EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.4, No.3, Maret 2025

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Palembang

Merisa Julianti
Universitas Katolik Musi Charitas
E-mail: marisayulianti6@gmail.com

Article History:
Received: 17 Desember 2024
Revised: 15 Februari 2025
Accepted: 06 Maret 2025

Keywords: *Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan*

Abstract: *This study aims to examine the significant impact of price on customer satisfaction at Mie Gacoan Palembang, investigate the influence of product quality on customer satisfaction, and explore the effect of service quality on customer satisfaction levels. The research employs a quantitative methodology. The study population encompasses all customers of Mie Gacoan Palembang, with a sample size of 100 respondents. Data collection was conducted through a research instrument that had been validated and tested for reliability. The data analysis method employed in this research was multiple regression analysis. The research findings, at a significance level of 5%, revealed that price exerts a positive influence on customer satisfaction, product quality provides a positive impact on job satisfaction, and service quality demonstrates a positive and significant effect on customer satisfaction.*

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia terus berkembang dengan pesat, menghadirkan berbagai inovasi dan variasi produk untuk konsumen. Salah satu merek yang cukup populer adalah Mie Gacoan, yang terkenal dengan cita rasa pedasnya. Di Palembang, Mie Gacoan telah menjadi pilihan utama masyarakat setempat. Sebuah organisasi bisnis perlu melakukan inovasi guna menyelami karakteristik serta preferensi konsumennya. Pengkajian mendalam terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan dapat memberikan wawasan strategis bagi lembaga dalam merancang pendekatan pemasaran yang bertujuan menciptakan kepuasan pelanggan (Kotler and Armstrong 2001). Faktor krusial dalam memenangkan persaingan pasar terletak pada kemampuan memberikan nilai tambah serta memenuhi ekspektasi konsumen melalui penyediaan produk dan layanan bermutu dengan penetapan harga yang kompetitif.

Merujuk pada pandangan (Kotler and Armstrong 2008), perusahaan saat ini perusahaan dewasa ini berhadapan dengan ranah penetapan harga yang sangat dinamis dan berubah secara drastis. Kendati demikian, penurunan harga kerap bukan solusi optimal. Pengurangan biaya yang tidak perlu berpotensi menghilangkan keuntungan dan memicu persaingan harga yang merugikan. Tindakan tersebut dapat mengisyaratkan kepada pelanggan bahwa harga lebih bernilai dibandingkan dengan proposisi nilai yang disampaikan oleh merek. Sebaliknya, perusahaan perlu menawarkan nilai, bukan sekadar harga. Mereka wajib meyakinkan konsumen bahwa manfaat yang diterima setimpal dengan besaran harga yang dibebankan pada merek tertentu. Tantangan

utamanya terletak pada pencapaian penetapan harga yang memungkinkan perusahaan memperoleh keuntungan memadai selaras dengan nilai yang diciptakan untuk pelanggan. Dalam perspektif sempit, harga merupakan besaran nominal yang dibebankan atas suatu produk atau layanan. Sedangkan dalam cakupan luas, harga mencerminkan nilai yang diberikan kepada pelanggan guna memperoleh manfaat optimal dari penggunaan produk atau jasa perusahaan.

Mengacu pada penelitian Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (1999), tanggapan pelanggan terhadap perbedaan antara proyeksi awal dan performa aktual produk menggambarkan derajat pemenuhan atau ketidaksesuaian harapan. (Richard and Oliver L. 1993) menerangkan bahwa tingkat penerimaan ditentukan oleh selisih antara persepsi kinerja dan standar yang diharapkan. Dalam ranah bisnis kuliner, kepuasan pelanggan merupakan prasyarat keberhasilan. (Kotler & Keller 2016) menjelaskan bahwa kepuasan terbentuk melalui proses perbandingan antara pengalaman nyata dengan ekspektasi awal konsumen. (Kotler & Keller, 2016 : 144). Pada konteks Mie Gacoan, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci: penetapan harga yang bersaing, kualitas produk yang konsisten, serta kualitas pelayanan yang memenuhi harapan perusahaan.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menyelidiki serta mengeksplorasi determinan yang memengaruhi tingkat apresiasi pelanggan Mie Gacoan di wilayah Palembang, dengan menitikberatkan pada parameter harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Melalui pendekatan sistematis ini, penelitian bertujuan memberikan rekomendasi strategis yang dapat dimanfaatkan oleh tim manajemen Mie Gacoan guna mengoptimalkan pendekatan pemasaran dan pengembangan operasional mereka.

