

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper Jakarta Utara

Ratna Juwita ¹, Isyana Emita ²

Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}

Jl. Kayu Jati V No.2, RT.8/RW.5, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13220

Email: ratnawita080@gmail.com¹, isyana.iea@bsi.ac.id²

Submit:
04-09-2026

Revisi:
14-09-2026

Terima
15-09-2026

Terbit Online:
21-09-2026

ABSTRAKSI

Abstrak - Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan antara ekspektasi konsumen dengan kondisi operasional pada periode awal pembukaan Mie Gacoan Plumpang Semper yang tercermin melalui keluhan pelanggan pada Google Maps. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial dan simultan. Metode penelitian menggunakan pendekatan asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper Jakarta Utara yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden yang ditentukan melalui rumus Lemeshow. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 2,705$; $sig. = 0,008$), kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 3,099$; $sig. = 0,003$), serta kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($F = 49,181$; $sig. = 0,000$). Nilai R Square sebesar 0,511 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 51,1%, sedangkan sisanya sebesar 48,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Servqual, Karakteristik Produk, Evaluasi Operasional.

ABSTRACT

Abstracts - This research is motivated by the gap between consumer expectations and operational conditions during the initial opening period of Mie Gacoan Plumpang Semper, reflected in customer complaints on Google Maps. This study aims to determine the effect of service quality (X1) and product quality (X2) on customer satisfaction (Y), both partially and simultaneously. The research uses a causal associative approach. The population consists of all consumers of Mie Gacoan Plumpang Semper Branch, North Jakarta, whose exact number is unknown. The sampling technique uses *purposive sampling* with 97 respondents determined through the Lemeshow formula. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression with SPSS 24. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 2,705$; $sig. = 0,008$), product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction ($t = 3,099$; $sig. = 0,003$), and both variables simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction ($F = 49,181$; $sig. = 0,000$). The R Square value of 0,511 indicates that both variables explain 51,1% of customer satisfaction, while the remaining 48,9% is influenced by other variables outside this study.

Keywords: Servqual, Product Characteristics, Operational Evaluation.

1. PENDAHULUAN

Industri penyediaan makanan dan minuman di Indonesia menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan pesat yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dalam publikasi Perkembangan Usaha Penyediaan Makanan Minuman di Indonesia Tahun 2024, kategori usaha penyediaan makanan dan minuman didominasi oleh rumah makan dan restoran dengan persentase 47,59%, diikuti oleh

PMM lainnya sebesar 33,12%, PMM keliling atau tempat tidak tetap sebanyak 13,73%, serta jasa boga sebesar 5,56%. Kondisi ini menggambarkan tingginya persaingan pada sektor kuliner yang menuntut setiap pelaku usaha untuk terus berkembang dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Salah satu pelaku usaha kuliner yang berkembang pesat di Indonesia adalah Mie Gacoan. Pertama kali dibuka di Kota Malang, Jawa Timur pada tahun 2016, kini Mie Gacoan telah berkembang di bawah naungan

PT. Pesta Pora Abadi dengan mengusung konsep *dine in* dan *take away*. Besarnya skala bisnis Mie Gacoan tercermin dari capaiannya di tingkat nasional, di mana berdasarkan data *United States Department of Agriculture* (USDA), Mie Gacoan menempati posisi ke-4 dari 10 restoran dengan nilai penjualan tertinggi di Indonesia pada tahun 2024 (Muhamad, 2026). Posisi tersebut menunjukkan tingginya skala dan daya saing Mie Gacoan di industri kuliner, sehingga konsistensi pengalaman pelanggan menjadi penting untuk dipertahankan pada setiap cabang.

Objek penelitian dalam studi ini adalah Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara, yang baru beroperasi sejak 31 Januari 2026. Lokasi gerai yang berada di kawasan strategis dengan mobilitas masyarakat yang tinggi memicu antusiasme yang besar, sekaligus menjadi tantangan bagi manajemen dalam menjaga stabilitas kualitas pelayanan dan produk pada awal masa operasionalnya. Tantangan tersebut tercermin dari ulasan konsumen melalui Google Maps selama periode 31 Januari hingga 30 April 2026, di mana dari 438 ulasan yang terkumpul, sebanyak 324 ulasan (73,97%) memberikan penilaian bintang 5. Namun, di balik capaian tersebut, sebanyak 114 ulasan lainnya (26,03%) yang tersebar pada rating bintang 1 hingga 4 menyoroti kendala operasional yang berulang, seperti waktu tunggu yang lama, sikap staf yang kurang ramah, hingga inkonsistensi produk. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi tinggi konsumen terhadap Mie Gacoan dengan realitas operasional yang belum sepenuhnya stabil pada masa awal operasional gerai baru tersebut, khususnya terkait kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

Permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang belum konsisten pada penelitian terdahulu. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya kesenjangan empiris yang mengindikasikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan tidak selalu sama pada setiap objek penelitian. Selain itu, penelitian terdahulu yang menjadi rujukan belum secara khusus mengkaji kondisi kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara, yang masih berada pada masa awal operasional. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial, kualitas produk secara parsial, serta kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara.

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut:

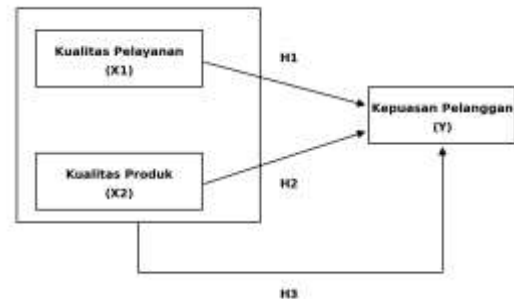
Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2). Menurut Parasuraman, Berry, dan Zeithaml (1988), kualitas Pelayanan (X1) diukur melalui lima dimensi

SERVQUAL, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) (Sampara, 2025).

Menurut Kotler (2018), kualitas Produk (X2) diukur melalui delapan dimensi, yaitu *performance* (kinerja), *features* (fitur), *conformance* (kesesuaian), *reliability* (keandalan), *durability* (ketahanan), *serviceability* (kemampuan diperbaiki), *aesthetics* (estetika), dan *perceived quality* (kualitas yang dipersepsikan) (Hidayati & Wibowo, 2023).

Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Tjiptono (2006), kepuasan pelanggan diukur melalui tiga indikator, yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Adhari, 2021).

Hubungan antar variabel tersebut digambarkan dalam kerangka berpikir berikut:



Sumber: (Peneliti, 2026)

Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. H1: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara.
2. H2: Diduga kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara.
3. H3: Diduga kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara.

2. METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah yang menekankan pada pengumpulan data dalam bentuk angka yang terukur secara kuantitatif, sedangkan pendekatan asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen (Zulfikar et al., 2024).

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal tersebut untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara.

Populasi ini bersifat tidak terbatas (*infinite population*) karena tidak tersedianya data resmi mengenai jumlah konsumen pada gerai tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* jenis *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Purposive sampling cenderung menghasilkan sampel dengan kualitas yang lebih baik karena kriteria pemilihan sampel telah ditetapkan secara jelas sejak awal sebelum proses pengambilan data dilakukan (Soesana et al., 2023).

Mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, besaran sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

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

Dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), proporsi populasi sebesar 0,5, dan *margin of error* sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 96,04 yang dibulatkan menjadi 97 responden.

Penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu kualitas pelayanan (X1) yang diukur melalui 14 item pernyataan, kualitas produk (X2) yang diukur melalui 11 item pernyataan, dan kepuasan pelanggan (Y) yang diukur melalui 6 item pernyataan. Item pernyataan disusun berdasarkan dimensi dan indikator masing-masing variabel yang mengacu pada teori yang digunakan dalam penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup yang disebarkan secara langsung kepada pengunjung di lokasi *outlet* maupun melalui media sosial WhatsApp dan Instagram, dengan pengukuran jawaban menggunakan Skala Likert 1-5, yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5), didukung dengan observasi langsung terhadap kondisi operasional gerai dan studi dokumentasi berupa profil perusahaan, sejarah singkat perusahaan, serta ulasan Google Maps.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji kualitas data yang terdiri atas (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik yang terdiri atas (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), uji regresi linear berganda, uji hipotesis yang terdiri atas (uji t dan uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2). Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS 24.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan.

