



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 2368-2385

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Majapahit Semarang

Raihan Vito Savero<sup>1✉</sup>, Rudi Kurniawan<sup>2</sup>, Amalia Nur Chasanah<sup>3</sup>,

Mochammad Eric Suryakencana Wibowo<sup>4</sup>

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Email: [raihanvito20@gmail.com](mailto:raihanvito20@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Majapahit Semarang. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) sedangkan variabel bebas yang digunakan yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ), dan Lokasi ( $X_4$ ). Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Kepuasan pelanggan.*

### Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of product quality, service quality, price and location on customer satisfaction at Mie Gacoan Majapahit Semarang. The dependent variable used in this study is Customer Satisfaction (Y) while the independent variables used are Product Quality ( $X_1$ ), Service Quality ( $X_2$ ), Price ( $X_3$ ), and Location ( $X_4$ ). The sample in this study were 100 respondents. The sampling technique used purposive sampling. The analysis methods used are multiple linear analysis, instrument test, classical assumption test, and hypothesis testing. From the results of the research conducted, it shows that service quality and location have a positive and significant effect on customer satisfaction. Product quality and price variables have no effect on customer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Price, Location, Customer Satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Bisnis kuliner Indonesia berkembang pesat di era modern, dengan banyak bisnis baru yang muncul akhir-akhir ini, salah satunya karena minat masyarakat Indonesia akan makanan pedas. Gaya hidup seperti ini memberi pebisnis kesempatan untuk mengembangkan bisnis baru, terutama di bidang makanan dan bahan makanan. Akibatnya, saat ini banyak bisnis makanan yang muncul, terutama di Kota Semarang, salah satunya adalah Mie Gacoan Semarang.

Mie Gacoan adalah salah satu restoran mie pedas di Indonesia yang menyediakan mie dengan berbagai tingkat atau level. Menunya unik karena menggunakan nama permainan tradisional untuk menarik perhatian pelanggan dan mendorong mereka untuk makan seperti Mie Suit, Mie Hompimpa, Mie Gacoan, dan memiliki banyak pilihan dimsum, seperti siomay, udang keju, udang rambutan, lumpia udang, dan pangsit goreng. Selain itu, terdapat berbagai minuman, seperti es gobak sodor, es teklek, es sluku bathok, es petak umpet, dan sebagainya. Kehadiran Mie Gacoan yang disambut positif oleh masyarakat Indonesia menumbuhkan banyak pesaing baru yang menawarkan produk sejenis dan juga menghidupkan kembali sensasi makan mie yang murah dan nikmat (Istiyono & Rizal, 2022).

Kepuasan pelanggan menjadi fokus utama bagi Mie Gacoan, dengan memastikan kenyamanan pelanggan saat membeli produknya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat di mana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri (Putri & Laili, n.d.). Kualitas produk menjadi faktor kunci dalam mencapai kepuasan pelanggan, dengan kualitas yang stabil dan pengembangan yang terus dilakukan. Menurut Istiyono & Rizal (2022) menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Sementara itu kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting pada Kepuasan Pelanggan. Istiyono & Rizal (2022) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan berperan penting dalam industri makanan untuk meningkatkan daya saing mereka. Faktor harga juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Armstrong & Kotler, 2018). Selain tiga faktor tersebut, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau menjadi faktor penting bagi konsumen. Menurut Jaya dkk, (2021) Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di

daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor lainnya.