Merujuk pada pandangan (Kotler and Armstrong 2001), harga merepresentasikan besaran nilai yang dipertukarkan oleh para konsumen guna memperoleh atau memanfaatkan produk tertentu. Dalam perspektif konsumen, penetapan harga memiliki signifikansi yang mendalam terhadap penilaian kualitas produk dan proses pengambilan keputusan pembelian, mengingat kecenderungan masyarakat yang mengaitkan harga dengan standar mutu barang. Konsekuensinya, untuk mendapatkan produk berkualitas, konsumen mesti bersedia melakukan pengorbanan ekonomis dengan membayar harga yang relatif tinggi.

Merujuk pada pandangan (Alma 1992) terdapat tiga strategi penetapan harga yang dapat dipertimbangkan: (1) Penetapan harga di atas pesaing: Pendekatan ini dapat dilaksanakan apabila produsen mampu meyakinkan konsumen melalui keunggulan produk. Produk yang ditawarkan memiliki kualitas produk superior, desain yang memikat, serta karakteristik pembeda dari produk sejenis yang telah beredar. (2) Penetapan harga di bawah pesaing: Strategi ini dipilih guna menarik pelanggan untuk produk baru yang masih membutuhkan pengakuan pasar. (3) Penetapan harga kompetitif: Metode ini bertujuan mencegah perpindahan pelanggan ke alternatif lain. Kesimpulan dari pandangan para pakar menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dibentuk melalui konstruksi perseptual dan proyeksi harapan konsumen. Dengan demikian, para penyedia produk wajib memperhatikan variabel yang memengaruhi dinamika produk. Di samping penetapan harga, kualitas produk turut memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kualitas produk dapat ditelaah melalui beragam parameter, mencakup performa, karakteristik, reliabilitas, serta ketangguhan. Produk yang memenuhi standar mutu tinggi akan secara positif memperkuat respons kepuasan pelanggan dan mendorong kesetiaan berkelanjutan.

Pemberian layanan yang berkualitas merupakan elemen fundamental dalam membentuk interaksi positif dengan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dievaluasi melalui lima dimensi: *tangibles, reliability*, *responsiveness, assurance*, dan *empathy*. Layanan yang memenuhi harapan akan memperkokoh relasi antara konsumen dan entitas usaha. Dalam situasi demikian, para

pengelola usaha perlu menitikberatkan upaya pada pencapaian kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mampu membangkitkan minat pembelian. Salah satu contoh konkret dalam ranah kuliner yang memperhatikan dinamika harga, kualitas produk, dan pelayanan sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan adalah Mie Gacoan.

Usaha kuliner Mie Gacoan merupakan usaha waralaba restoran yang telah berdiri sejak tahun 2016 di Kota Malang, Indonesia. Usaha ini telah memiliki berbagai cabang diseluruh Indonesia termasuk di Kota Palembang. Konsumen di Kota Palembang memiliki ketertarikan tinggi terhadap menu yang disediakan. Mie Gacoan memiliki ciri khas yaitu mie dengan rasa pedas dan gurih. Kuliner pedas dan gurih ini merupakan kuliner yang banyak disukai oleh masyarakat Indonesia terutama Kota Palembang. Usaha tersebut telah memiliki berbagai cabang dimana – mana telah berhasil melayani puluhan ribu pelanggan setiap bulannya dan terus berlanjut hingga sekarang. Hal tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah *followers* media social Mie Gacoan yang terus meningkat.