3.1. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan derajat kebebasan ($df = n-2 = 97-2 = 95$) pada taraf signifikansi 5%, sehingga

diperoleh nilai r tabel sebesar 0,199. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel. Hasil pengujian pada seluruh item pernyataan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel
Kualitas Pelayanan (X1)	Karyawan Mie Gacoan memberikan pelayanan yang cepat	0,667	0,199
	Dalam memberikan layanan, karyawan Mie Gacoan selalu tepat dan akurat	0,523	0,199
	Karyawan Mie Gacoan selalu inisiatif memberikan bantuan kepada pelanggan	0,486	0,199
	Karyawan Mie Gacoan melayani pelanggan dengan tanggap	0,415	0,199
	Karyawan Mie Gacoan memiliki pengetahuan yang baik dalam melakukan pelayanan	0,450	0,199
	Karyawan Mie Gacoan mampu mengatasi keluhan pelanggan	0,459	0,199
	Karyawan Mie Gacoan memberikan pelayanan dengan sopan	0,498	0,199
	Saya merasa aman dan nyaman saat melakukan pembelian di Mie Gacoan	0,572	0,199
	Karyawan Mie Gacoan memahami permasalahan atau keluhan saya sebagai pelanggan	0,368	0,199
	Karyawan Mie Gacoan memberi perhatian kepada pelanggan	0,419	0,199
	Area outlet Mie Gacoan selalu terjaga dalam kondisi bersih dan nyaman	0,577	0,199
	Mie Gacoan memiliki perlengkapan yang sangat mendukung pelayanan	0,527	0,199
	Karyawan Mie Gacoan berpenampilan rapi dan memenuhi syarat	0,433	0,199
	Mie Gacoan memiliki sarana komunikasi yang baik bagi pelanggan, seperti papan informasi menu yang jelas dan sistem nomor antrean meja	0,396	0,199
Kualitas Produk (X2)	Produk utama Mie Gacoan yang ditawarkan memiliki karakteristik cita rasa	0,542	0,199

	yang lezat dan kualitas bumbu yang pas		
	Porsi makanan dan minuman Mie Gacoan mampu memenuhi kebutuhan konsumsi saya dengan baik	0,481	0,199
	Pilihan menu di Mie Gacoan cukup beragam sehingga saya tidak cepat bosan dengan satu varian saja	0,511	0,199
	Saya merasa dimudahkan dengan adanya opsi untuk menyesuaikan pesanan, seperti tingkat kepedasan, aneka macam minuman atau tambahan lainnya	0,528	0,199
	Kualitas produk Mie Gacoan selalu konsisten setiap kali saya melakukan pembelian	0,562	0,199
	Produk Mie Gacoan sesuai dengan informasi yang diberikan, baik dari segi rasa, ukuran, maupun tampilannya	0,529	0,199
	Mie yang digunakan oleh Mie Gacoan memiliki kualitas tinggi dan memberikan pengalaman makan yang menyenangkan	0,512	0,199
	Hidangan Mie Gacoan memiliki ketahanan tekstur yang baik (tidak mudah menggumpal atau lembek) setelah disajikan	0,515	0,199
	Saya merasa terbantu dengan adanya kebijakan penggantian produk jika terjadi kesalahan atau ketidaksesuaian pesanan	0,541	0,199
	Tampilan visual produk Mie Gacoan menarik, termasuk elemen tambahan yang mempercantik sajian	0,510	0,199
	Mie Gacoan memiliki reputasi yang baik dan layak dipercaya	0,650	0,199
	Produk yang diperoleh dari Mie Gacoan sesuai atau melebihi dari apa yang diharapkan	0,732	0,199
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pelayanan oleh karyawan Mie Gacoan sesuai atau melebihi yang diharapkan	0,627	0,199
	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang	0,617	0,199

	diberikan oleh karyawan Mie Gacoan memuaskan		
	Saya berminat untuk berkunjung kembali ke Mie Gacoan karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengonsumsi produk	0,612	0,199
	Saya bersedia menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk di Mie Gacoan karena pelayanannya memuaskan	0,658	0,199
	Saya bersedia menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk di Mie Gacoan Plumpang Semper karena nilai dan manfaat yang didapat setelah mengonsumsi produk	0,585	0,199

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

Berdasarkan Tabel 1, nilai r hitung pada variabel kualitas pelayanan (X1) berkisar antara 0,368 sampai 0,667, pada variabel kualitas produk (X2) berkisar antara 0,481 sampai 0,650, dan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) berkisar antara 0,585 sampai 0,732. Karena seluruh nilai r hitung $> r$ tabel (0,199), maka seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60. Semakin besar nilai yang diperoleh, maka semakin tinggi derajat konsistensi instrumen kuesioner yang digunakan. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,754	14	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,746	11	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,706	6	Reliabel

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

Berdasarkan Tabel 2, ketiga variabel menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

