yang mereka jual, karena harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Mie Gacoan Manahan.
4. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian- penelitia selanjutnya yang bertema Manajemen Pemasaran. Dengan variabel yang digunakan dalam penelitian yang akan datang menggunakan variabel lain dan objek penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, 2007. dalam Amilia, S., Nst, M. O. A., 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.6, No.1: 660-669.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5, 1-19.
- Darmanto, R. F., & Ariyanti, A. (2020). Peranan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Boedjangan Bintara. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22, 71-82.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8, 149 – 159.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, & Adisaputro. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Hermawan, S. (2018). *Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences)*.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4, 175 - 182.
- Kotler, & Armstrong. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Kotler, & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.CokDi Solo. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 6, 1-14.
- Lena, E. M., Mursito, B., & Hartono, S. (2021). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pelayanan Pada Outlet 3 Second Surakarta. *Jurnal Ekbis*, 22, 55-68.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA*, 6, 1658 – 1667.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3, 134-146.
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Studi Pada Konsumen Alat Mesin Pengolah Kopi Di PT. Karya Mitra Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8, 29-38.
- Ratnasari, & Aksa. (2012). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sofjan, Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supriyanto, H., & Pujiani, D. (2021). Pengaruh Empathy, Responsibility, Dan Tangibles Pelayanan Sosial Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Palang Merah Indonesia (Pmi) Surakarta. *Economics, Social and Humanities Journal (Esochum)*, 1, 22-28.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV . Andi Offset.