Tabel 1. Pertumbuhan *followers* Instagram Mie Gacoan di Palembang

Tahun	Jumlah *Followers*
2022	5.800
2023	15.650
2024	32.200

Sumber : @miegacoansumatra (2024)

Dapat dilihat tabel 1 menampilkan pertumbuhan *followers* dari usaha Mie Gacoan yang melambung tinggi pelanggannya. Hal ini bukan hanya jumlah peminat Mie Gacoan tetapi karena harga serta rasa yang diciptakan oleh usaha ini sangat diterima oleh masyarakat terutama di daerah Palembang. Popularitas Mie Gacoan tercermin melalui pertumbuhan penggemar media sosial, yang dilandasi oleh kepuasan pelanggan yang memenuhi berbagai preferensi konsumen. Keunggulan produk tersebut meliputi penetapan harga terjangkau, kualitas rasa yang memukau dengan perpaduan gurih dan pedas, serta aksesibilitas yang sangat mendukung proses pembelian. Perkembangan pengikut pada platform Instagram menunjukkan peningkatan signifikan, dari 5.800 followers pada tahun 2022 menjadi 32.200 followers pada tahun 2024, yang mengindikasikan daya tarik yang konsisten dari merek tersebut. Selain itu dapat dilihat dari tingkat antusias masyarakat Palembang untuk memperoleh Mie Gacoan dengan antrian yang Panjang diprediksi akan bertahan lama karena masyarakat di Palembang telah mengenal usaha kuliner tersebut dengan baik. Data tersebut mengungkapkan kecenderungan konsumen untuk mengikuti akun Instagram guna memperoleh informasi terkini seputar promosi menarik, seperti diskon atau paket hemat. Antusiasme tersebut dilandasi oleh keinginan untuk mendapatkan nilai optimal melalui tawaran spesial. Selain itu, pengalaman konsumen di Mie Gacoan Palembang menunjukkan tingkat kepuasan yang signifikan, yang didasarkan pada kombinasi harga kompetitif, kualitas produk yang memenuhi harapan, serta standar kualitas pelayanan yang prima.

Temuan penelitian mendapati sejumlah kendala yang dihadapi mie gacoan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Pertama, berkaitan dengan kualitas produk, teridentifikasi keluhan signifikan mengenai penyajian mie yang tidak optimal. Pelanggan mengungkapkan ketidakpuasan terhadap temperatur hidangan yang dingin serta distribusi bumbu yang tidak merata, mengakibatkan tampilan produk terkesan pucat dan kurang menarik. Permasalahan kedua merujuk pada kualitas pelayanan yang belum memadai. Staf menunjukkan sikap yang kurang responsif dan ramah. Beberapa persoalan mencakup pengabaian terhadap keluhan pelanggan, kondisi meja yang

tidak terpelihara dengan baik, serta keberadaan nampan yang kotor dengan sisa-sisa sampah yang masih menempel.

Penelitian ini telah diverifikasi dan ditelaah secara mendalam berkenaan dengan dampak Kualitas pelayanan, kualitas produk, serta harga terhadap kepuasan pelanggan. Temuan riset yang disampaikan oleh (Asti dkk. 2020) mengindikasikan bahwa Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga memperlihatkan pengaruh bermakna pada kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, penelusuran yang dilakukan (Arisandi dkk. 2021) mengemukakan bahwa Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga tidak menunjukkan signifikansi yang berarti terhadap kepuasan pelanggan. penelitian yang dilakukan oleh (Agung et al. 2022) mengungkapkan bahwa kualitas produk dan harga memberikan kontribusi yang bermakna pada kepuasan pelanggan. Namun, kualitas pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan temuan dari riset sebelumnya mendorong peneliti untuk mengkaji lebih mendalam perihal pengaruh harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Palembang.