3.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

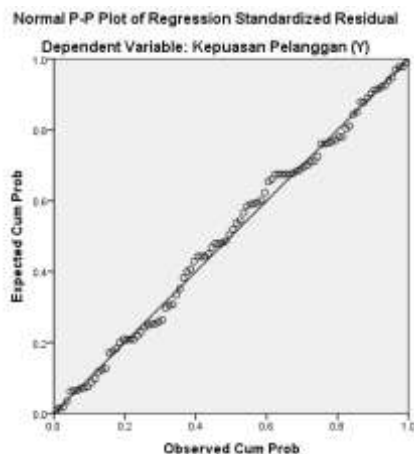
Uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk memastikan nilai residual pada model regresi memiliki sebaran yang normal. Data residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Test	
Unstandardized Residual	
N	97
Normal	.0000000
Parameters ^{a,b}	1.53112086 1.56648110
Most	.066 .057
Extreme	.052 .048
Differences	-.066 -.057
Test Statistic	.066
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

Berdasarkan Tabel 3, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh sebesar 0,200, yang berarti melampaui batas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual pada model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan dinyatakan berdistribusi normal.



Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

Gambar 2. Normal P-Plot of Regression Standardized Residual

Grafik Normal P-Plot pada Gambar 2 memperlihatkan bahwa sebaran titik-titik data mengikuti arah garis diagonal dan tidak menyimpang jauh darinya, yang mengindikasikan bahwa data residual memiliki distribusi mendekati normal. Hasil ini konsisten dengan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada Tabel 3, sehingga asumsi normalitas pada model regresi dinyatakan terpenuhi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dideteksi melalui Uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi setiap variabel independen berada di atas 0,05. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.

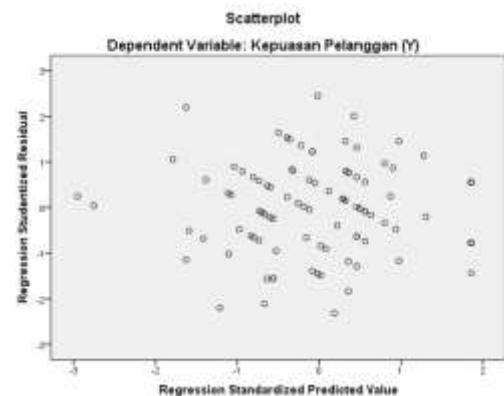
Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a					
Model	UnStandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.374	1.184		1.161	.249
Kualitas Pelayanan (X1)	.034	.034	.183	1.002	.319
Kualitas Produk (X2)	-.046	.040	-.209	-1.143	.256

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

Dependent Variable pada pengujian ini adalah nilai absolut residual (abs_res). Berdasarkan Tabel 4, Uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,319 untuk variabel kualitas pelayanan (X1) dan 0,256 untuk variabel kualitas produk (X2). Kedua nilai tersebut melampaui 0,05, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas.



Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

Gambar 3. Scatterplot

Pada Gambar 3, titik-titik data tersebar secara tidak beraturan tanpa membentuk pola tertentu, serta menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Pola sebaran ini sejalan dengan hasil Uji Glejser pada Tabel 4, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilaksanakan untuk mengidentifikasi keberadaan korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance lebih besar

dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	UnStandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.198	2.046		3.029	.003		
Kualitas Pelayanan (X1)	.159	.059	.348	2.705	.008	.313	3.192
Kualitas Produk (X2)	.215	.069	.399	3.099	.003	.313	3.192

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

Berdasarkan Tabel 5, variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) masing-masing menghasilkan nilai Tolerance sebesar 0,313 dan nilai VIF sebesar 3,192. Kedua nilai tersebut memenuhi kriteria Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas antar variabel independen.

3.3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengidentifikasi arah dan besaran pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien regresi merepresentasikan besaran perubahan pada variabel dependen akibat adanya perubahan pada variabel independen, sekaligus menunjukkan arah hubungan antarvariabel tersebut. Pada penelitian ini, estimasi koefisien regresi dijabarkan melalui analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS guna mengukur dampak kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis tersebut ditampilkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Regresi