Masalah dalam penelitian ini berfokus kepada kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Dimana Mie Gacoan ini salah satu restoran mie yang sangat viral terkhusus untuk cabang Majapahit Semarang. Peneliti telah melakukan pra survey pada 20 responden yaitu pembeli di Mie Gacoan cabang Majapahit Semarang mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Tabel. 1 Hasil *Pra Survey*

No	Pernyataan	Jawaban			
		Setuju		Tidak Setuju	
		Jumlah	%	Jumlah	%
Kualitas Produk					
1	Kualitas makanan yang ditawarkan mie gacoan sesuai dengan yang diharapkan	18	90%	2	10%
2	Produk Mie Gacoan yang dikonsumsi selalu dalam keadaan baik	11	55%	9	45%
3	Makanan dan minuman yang disajikan Mie Gacoan higienis dan bersih	8	40%	12	60%
Rata-rata			62%		38%
Kualitas Pelayanan					
1	Karyawan Mie Gacoan selalu memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap	6	30%	14	70%
2	Karyawan Mie Gacoan selalu membuat pelanggan merasa nyaman karena pelayanannya	11	55%	9	45%
Rata-rata			42,5%		57,5 %
Harga					
1	Produk Mie Gacoan menawarkan harga yang terjangkau	18	90%	2	10%
2	Harga yang ditawarkan Mie Gacoan sesuai dengan kualitas yang didapatkan	16	80%	4	20%
Rata-rata			85%		15%

Lokasi					
1	Saya membeli produk Mie Gacoan karena lokasi yang strategis	15	75%	5	25%
2	Saya membeli produk Mie Gacoan karena lokasi yang mudah dijangkau	13	65%	7	35%
3	Saya membeli produk Mie Gacoan karena memiliki kelancaran akses menuju lokasi	12	60%	8	40%
Rata-rata			67%		33%

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan dari paparan data pra-survey diatas, menjelaskan Mie Gacoan cabang Majapahit menghadapi beberapa masalah, termasuk kualitas produk yang tidak konsisten dalam hal rasa karena lonjakan pelanggan menyebabkan pesanan meningkat drastis. Hal ini mengakibatkan variasi dalam tingkat kematangan dan tingkat kepedasan setiap porsi mie, meskipun level kepedasannya sama. Layanan pengantaran makanan juga kurang memuaskan dengan waktu tunggu yang lama, menyebabkan ketidaknyamanan bagi pelanggan. Namun, dari segi harga, Mie Gacoan memiliki harga yang terjangkau dan sesuai dengan nilai yang diberikan. Lokasi cabang Majapahit yang dekat dengan pusat keramaian juga menjadi masalah karena risiko kemacetan, yang sering kali dikeluhkan oleh beberapa pelanggan.

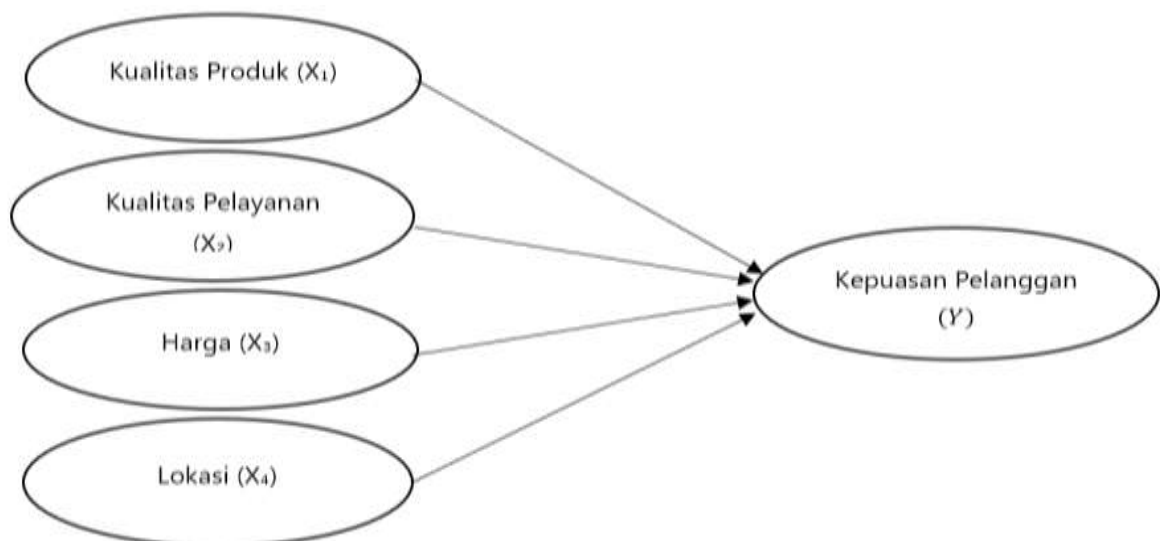
Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak yang meneliti tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Berikut adalah beberapa perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan, salah satunya penelitian Istiyono & Rizal (2022) hasilnya Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Husna (2021) hasilnya Kualitas Produk tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, menurut Husna (2021) dalam penelitiannya membuktikan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Ningrum & Hendratmoko (2022) memperoleh hasil sebaliknya dimana kualitas pelayanan tidak memberi pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, menurut Prasasti & Maisara (2022) dalam penelitiannya membuktikan bahwa harga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Husna (2021) memperoleh hasil sebaliknya dimana harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Adapun menurut penelitian yang dilakukan Krisdayanto (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Izzuddin & Muhsin (2020) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dengan mempertimbangkan fenomena, latar belakang, dan perbedaan hasil penelitian yang disebutkan di atas, peneliti ingin membuktikan untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Cabang Majapahit Semarang".