Setelah melakukan tinjauan pustaka dan menelaah penelitian terdahulu yang menjadi landasan konseptual, penelitian ini memungkinkan perumusan hipotesis dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Penetapan harga yang selaras dengan persepsi nilai pelanggan akan meningkatkan tingkat apresiasi mereka. Ketika konsumen menilai bahwa kontribusi finansial mereka sebanding dengan manfaat yang diperoleh, mereka akan menunjukkan respons positif terhadap transaksi yang dilakukan. Merujuk pada penelitian yang dilaksanakan oleh (Sholihah et al. 2022), diungkapkan bahwa kualitas produk memberikan kontribusi positif dan bermakna pada kepuasan konsumen, sejalan dengan temuan penelitian (Kumrotin dkk. 2021), yang menegaskan pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjabaran tersebut, rumusan hipotesis penelitian adalah:

H1: Diduga harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan di Palembang.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Produk bermutu unggul lazimnya memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan, yang selanjutnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Kualitas produk yang berkualitas meliputi ketahanan, reliabilitas, serta performa yang konsisten. Merujuk pada penelitian yang dilaksanakan oleh (Ayu et al. 2024) mengungkapkan bahwa kualitas produk memberikan kontribusi positif dan bermakna terhadap kepuasan pelanggan, sejalan dengan temuan penelitian yang dihasilkan oleh (Ilmi 2021), yang turut menegaskan pengaruh positif dan signifikan kualitas produk pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjabaran tersebut, rumusan hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Diduga kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan di Palembang.

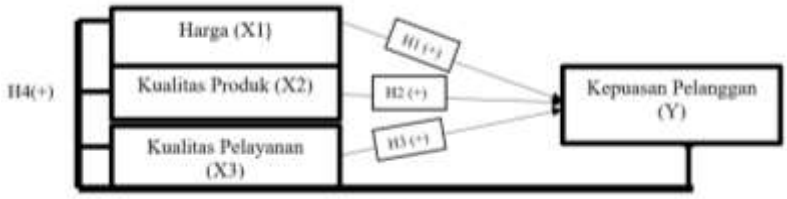
Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pemberian layanan yang berkualitas, mencakup daya tanggap, kesopanan, serta kemampuan penyelesaian persoalan, akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa dihormati dan diperlakukan secara santun, mereka memperlihatkan kecenderungan

kepuasan yang lebih tinggi terhadap pengalaman mereka. Penelitian yang dilaksanakan oleh (Nasution 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan bermakna terhadap kepuasan pelanggan, sejalan dengan temuan (Safitri et al. 2023), yang menegaskan hal serupa. Berdasarkan penjabaran tersebut, rumusan hipotesis penelitian adalah:
H3 : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan di Palembang.

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Perpaduan antara penetapan tarif yang berdaya saing, kualitas produk yang unggul, dan pelayanan bermutu akan secara simultan meningkatkan tingkat pemenuhan harapan pelanggan. Setiap variabel tersebut saling melengkapi dan memperkokoh dalam membentuk pengalaman positif konsumen. Merujuk pada penelitian yang dilakukan (Asti dkk. 2020), serta (Sinaga dkk. 2020), keduanya menegaskan bahwa penetapan tarif, kualitas produk, dan standar pelayanan memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap tingkat pemenuhan harapan konsumen. Berdasarkan pemaparan tersebut, rumusan hipotesis penelitian adalah:
H4 : Diduga harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan di Palembang.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang dipergunakan merupakan riset kuantitatif berbentuk asosiatif. Merujuk pada pandangan pakar (Sari dan Jufrizen 2019), penelitian ini melibatkan dua atau lebih variabel untuk mengidentifikasi korelasi antarunsur yang diteliti. Dengan demikian, maksud pokok dari penelitian ini ialah menelaah pengaruh harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Penelitian ini difokuskan pada khalayak konsumen Mie Gacoan yang berdomisili di wilayah Palembang. Merujuk pada pandangan pakar metodologi penelitian, populasi dimaknai sebagai lingkup representatif dari entitas atau pelaku yang memiliki kekhasan spesifik, layak untuk ditelaah secara mendalam sebelum dilakukan pengukuran capaian. Populasi yang menjadi sasaran penelitian ini mencakup para konsumen yang telah melaksanakan transaksi pembelian dan pernah menikmati produk Mie Gacoan.