Coefficients ^a						
Model		UnStandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.198	2.046		3.029	.003
	Kualitas Pelayanan (X1)	.159	.059	.348	2.705	.008
	Kualitas Produk (X2)	.215	.069	.399	3.099	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

$$Y = 6,198 + 0,159X_1 + 0,215X_2$$

Nilai konstanta sebesar 6,198 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan dan kualitas produk bernilai nol, maka kepuasan pelanggan berada pada

angka 6,198. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,159 dan kualitas produk (X2) sebesar 0,215 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada masing-masing variabel akan meningkatkan kepuasan pelanggan sesuai besaran koefisiennya, dengan variabel lain dianggap tetap. Kedua koefisien regresi bernilai positif, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk sama-sama memiliki arah pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

3.4. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dengan jumlah responden sebanyak 97, derajat kebebasan dihitung dengan rumus $df = n - k - 1 = 97 - 2 - 1 = 94$, sehingga pada taraf signifikansi 5% diperoleh t tabel sebesar 1,985. Suatu variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila t hitung > t tabel atau nilai signifikansi < 0,05. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		UnStandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.198	2.046		3.029	.003
	Kualitas Pelayanan (X1)	.159	.059	.348	2.705	.008
	Kualitas Produk (X2)	.215	.069	.399	3.099	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

Berdasarkan Tabel 7, variabel kualitas pelayanan (X1) menghasilkan t hitung sebesar 2,705 dengan signifikansi 0,008. Karena t hitung 2,705 > t tabel 1,985 dan nilai signifikansi 0,008 < 0,05, maka H1 diterima, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk (X2) menghasilkan t hitung sebesar 3,099 dengan signifikansi 0,003. Karena t hitung 3,099 > t tabel 1,985 dan nilai signifikansi 0,003 < 0,05, maka H2 diterima, yang berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan $df_1 = k = 2$ dan $df_2 = n - k - 1 = 97 - 2 - 1 = 94$ pada taraf signifikansi 5%, diperoleh F tabel sebesar 3,09. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	235.501	2	117.750	49.181	.000 ^b
Residual	225.056	94	2.394		
Total	460.557	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

Berdasarkan Tabel 8, diperoleh F hitung sebesar 49,181 dengan signifikansi 0,000. Karena F hitung $49,181 > F \text{ tabel } 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H3 diterima, yang berarti kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3.5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pada penelitian ini, uji koefisien determinasi dilakukan baik secara parsial maupun secara simultan. Koefisien determinasi simultan dihitung dengan rumus $KD = R^2 \times 100\%$, sedangkan koefisien determinasi parsial dihitung dengan rumus $KD = \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\%$.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Parsial

Coefficients ^a			
Model		Standardized Coefficients Beta	Zero-order
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan (X1)	.348	0,679
	Kualitas Produk (X2)	.399	0,688

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

$KD = \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% = 0,348 \times 0,679 \times 100\% = 23,6\%$. Berdasarkan Tabel 9, kualitas pelayanan (X1) secara parsial memberikan kontribusi sebesar 23,6% terhadap kepuasan pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 76,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel ini.

$KD = \text{Beta} \times \text{Zero Order} \times 100\% = 0,399 \times 0,688 \times 100\% = 27,5\%$. Berdasarkan Tabel 9, kualitas produk (X2) secara parsial memberikan kontribusi sebesar 27,5% terhadap kepuasan pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 72,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel ini.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 ^a	.511	.501	1.547

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: (Output SPSS 24, 2026)

$KD = R^2 \times 100\% = 0,511 \times 100\% = 51,1\%$. Berdasarkan Tabel 10, nilai R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,511 atau 51,1%, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan (Y) sebesar 51,1%, sedangkan sisanya sebesar 48,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