Pada Penelitian ini kerangka pemikiran disajikan pada Gambar 1 dengan menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



H1 : Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H3 : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H4 : Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada Mie Gacoan cabang Majapahit Semarang dengan penyebaran kuesioner menggunakan google form sehingga mendapatkan data primer dalam penelitian ini. Seluruh pelanggan yang telah melakukan pembelian minimal satu kali di Mie Gacoan cabang Majapahit Semarang menjadi populasi dalam penelitian ini. Sampel

diambil menggunakan teknik purposive sampling, yang merupakan metode nonprobability sampling. Jumlah sampel dihitung menggunakan Rumus Lemeshow.

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

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan pada penelitian ini yakni 96 responden yang akan dibulatkan menjadi 100 responden. Dengan menerapkan data primer yang diperoleh dari survei atau kuesioner sebagai alat pengumpulan informasi, sampel yang diambil memiliki kriteria berdasarkan: (1) minimal berusia lebih dari 17 tahun; (2) telah melakukan pembelian minimal 1 kali di Mie Gacoan cabang Majapahit Semarang; dan (3) konsumen Mie Gacoan yang berdomisili Semarang.

Penelitian ini menggunakan teknologi pengolahan data SPSS. Dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel, menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Tabel 2. Variabel, Indikator, dan Sumber

NO	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER
1	Kualitas Produk ( $X_1$ )	Kelezatan rasa yang dihidangkan Kebersihan hidangan yang disajikan Kesesuaian suhu makanan yang disajikan Kesegaran bahan baku dari aroma makanan	(Jaya dkk, 2021)
2	Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	Kebersihan fasilitas restoran Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan Kesediaan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat Ketanggapan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen	(Jaya dkk, 2021)
3	Harga ( $X_3$ )	Keterjangkauan harga Sesuai antara harga dengan kualitas produk Persaingan harga Kesesuaian harga dengan manfaat	(Pebriantika et al., 2022)

4	Lokasi ( $X_4$ )	Akses menuju ke restoran Tempat restoran yang luas Arus lalu lintas menuju restoran Dekat dengan pusat keramaian	(Wirawan et al., 2019)
5	Kepuasan Konsumen ( $Y$ )	Kesesuaian harapan Minat berkunjung kembali Kesediaan merekomendasikan.	(Pebriantika et al., 2022)