Metode pemilihan responden dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan selektif berdasarkan kriteria spesifik yang telah ditetapkan. Menurut pandangan (Hermawan 2017) teknik pemilihan responden ini merupakan prosedur penetapan subjek penelitian dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden yang digunakan meliputi: individu yang telah mengonsumsi produk Mie Gacoan di wilayah Palembang dan telah melaksanakan proses pembelian produk Mie Gacoan sekurang-kurangnya dua kali.

Metode penghimpunan informasi yang diaplikasikan dalam riset ini dilaksanakan melalui

penyebaran angket menggunakan platform google form. Merujuk pada pandangan pakar metodologi penelitian (Sugiyono 2020) instrumen angket merupakan prosedur sistematis untuk mengumpulkan keterangan dengan menyampaikan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden guna memperoleh tanggapan. Dengan demikian, angket dapat menjadi sarana pengumpulan data yang tepat manakala peneliti telah mengenali variabel terukur dan memahami ekspektasi subjek penelitian. Instrumen pengukuran yang digunakan merujuk pada gradasi Skala Likert dengan rentang 1-5.

Uji validitas dimanfaatkan untuk menentukan kelayakan instrumen penelitian. Sebuah instrumen dinyatakan sahih manakala butir-butir pertanyaan mampu mengungkapkan konstruk yang dimaksudkan dalam penelusuran(Ghozali 2005)

Uji reliabilitas merupakan metode pengukuran yang menilai konsistensi instrumen sebagai penanda variabel. Instrumen dianggap handal apabila respons yang diberikan menunjukkan kestabilan sepanjang periode pengamatan (Ghozali 2005)

Uji asumsi klasik merupakan langkah persiapan sebelum melaksanakan analisis regresi linier. Menurut (Ghozali 2011). rangkaian uji prasyarat dalam riset ini mencakup uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas sebaran data.

Prosedur uji t dan uji F dilaksanakan guna mengidentifikasi signifikansi hubungan antarpeubah. Uji t pada hakikatnya mengungkapkan derajat pengaruh satu peubah bebas dalam menjelaskan variasi peubah independen (Ghozali 2005). Uji F diselenggarakan untuk menelaah apakah peubah bebas secara kolektif memengaruhi peubah terikat. Selanjutnya, pengkajian koefisien determinan (R^2) bertujuan menetapkan presisi optimal dalam analisis regresi. Hal tersebut tercermin melalui rentang koefisien determinan (R^2) berkisar antara 0 hingga 1. Apabila koefisien determinasi (R^2) peubah independen bernilai nol, maka tidak terdapat pengaruh terhadap peubah dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Harga (X1)

No. Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,809	0.195	Valid
2	0,781	0.195	Valid
3	0,783	0.195	Valid
4	0,832	0.195	Valid
5	0,821	0.195	Valid
6	0,808	0.195	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

No. Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,789	0.195	Valid
2	0,812	0.195	Valid
3	0,805	0.195	Valid
4	0,814	0.195	Valid
5	0,790	0.195	Valid
6	0,802	0.195	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)

No. Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,786	0.195	Valid
2	0,741	0.195	Valid
3	0,783	0.195	Valid
4	0,772	0.195	Valid
5	0,777	0.195	Valid
6	0,780	0.195	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No. Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,728	0.195	Valid
2	0,769	0.195	Valid
3	0,763	0.195	Valid
4	0,767	0.195	Valid
5	0,756	0.195	Valid
6	0,719	0.195	Valid
7	0,725	0.195	Valid
8	0,706	0.195	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa setiap variabel memenuhi kriteria validitas, sebab nilai korelasi empiris (Rhitung) yang diperoleh melampaui ambang batas referensi statistik (Rtabel).