3.6. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper Jakarta Utara. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Parasuraman, Berry, dan Zeithaml (1988) dalam Widya Handyana et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diterima dibandingkan dengan pelayanan yang diharapkan. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Yonatan & Rosalina (2025), Mustofa et al. (2023), serta Lube et al. (2025) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini relevan dengan kondisi lapangan pada awal masa operasional gerai, di mana ulasan pelanggan pada Google Maps banyak menyoroti waktu tunggu yang lama dan sikap staf yang kurang ramah sebagai keluhan utama, sehingga aspek kecepatan dan keramahan pelayanan menjadi faktor yang secara langsung dirasakan dan dinilai oleh pelanggan dalam membentuk kepuasan mereka.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper Jakarta Utara. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang disajikan, maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2018:261) dalam Pagirik et al. (2025) yang mengemukakan bahwa kualitas produk mencerminkan karakteristik produk yang berkaitan dengan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sapitri et al. (2024), Olip Sagita et al. (2025), serta Nurhayati & Alam (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kondisi ini sejalan dengan sebagian ulasan negatif pada masa awal operasional gerai yang menyoroti inkonsistensi produk, sehingga konsistensi rasa dan kualitas bahan baku menjadi perhatian utama pelanggan dan berdampak langsung pada penilaian mereka terhadap kepuasan yang dirasakan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara. Hasil tersebut sejalan dengan pendapat Tjiptono (2019:355) dalam Yudra (2024) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil penilaian konsumen terhadap kinerja produk atau jasa yang dinilai telah memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Amanda & Indra (2024), Hafiz et al. (2026), serta Wulandari & Hayuningtias (2025) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pada gerai yang baru beroperasi, pelayanan dan produk saling melengkapi dalam membentuk pengalaman pelanggan secara utuh, sehingga perbaikan pada salah satu aspek saja tanpa memperbaiki aspek lainnya belum cukup untuk mengangkat tingkat kepuasan pelanggan secara maksimal.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper, Jakarta Utara (t hitung 2,705 > t tabel 1,985; sig. 0,008 < 0,05).
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (t hitung 3,099 > t tabel 1,985; sig. 0,003 < 0,05).
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (F hitung 49,181 > F tabel 3,09; sig. 0,000 < 0,05). Nilai R^2 sebesar 0,511 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 51,1%, sedangkan 48,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Manajemen Mie Gacoan Cabang Plumpang Semper Jakarta Utara disarankan untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan serta kualitas produk, dengan prioritas pada konsistensi rasa dan kualitas bahan baku mengingat kualitas produk memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan.
2. Manajemen disarankan untuk terus memantau dan merespons ulasan pelanggan pada Google Maps secara aktif sebagai bahan evaluasi dalam menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan maupun kualitas produk.
3. Bagi peneliti selanjutnya, mengingat penelitian ini hanya mampu menjelaskan 51,1% variasi kepuasan pelanggan, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, lokasi, suasana restoran, atau promosi, serta memperluas cakupan objek penelitian ke lebih dari satu cabang Mie Gacoan agar hasil yang diperoleh lebih dapat digeneralisasi.

REFERENSI

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (pp. 49–51). CV. Penerbit Qiara Media.
- Amanda, P., & Indra, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 217–226. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.451>
- Hafiz, A., Hastasari, R., & Saputra, W. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop PT Jagat Pramudita Aksata. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(3), 728–734. <https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i3.418>
- Hidayati, L., & Wibowo, D. (2023). *Analisis Biaya Kualitas Produk Dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha dan Kepercayaan Konsumen UMKM Di Sidoarjo*. 12(9).
- Lube, S., Sutanto, A., & Ahmad Dahlan Yogyakarta, U. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pandan Wangi Catering. *MES Management Journal*, 4(1), 693–663.
- Mustofa, A., Azizah, A. C., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Rumah Makan Mami Lampung). *Journal for Management Student (JFMS)*, 3(1). <https://journal.unsika.ac.id/index.php/jfms>
- Nurhayati, K. P., & Alam, I. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Kab Collection. *Jurnal Multilingual*, 4(3), 1412–1482.

- Olip Sagita, Iskandar Ali Alam, & Nuris Sanida. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Story Coffee. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 420–429. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i2.5150>
- Pagirik, E., Ardhana, N. D., Makmur, H., Nurimansjah, R. A., & Suryati. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Café Nuiz Kota Palopo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(3), 344–357. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4876>
- Sampara, N. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sultan Drink*. 12(2), 2986–707. <https://doi.org/10.59603/projemen.v12i1.669>
- Sapitri, Y. E., Syabrus, H., Salsabila, S., Zafira, S., Yanti, F. R., & Lestiawati. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Pekanbaru. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3). <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (A. Karim, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Widya Handyana, S., Djoko Waloejo, H., & Hidayat, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang. In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Number 1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Wulandari, D. A., & Hayuningtias, K. A. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Astra motor Center Semarang)*. 13(2), 455–465. <https://doi.org/10.24127/jp>
- Yonatan, W., & Rosalina, S. S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Beef Boss di Kelapa Gading. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(2), 2025.
- Yudra, A. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan di PDAM Surya Sembada Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(7).
- Zulfikar, R., Sari, P. F., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Annisa, S., Kusumawardhani, B. O., Mutiah, R., Linggi, I. A., & Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode dan Praktik)* (1st ed.). Widina Media Utama. www.freepik.com