Sumber : Data primer diolah, 2024

Metode analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Pengukuran dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert yang memiliki skala 1-5 dan setiap skala mempunyai bobot berbeda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk	$X_1$	0,451	0,1966	Valid
	$X_2$	0,811		Valid
	$X_3$	0,819		Valid
	$X_4$	0,768		Valid
Kualitas Pelayanan	$X_1$	0,817		Valid
	$X_2$	0,830		Valid
	$X_3$	0,853		Valid
	$X_4$	0,713		Valid
Harga	$X_1$	0,762		Valid
	$X_2$	0,812		Valid
	$X_3$	0,808		Valid
	$X_4$	0,641		Valid
Lokasi	$X_1$	0,754		Valid
	$X_2$	0,776		Valid
	$X_3$	0,863		Valid
	$X_4$	0,791		Valid
Kepuasan Konsumen	$X_1$	0,871		Valid
	$X_2$	0,748		Valid
	$X_3$	0,872		Valid
	$X_4$	0,896		Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data di atas, setiap variabel penelitian memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan signifikansi 0,05 (df=100-2=98) diperoleh  $r_{tabel} = 0,1966$ . Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  dari  $X_1, X_2, X_3$ , dan  $Y > r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini valid.

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi setiap variabel penelitian. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji *Cronbach's Alpha* >0,60 yang dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk	0,695	>0,60	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,817	>0,60	Reliabel
Harga	0,756	>0,60	Reliabel
Lokasi	0,808	>0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,869	>0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas untuk semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian adalah reliabel.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,25027886
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,053
	Negative	,069
Test Statistic		,069
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 : Data  
Berdasarkan

primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil output uji Kolmogorov Smirnov menggunakan SPSS diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai Sig 0,200 > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa keseluruhan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

hasil output uji Kolmogorov

### Uji Multikolonieritas

Tabel 6. Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,153	1,236		-1,743	,085		
	Kualitas Produk	,126	,096	,094	1,309	,194	,454	2,205
	Kualitas Pelayanan	,266	,081	,277	3,300	,001	,332	3,010
	Harga	,064	,095	,059	,673	,503	,309	3,236
	Lokasi	,676	,079	,582	8,579	,000	,507	1,972

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah, 2024

Dari hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai *Tolerance* dari keempat variabel independen lebih dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa pada semua variabel independen tersebut tidak terjadi masalah multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2,003	,741		2,702	,008
	Kualitas Produk	,083	,058	,208	1,436	,154
	Kualitas Pelayanan	-,014	,048	-,050	-,298	,766
	Harga	-,103	,057	-,317	-1,809	,074
	Lokasi	-,028	,047	-,081	-,593	,554

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji SPSS diperoleh semua nilai Sig antar variabel independen lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-2,153	1,236		-1,743	,085
	Kualitas Produk	,126	,096	,094	1,309	,194
	Kualitas Pelayanan	,266	,081	,277	3,300	,001
	Harga	,064	,095	,059	,673	,503
	Lokasi	,676	,079	,582	8,579	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 8. dapat dilihat persamaan regresi berdasarkan berikut ini:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

$$\hat{Y} = -2,153 + 0,126X_1 + 0,266X_2 + 0,64X_3 + 0,676X_4$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

- Hasil persamaan regresi dan interpretasi dari analisis regresi berganda menunjukkan nilai konstanta ( $\alpha$ ) bertanda negatif, yaitu -2,153 artinya apabila kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi sama dengan nol (0) maka kepuasan konsumen mengalami penurunan.
- Nilai koefisien regresi Kualitas Produk ( $X_1$ ) menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,126. Artinya jika koefisien Kualitas Produk ( $X_1$ ) mengalami peningkatan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.

- c. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,266. Artinya jika koefisien Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) mengalami peningkatan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.
- d. Nilai koefisien regresi Harga ( $X_3$ ) menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,064. Artinya jika koefisien Harga ( $X_3$ ) mengalami peningkatan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.
- e. Nilai koefisien regresi Lokasi ( $X_4$ ) menunjukkan hubungan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien sebesar 0,676. Artinya jika koefisien Lokasi ( $X_4$ ) mengalami peningkatan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.

### Uji F

Tabel 9. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542,203	4	135,551	83,210	,000 <sup>b</sup>
	Residual	154,757	95	1,629		
	Total	696,960	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji F, dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ), dan Lokasi ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) Gacoan di Majapahit Semarang.