Tabel 6. Hasil Uji Realiabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Harga (X1)	0,891	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,889	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,865	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,883	Reliabel

Sumber: Data diolah (2024)

Merujuk pada variabel yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria kehandalan, sebab nilai koefisien Cronbach's alpha melampaui ambang batas 0,7.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[ab]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5.87332385
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.045
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		**.200**

Sumber: Data diolah (2024)

EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.4, No.3, Maret 2025

Merujuk pada tabel 7, hasil pengujian normalitas melalui metode Kolmogorov Smirnov dengan Asymp.sig Test memperlihatkan nilai 0,200 yang melampaui ambang 0,05, mengindikasikan sebaran data mengikuti distribusi normal secara statistik.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	*Cronbach's Alpha* Tolerance	Keterangan VIF
Harga (X_1)	0,685	1,461
Kualitas Produk (X_2)	0,875	1,143
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,722	1,385

Sumber: Data diolah (2024)

Merujuk pada hasil pengujian multikolinieritas, data menampilkan bahwa setiap variabel independen memperlihatkan nilai toleransi di atas 0,10, serta perhitungan Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10. Kondisi tersebut mengindikasikan tidak terdapatnya gejala multikolinearitas dalam model regresi yang dibangun.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.149	1.550		1.386	.169
	Harga	.063	.078	.098	.805	.423
	Kualitas Produk	.077	.071	.117	1.094	.277
	Kualitas Pelayanan	.005	.078	.008	.070	.945

Sumber: Data diolah (2024)

Merujuk pada hasil uji heteroskedastisitas, temuan mengindikasikan bahwa setiap model memperlihatkan nilai probabilitas yang melampaui ambang 0,05. Hal ini menandakan tidak terdapatnya keseragaman varian antara residual pada setiap observasi, dengan demikian tidak terdeteksi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang dianalisis.

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	**(Constant)**	6.538	2.619		2.496	.014
	Harga	.367	.132	.284	2.787	.006
	Kualitas Produk	.279	.120	.211	2.331	.022
	Kualitas Pelayanan	.311	.132	.234	2.350	.021

Sumber: Data diolah (2024)

Merujuk pada hasil pengujian regresi linear berganda, temuan statistik mengungkapkan nilai konstanta sebesar 6,538. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika variabel harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) tidak mengalami perubahan, maka kepuasan pelanggan akan tetap konstan pada angka 6,538. Selanjutnya, analisis menunjukkan bahwa harga memperlihatkan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,367.

Demikian pula, kualitas produk menampilkan kontribusi positif sebesar 0,279, sementara kualitas pelayanan turut memberikan pengaruh positif dengan nilai 0,311 terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 11. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1571.413	**3**	523.804	**14.724**	**.001[b]**
	Residual	3415.097	**96**	35.574		
	Total	4986.510	**99**			

Sumber: Data diolah (2024)

Merujuk pada tabel 12, terungkap bahwa besaran F-statistik untuk variabel harga (X1), kualitas produk (X2), serta kualitas layanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai f-tabel 2.70 dan F-statistik 14.724, dengan tingkat signifikansi 0.001 pada taraf α 0.05. Perbandingan menunjukkan F-statistik melampaui f-tabel, sedangkan signifikansi berada di bawah α. Kesimpulannya, harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memberikan kontribusi positif dan bermakna terhadap kepuasan pelanggan (Y). Temuan ini sejalan dengan riset sebelumnya oleh (Ayunani et al. 2023) serta (Triongko et al. 2022), yang menegaskan pengaruh signifikan variabel tersebut pada kepuasan pelanggan.

Tabel 12. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	**Adjusted R Square**	Std. Error of the Estimate
1	0.561[a]	0.315	**0.294**	5.964

Sumber: Data diolah (2024)

Merujuk pada hasil pengujian analisis koefisien determinasi yang tertera dalam tabel, nilai R Square sebesar 0,294 mengindikasikan bahwa 29,4% fluktuasi variabel kepuasan pelanggan dapat diterangkan oleh variasi tiga variabel bebas: harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Adapun 70,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang tidak tercakup dalam kerangka penelitian ini.

