

## Perspektif Baru di Era Society 5.0: Wawasan dari Data Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen

### *A New Perspective in the Era Society 5.0: Insights From Service Quality, Product Quality, and Consumer Satisfaction*

Chika Antarinia<sup>1</sup>, Syahputra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Telkom, Indonesia

#### ABSTRACT

In Indonesia, it is undeniable that in the era of globalization, the development of the restaurant economy and the advancement of culinary tourism have had a major impact on human life, especially in today's business world. There are many food and beverage entrepreneurs in Indonesia. One of the noodle-based dining businesses in Bandung that serves spicy flavors with various levels of spiciness and additional toppings in each portion, namely Mie Gacoan. This study aims to determine the effect of service quality and product quality on consumer satisfaction either partially or simultaneously at Mie Gacoan Bandung. The population in this study are consumers of Mie Gacoan in Bandung. This study uses a quantitative approach and descriptive analysis. The sampling technique used in this research is non-probability sampling and purposive sampling with 100 respondents data obtained from questionnaires. Assisted analysis with the help of IBM SPSS 25 software. The results showed that there was a positive and significant effect either partially or simultaneously on the three variables.

#### ABSTRAK

Di Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa di *Era Society 5.0*, perkembangan ekonomi restoran dan kemajuan *foodie tourism* memberikan dampak yang besar bagi kehidupan manusia, terutama dalam dunia bisnis saat ini. Ada banyak sekali pengusaha makanan dan minuman di Indonesia. Salah satu usaha santapan berbahan dasar mie di Kota Bandung yang menyajikan cita rasa pedas dengan berbagai tingkat kepedasan serta tambahan topping di setiap porsi yaitu Mie Gacoan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan pada Mie Gacoan Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Mie Gacoan yang berada di Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis deskriptif. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dan purposive sampling dengan data sebanyak 100 responden yang didapatkan dari kuisioner. Analisis dibantu dengan bantuan software IBM SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap ketiga variabel tersebut.

#### HISTORI ARTIKEL

Diterima, 18 April 2022

Direvisi, 2 Mei 2022

Disetujui, 29 Juni 2022

#### KATA KUNCI

Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa di *Era Society 5.0*, perkembangan ekonomi restoran dan kemajuan *foodie tourism* memberikan dampak yang besar bagi kehidupan manusia, terutama dalam dunia bisnis saat ini. Ada banyak sekali pengusaha makanan dan minuman di Indonesia. Hal ini menjadikan Indonesia sangat menarik bagi wisatawan asing maupun lokal untuk berkunjung ke Indonesia (Ratman, 2016:19). Makanan adalah kebutuhan sehari-hari. Mie merupakan makanan yang sangat populer dan banyak diminati serta

dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Mie adalah produk pasta atau ekstrusi. Mie diperkirakan merupakan jenis makanan yang berasal dari daratan Cina. Hal tersebut dapat dilihat dari budaya bangsa Cina, jika diamati mie memiliki nilai simbolis karena setiap perayaan ulang tahun mereka selalu menyajikan mie yang diyakini mewakili umur panjang dan jika memotong mie akan dipercaya mewakili nasib buruk (Juliano dan Hicks, 1990). Ada banyak makanan yang dibuat dengan mie di Indonesia. Dimulai dengan banyaknya makanan khas daerah dalam berbagai bentuk tergantung pada situasi saat ini, dengan perkembangan zaman banyak sekali bermunculan mie siap saji dengan berbagai jenis, variant dan ide kreatif yang berbeda (Kurniawati, Rahayu2, & Hidayat, 2020). Salah satu usaha santapan berbahan dasar mie di Kota Bandung yang menyajikan cita rasa pedas dengan berbagai tingkat kepedasan serta tambahan topping di setiap porsinya yaitu Mie Gacoan. Mie Gacoan menjadi tempat bersantap mie terbaik terutama bagi pelajar dan mahasiswa, dimana mereka bisa nongkrong, kerja tugas, ngobrol santai, dan ngeksis bareng. Dengan tempat yang atraktif, dan juga dilengkapi berbagai fasilitas seperti: wifi, colokan listrik, musik – musik terupdate, dijamin akan bikin customer betah dan selalu ingin kembali lagi ([www.miegacoan.com](http://www.miegacoan.com)).

Dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat di era globalisasi ini, setiap rumah makan harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan. Setiap perusahaan/rumah makan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi adalah bahwa rumah makan/restoran belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen atau konsumen (Amanah, 2010). Persaingan antara rumah makan atau restaurant guna dapat bersaing secara kompetitif dengan cara berlomba-lomba untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Problematika kepuasan pelanggan begitu rumit sebab perusahaan harus mempertimbangkan eksistensi aspek lainnya dalam kualitas produk serta kualitas layanan (Wibisono, 2011). Oleh karena itu, Mie Gacoan perlu untuk memberikan perhatian lebih terkait dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk kepuasan konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Bandung.



## TINJAUAN TEORITIS

### Pemasaran

Menurut William J. Stanton dalam Swasta (2015), pemasaran adalah bagaimana suatu usaha membuat rencana, memperhitungkan harga, promosi dan distribusi produk supaya konsumen merasa puas karena kebutuhannya telah dipenuhi.

### Kepuasan Konsumen

Menurut Karwulandari (2017) kepuasan konsumen merupakan salah satu alat ukur yang dirasakan oleh konsumen terkait dengan pengalaman menggunakan produk yang dibeli. Konsumen akan merasa puas jika performance produk atau jasa melebihi dari yang diharapkan, namun konsumen akan merasa kecewa atau tidak puas apabila produk atau jasa yang mereka terima tidak memenuhi apa yang diharapkan. Berikut dimensi dari variabel kepuasan konsumen menurut Dash dkk. (2021), yaitu:

1. *Overall Service Quality*
2. *Professional Competence*
3. *Experience with frontliner*

### Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Berikut dimensi dari variabel Kualitas Pelayanan Menurut Kotler dan Keller (2016:442) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* (berwujud)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Responsiveness* (ketanggapan)
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian)
5. *Empathy*

### Kualitas Produk

Menurut Sudaryono (2016: 207) produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Menurut Goeth dan Davis yang diikuti Tjiptono (2000:51) yaitu kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas produk memiliki

dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:

1. *Performance* (Kinerja)
2. *Features* (Fitur atau ciri-ciri tambahan)
3. *Reliability* (reliabilitas)
4. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)
5. *Durability* (daya tahan)
6. *Serviceability*
7. *Esthetics* (Estetika)
8. *Perceived Quality* (Kualitas yang dipersepsikan)

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif, Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pengukuran hubungan antara variabel diukur dengan menggunakan koefisien korelasi dan tingkat signifikansi dengan menggunakan rumus  $t_{hitung}$  (Sugiyono, 2016:13). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan hubungan kausal, hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2018:8). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Tahapan penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan suatu jenis data statistik yang dapat digunakan sebagai alat analisis data, yang dapat menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa mengambil kesimpulan yang umum. Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai sebesar 80.66% dengan predikat tinggi, variabel kualitas produk memiliki nilai sebesar 84.52% dengan predikat sangat tinggi dan variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 83.40% dengan predikat sangat tinggi.



**Uji Asumsi Klasik**

Pada penelitian ini, uji asumsi klasik atau uji prasyarat dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 25. Hasil pengujian dijelaskan dalam bentuk tabel berikut ini:

**Tabel 1 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08244988
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.045
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Pada tabel 1 menjelaskan bahwa data pada variabel yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat pada tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0.200, karena nilai signifikansi lebih dari 0.05, nilai residual terdistribusi normal.

**Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	2.384	1.770		1.346	.181	

Kualitas Pelayanan	.275	.059	.446	4.654	.000	.378	2.648
Kualitas Produk	.351	.081	.416	4.339	.000	.378	2.648

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

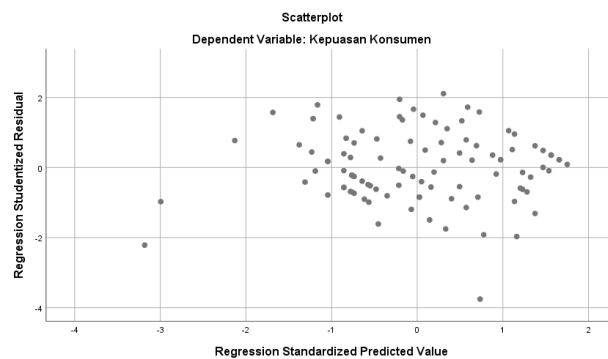
Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa *tolerance* sebesar  $0.378 > 0,1$  dan VIF sebesar  $2.648 > 10$  pada kedua variabel X1 dan X2, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) bebas dari multikolinearitas.

**Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)**

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan gambar 1 diatas hasil pengujian menggunakan *Scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dan pola tidak jelas sehingga tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Karena tidak membentuk pola tertentu maka regresi dinyatakan tidak mengalami gangguan atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data menyebar di 4 kuadran.



**Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 3 Hasil Output Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.384	1.770		1.346	.181



Kualitas Pelayanan	.275	.059	.446	4.654	.000
Kualitas Produk	.351	.081	.416	4.339	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil uji analisis yaitu sebagai berikut:

$$Y = 2.384 + 0.275X_1 + 0.351X_2$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

a. Konstanta = 2.384

Jika variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2), maka kepuasan konsumen sebesar 2.384.

b. Koefisien X1 = 0.275

Koefisien X1 yaitu 0.275 maka terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dikarenakan terdapat peningkatan sebesar 0.275.

c. Koefisien X2 = 0.351

Koefisien X2 yaitu 0.351 maka terjadi hubungan positif antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dikarenakan terdapat peningkatan sebesar 0.351.

b. Variabel dengan pengaruh paling dominan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) yaitu variabel kualitas produk (X2) dibandingkan dengan kualitas pelayanan (X1) karena koefisien kualitas produk (0.351) lebih besar dibandingkan dengan koefisien kualitas pelayanan (0.275).

**Uji Hipotesis**

**Uji Parsial (Uji-t)**

Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 100, α = 0.05 dan jumlah parameter (k) sebanyak 2, sehingga:

$$t_{table} = t (\alpha/2 ; n-k-1) = t (0,025 ; 100-2-1) = T (0,025 ; 97) = 1,988$$

**Tabel 4 Hasil Output Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji-t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		



1	(Constant)	2.384	1.770		1.346	.181
	Kualitas Pelayanan	.275	.059	.446	4.654	.000
	Kualitas Produk	.351	.081	.416	4.339	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan t hitung  $4.654 > t$  tabel 1.988, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan t hitung  $4.339 > t$  tabel 1.988, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

### Uji Simultan (Uji-F)

Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 100,  $\alpha = 0,05$  dan jumlah parameter (k) sebanyak 2, sehingga:

$$F \text{ table} = F(k; n-k) = F(2; 100-2) = F(2; 98) = 3,09$$

**Tabel 5 Hasil Output Uji Serempak (Uji-F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	848.067	2	424.033	95.805	.000 <sup>b</sup>
	Residual	429.323	97	4.426		
	Total	1277.390	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022





a. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Berdasarkan output tabel 5 diketahui nilai  $\text{sig.}$  untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai F hitung  $95.805 > F$  tabel 3.09, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

### Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 6:

**Tabel 6 Hasil Output Uji Koefisien Determinasi**

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.815 <sup>a</sup>	.664	.657	2.10381

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

*Sumber:* Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 6. Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi (KD) yang diperoleh adalah 0.657 atau 65.7% yang dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh kontribusi sebesar 65.7% terhadap kepuasan konsumen dan sisanya sebesar 34.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang sedang diteliti.

### Pembahasan

Pada penelitian ini data utama yang digunakan yaitu kuisioer yang berisi 32 pernyataan yang terdiri dari 14 pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan (X1), 10 pernyataan mengenai variabel kualitas produk (X2) dan 8 pernyataan mengenai variabel kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil analisis deskriptif dengan metode kuisioer yang berisi 14 pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Mie Gacoan Bandung termasuk dalam kategori “baik”, dengan memperoleh presentase skor kumulatif 80.66%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dengan metode kuisioer yang berisi 10 pernyataan mengenai kualitas produk dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh Mie Gacoan Bandung termasuk dalam kategori “sangat tinggi” dengan memperoleh skor kumulatif sebesar 84.52%. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dengan



metode kuisioner yang berisi 8 pernyataan mengenai kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen memperoleh skor kumulatif sebesar 83.40% termasuk dalam kategori “sangat tinggi”.

Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki koefisien yang bernilai positif dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.000 < 0.005$  dan  $t$  hitung  $4.654 > t$  tabel  $1.988$  sehingga hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa memiliki koefisien yang bernilai positif dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.005$  dan  $t$  hitung  $4.339 > t$  tabel  $1.988$ , sehingga hipotesis H2 diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji F secara bersamaan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan hal ini dilihat dari hasil perhitungan uji F pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai F hitung  $95.630 > F$  tabel  $3.09$  dan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$  sehingga H3 diterima dan H0 ditolak.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data serta pembahasan mengenai “Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (Studi Pada Mie Gacoan Bandung)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel kualitas pelayanan pada mie gacoan Bandung berada pada kategori tinggi dengan presentase skor sebesar 80.66%
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel kualitas produk pada mie gacoan Bandung berada pada kategori sangat tinggi dengan presentase skor sebesar 84.52%
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel kepuasan konsumen pada mie gacoan Bandung berada pada kategori sangat tinggi dengan presentase skor sebesar 83.40%
4. Berdasarkan uji-t pada penelitian ini variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dan  $t$  hitung  $4.654 > t$  tabel  $1.988$

5. Berdasarkan uji-t pada penelitian ini variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dan  $t \text{ hitung } 4.339 > t \text{ tabel } 1.988$
6. Berdasarkan uji-F pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $F \text{ hitung } 95.805 > F \text{ tabel } 3.09$

## **Saran**

### **Saran Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan pada penelitian ini maka terdapat saran yang dapat disampaikan kepada perusahaan, yaitu:

1. Dalam penelitian ini variabel kualitas pelayanan masuk kedalam kategori tinggi/baik dan lebih rendah dibandingkan variabel kualitas produk, maka diharapkan Mie Gacoan untuk menjaga dan meningkatkan layanan yang diberikan, agar tetap terjaga dan konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan Mie Gacoan.
2. Menurut hasil penelitian, nilai terendah dari variabel kualitas pelayanan mengenai "Konsumen tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan makanan yang dipesan" mendapatkan hasil presentasi sebesar 61.5%. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran kepada perusahaan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan yang berkaitan dengan konsumen yang menunggu untuk mendapatkan makanan yang dipesan. Misalnya dengan metode antrian dan menambah karyawan didapur.
3. Menurut hasil penelitian, nilai terendah dari variabel kualitas produk mengenai "Produk Mie Gacoan tidak mudah basi" mendapatkan hasil presentasi sebesar 79%. Oleh karena itu, peneliti memberi saran kepada perusahaan untuk selalu menghimbau kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan.
4. Menurut hasil penelitian, nilai terendah dari variabel kepuasan konsumen mengenai "Karyawan mie gacoan cepat dalam melayani konsumen" mendapatkan hasil presentasi sebesar 76%. Artinya masih terdapat konsumen mie gacoan yang merasa ekpektasi mereka terhadap layanan mie gacoan belum terpenuhi dengan baik dan berujung pada ketidakpuasan. Oleh karena itu, peneliti memberi saran kepada perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan mie gacoan untuk mendorong kepuasan konsumen, terutama dalam pelayanan karyawan mie gacoan. Misalnya, mie gacoan memperbaiki

nilai terendah yang terdapat pada masing-masing variabel pada penelitian ini sehingga akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi.

### **Saran Bagi Peneliti**

Dibawah ini beberapa masukan yang dapat peneliti rekomendasikan kepada peneliti selanjutnya:

1. Pada penelitian ini hanya menganalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sehingga dianjurkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
1. Kepada peneliti selanjutnya apabila ingin menggunakan variabel yang sama maka diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan sumber referensi yang lebih terbaru.
2. Pada penelitian ini jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden sehingga dianjurkan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas jangkauan penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
3. Pada penelitian ini ruang lingkup sampel yang diteliti hanya disekitar kota Bandung sehingga dianjurkan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas ruang lingkup penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amanah, D. (2010). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 71-72.
- Dash, G., Kiefer, K., & Paul, J. (2021). Marketing-to-Millennials: Marketing 4.0, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of Business Research*, 122(October 2020), 608–620. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.016>
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Goetsch, David L. & Davis, Stanley M. (1994). *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness* (Merrill's international series in engineering technology). Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.
- Juliano, B. O. & P. A. Hicks. (1990). Utilization Of Rice Functional Properties To Produce Rice Food Products With Modern Processing Technologies. *International Rice Commission Newsletter*. 39: 163-178.



- Karwulandari, N. (2017). Pengaruh Emotional Branding, Brand Experience, Dan Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty (Studi pada Konsumen produk merek Rabbani di Outlet Rabbani Cabang Kutoarjo) (Doctoral dissertation, Manajemen-FE).
- Kurniawati, H., Rahayu<sup>2</sup>, & Hidayat, S. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berkunjung Ke Warunk Mie Gacoan Cabang Mojokerto. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Majapahit, 2*.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Wibisono, D. (2011). Manajemen Kinerja Korporasi & Organisasi. Jakarta, Indonesia: Erlangga.