### Uji T

Tabel 10. Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,153	1,236		-1,743	,085
	Kualitas Produk	,126	,096	,094	1,309	,194
	Kualitas Pelayanan	,266	,081	,277	3,300	,001
	Harga	,064	,095	,059	,673	,503
	Lokasi	,676	,079	,582	8,579	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 10. dapat dijelaskan hasil uji t sebagai berikut.

- a. Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,194 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ )

berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang.

- b. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang.
- c. Variabel Harga ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,503 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga ( $X_3$ ) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang.
- d. Variabel Lokasi ( $X_4$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi ( $X_4$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang.

#### Koefisien Determinasi

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 <sup>a</sup>	.776	.769	1,275

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

Sumber : Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 11. dapat dilihat bahwa nilai *adjust R square* sebesar 0,769. Sehingga dapat disimpulkan bahwa presentase pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 76,9% sedangkan sisanya sebesar 23,1% dapat dijelaskan oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

##### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Husna et al., 2021) yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun kualitas produk adalah salah satu faktor dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, namun dalam beberapa kasus terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen lebih dari kualitas produk sendiri. Faktor lain seperti kualitas pelayanan dan lokasi juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Sholikhah & Hadita, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keberhasilan ini disebabkan oleh pencapaian Mie Gacoan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan, yang menghasilkan keterikatan pelanggan dan pembelian berulang. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Mie Gacoan di Majapahit Semarang telah memberikan kualitas pelayanan dengan baik kepada konsumen.

## Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Husna et al., 2021) yang mengungkapkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga semata. Dalam penelitian ini, harga tidak dianggap sebagai penyebab utama kepuasan konsumen. Dengan memiliki kualitas produk yang tinggi dan dikenal serta dinikmati oleh banyak orang, aspek harga tidak lagi menjadi permasalahan bagi konsumen saat melakukan pembelian.

## Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Analisis et al., 2018) yang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dengan lokasi yang mudah dijangkau. Apabila suatu tempat dapat dicapai dengan mudah tanpa memerlukan upaya ekstra, konsumen kemungkinan akan merasa lebih puas.

## Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), Harga ( $X_3$ ), dan Lokasi ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) Gacoan di Majapahit Semarang.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

- a. Kualitas Produk ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang. Hal ini berarti kualitas produk bukan menjadi satu-satunya faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena masih terdapat faktor lainnya yang lebih dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Mie Gacoan.
- b. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang. Dengan demikian, semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh Mie Gacoan di Majapahit Semarang maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.
- c. Kualitas Harga ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang. Harga tidak mempengaruhi secara signifikan karena banyak konsumen yang tidak mencermati harga produk dalam melakukan pembelian, walaupun demikian manajemen Mie Gacoan tetap perlu mempertimbangkan pemberian promo harga untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
- d. Kualitas Lokasi ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Majapahit Semarang. Dengan demikian, semakin mudah konsumen mengakses lokasi maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Analisis, H., Pelayanan, A. K., Fasilitas, L., & Putra, net B. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Armstrong & Kotler. (2018). Principles of Marketing. *New York: Pearson International*, 735.
- Husna, A., Zuriani, Z., & Sumitro, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 340–352. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.24>
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2395. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2174>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi

- Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Jaya dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kafe Family Kopi di Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 46–62.
- Ningrum, C. A., & Hendratmoko, C. (2022). Pengaruh Product Quality, Service Quality, Price, dan Brand Image Terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen*, 14(4), 721–730.
- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50–57. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i2.740>
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255–262. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276–288. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i2.327>
- Putri, N., & Laili, N. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN CABANG MANYAR SURABAYA* Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Safira, N. D., Sutikno, B., & Akramiah, N. (2023). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN KOTA PASURUAN. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 1(1), 91–100. <https://doi.org/10.8734/musyteri.v1i10.680>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Viana, E. O., & Hartati, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan "Mie Gacoan" Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawansa Bisnis*, 3(2), 149–164. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/341>
- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel

Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 15–26. <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>