Tabel 13. Hasil Uji Signifikan Persial (Uji t-Test)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.538	2.619		2.496	.014
	Harga	0.367	0.132	0.284	2.787	.006
	Kualitas Produk	0.279	0.120	0.211	2.331	.022
	Kualitas Pelayanan	0.311	0.132	0.234	2.350	.021

Sumber: Data diolah (2024)

Pembahasan

Pengaruh harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Harga merupakan salah satu faktor determinan yang memengaruhi keputusan pembelian serta kepuasan pelanggan. Ketika harga produk dinilai selaras dengan manfaat yang diterima, pelanggan cenderung mencapai tingkat kepuasan optimal. Harga yang berdaya saing mampu meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk atau layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan data yang tersaji, dapat diidentifikasi bahwa nilai uji (t-hitung) sebesar 2,787 dibandingkan dengan nilai pengujian (t-tabel) 1,984 serta tingkat signifikansi 0,006 dengan taraf kesalahan 0,05, menunjukkan bahwa nilai uji melampaui nilai pembanding, dan tingkat signifikansi berada di bawah taraf kesalahan yang ditetapkan. Temuan statistik mengungkapkan bahwa pada pengujian satu sisi dengan taraf kepercayaan 5%, harga (X1) memberikan kontribusi positif dan bermakna terhadap kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sukmawati 2018) dan (Wijaya 2017) yang menegaskan adanya hubungan positif dan signifikan antara harga dan kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Kualitas produk merupakan determinan fundamental yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Produk bermutu tinggi mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi konsumen, yang selanjutnya meningkatkan tingkat apresiasi mereka. Kualitas produk meliputi parameter seperti ketangguhan, reliabilitas, serta performansi barang. Berdasarkan data yang tersaji, dapat diidentifikasi bahwa nilai uji statistik sebesar 2.331 dibandingkan dengan nilai standar pembanding 1.984 dan signifikansi 0.022 dengan taraf kesalahan 0.05, menunjukkan bahwa nilai uji statistik lebih besar dari pembanding, serta nilai signifikansi lebih rendah dari taraf kesalahan yang ditetapkan. Temuan statistik mengindikasikan bahwa pada pengujian satu arah dengan tingkat kepercayaan 5%, kualitas produk (X2) memberikan kontribusi positif dan bermakna terhadap kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini sejalan dengan riset yang dihasilkan oleh (Maramis et al. 2018) dan (Lite 2017), yang menegaskan korelasi positif signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Kualitas pelayanan meliputi ragam dimensi, mencakup ketangkasan, kesantunan, serta keterampilan tenaga profesional dalam memberikan layanan kepada para pelanggan. Pelayanan bermutu mampu mengoptimalkan pengalaman pelanggan secara menyeluruh dan meningkatkan derajat pemenuhan harapan mereka. Pelanggan yang merasa dihormati dan terlayani secara prima memperlihatkan kecenderungan kepuasan yang lebih tinggi terhadap produk atau layanan yang mereka terima. Berdasarkan data yang tersaji, hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 2.350 dibandingkan dengan nilai t-tabel 1.984, dengan tingkat signifikansi 0.021 pada taraf α 0.05, memperlihatkan bahwa nilai t-hitung melampaui nilai t-tabel, sementara nilai signifikansi berada di bawah α. Berdasarkan analisis statistik dengan pengujian satu sisi pada tingkat kepercayaan 5%, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X3) memberikan kontribusi positif dan bermakna secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y). Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aswad beserta rekan (2018) serta Gofur (2019), yang menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Temuan riset mengungkapkan adanya korelasi positif dan bermakna antara variabel harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan. Mie Gacoan perlu senantiasa memahami bahwa konsumen akan merasa terpenuhi apabila tarif selaras dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan, mutu produk yang terjamin, dan layanan yang sesuai dengan harapan. Pendekatan strategis ini berpotensi mengoptimalkan tingkat kepuasan pelanggan serta mendorong keberhasilan usaha secara menyeluruh di wilayah Palembang.

Riset ini memiliki lingkup terbatas, mencakup tiga variabel independen yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga guna menelaah proses prediksi terhadap kepuasan pelanggan. Merujuk pada pustaka yang telah dikaji, disarankan kepada penelaah selanjutnya untuk mempertimbangkan penambahan variabel alternatif, seperti citra merek (Permatasari dkk. 2018), brand image (Hidayani dkk. 2023) , dan lokasi (Bentar dkk. 2018).

DAFTAR REFERENSI

Agung Wicaksono, Dani, Trias Ayu Laksanawati, And Dwi Budian Ningsih. 2022. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Pak Miad Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang." *Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis* 2.

Alma, Buchari. 1992. *Dasar-Dasar Bisnis Dan Pemasaran* . Sulawesi Selatan.

Arisandi, Debby, Aan Shar, And Rizky Hariyadi. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Belanja Busana Secara Daring." *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis* 10(2).

Asti, Eka, And Eka Ayuningtyas. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(01):1–14. Doi: 10.37366/Ekomabis.V1i01.2.

Aswad, Syaiful, And Ronald Wangdra. 2018. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center*. Vol. 6.

Ayu, Linda L., Bella Syaharani, Salsabila Haffaf, Dan Tifanny Fa, Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, And Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya. 2024. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan Iv (Senastitan Iv) Surabaya*.

Ayunani, Nadila Alya, ; Yanuar Varadina, ; Ayu, And Nurafni Octavia. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 21(3):290–99.

Bentar, And Maduretno Widowati. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Kosumen (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal / Ss." *Fokus Ekonomi* 13(1):62–79.

Fandy, Tjiptono. 1999. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cetakan Ketiga, Andi.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivarians Dengan Program Spss*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gofur, Abdul. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Urnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb)*.

Hermawan, P. 2017. "Perancangan Tata Letak Jalur Di Stasiun Lahat Utuk Mendukung Operasional Jalur Kereta Api Ganda Lintas Layanan Muara Enim – Lahat." *Tugas Akhir. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.*

Hidayani, Novika, And Muhammad Arief. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bittersweet By Najla." *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan* 6(1):2023.

Ilmi, Nadhila. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan M22 Mini Café Surabaya) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 10(6).

Kotler, &. Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, And Garry Armstrong. 2001. *Manajemen Pemasaran.* Ii. Jakarta: Pt. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip, And Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 1st Ed. Jakarta: Erlangga.

Kumrotin, Evi Laili, And Ari Susanti. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo." *Jurnal Manajemen* (1).

Lite. 2017. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Konsumen." *Al – Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora*.

Maramis, F. S., J. L. Sepang, And A. S. Soegoto. 2018. "The Influence Of Product Qulity, Price And Quality Of Service To Customer Satisfaction At Pt. Air Manado." *Jurnal Emba* 6(3):1658–67.

Nasution, Nursamsiah. 2022. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Pada Restauran Pondok Jambu Di Padang Lawas*.

Permatasari, Sintya Indah, And Djowoto. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 7(8).

Richard, And Oliver L. 1993. "Cognitif Affective And Atribute Bases Of The Satisfaction Respons." *Journal Of Customer Research* 20.

Safitri, Lia, Zulkifli Musannip, Efendi Siregar, And Mulya Rafika. 2023. *The Influence Of Price, Product Quality, And Service Quality On Customer Satisfaction At Home Smart Rantauprapat*. Vol. 6.

Sari, Maya, And Dan Jufrizen. 2019. "Pengaruh Price Earning Ratio Dan Return On Asset Terhadap Price To Book Value." *Jurnal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi* 10(2):196–203. Doi: 10.22225/Kr.10.2.903.196-203.

Sholihah, Malikatus, Tri Bodroastuti, And Lita Apriani Rustian. 2022. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Tempe." *Jurnal Ilmiah Aset* 24(2):121–31. Doi: 10.37470/1.24.2.206.

Sinaga, A., S. Sihombing, And D. Sitanggang. 2020. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Coffeenatics Medan." *Jrak* 6(1):119–44.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukmawati, Rina. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta." *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 7(2).

Triongko, Budi, Untung Widodo, And Maduretno Widowati. 2022. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Aki Incoe Pt Meka Adipratam Di Kota Semarang)." *Fokus Emba* 1(2).

Wijaya, Cynthia Violita. 2017. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Terhadap Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy." Agora, 5(1).