

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MIE GACOOAN KABUPATEN SIDOARJO

M. Abdurrohman¹, Handy Aribowo²

mabdurrohman86@gmail.com¹, handy.aribowo@gmail.com²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya

Abstract

This study aims to analyze the effect of price and service quality on customer satisfaction at Mie Gacoan in Sidoarjo Regency. The research background is based on the phenomenon of increasingly competitive culinary businesses, which requires companies to provide competitive prices and superior service quality to maintain customer satisfaction. The research method used a quantitative approach with a survey technique with 100 Mie Gacoan customer respondents. Data were analyzed using multiple linear regression to determine the effect of price and service quality on customer satisfaction. The results show that price has a significant positive effect on customer satisfaction, and service quality also has a significant positive effect on customer satisfaction. Simultaneously, price and service quality contribute 32.7% to customer satisfaction (Adjusted R²). This research is expected to contribute to both Mie Gacoan management and the development of marketing management science, particularly in the area of consumer behavior.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Mie Gacoan.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Kabupaten Sidoarjo. Latar belakang penelitian didasarkan pada fenomena semakin tingginya tingkat persaingan bisnis kuliner yang menuntut perusahaan untuk memberikan harga yang kompetitif dan kualitas layanan yang unggul agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei kepada 100 responden pelanggan Mie Gacoan. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, demikian pula kualitas layanan yang juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, harga dan kualitas layanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 32,7% (Adjusted R²). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik bagi pihak manajemen Mie Gacoan maupun pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya pada aspek perilaku konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Mie Gacoan.

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis kuliner di Indonesia semakin ketat, ditandai dengan hadirnya berbagai restoran cepat saji dan kafe yang menawarkan produk dengan harga dan kualitas layanan yang beragam. Mie Gacoan sebagai salah satu restoran yang berkembang pesat memiliki tantangan untuk terus menjaga kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan loyalitas serta keberlangsungan usaha. Faktor harga yang kompetitif dan kualitas layanan yang prima menjadi dua aspek krusial yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Kabupaten Sidoarjo? (2) Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan? (3) Apakah harga dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Kabupaten Sidoarjo.

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Menurut Kotler & Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jika kinerja produk atau jasa sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kinerja tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan kecewa.

Harga didefinisikan sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh suatu produk (Tjiptono, 2017). Harga yang terjangkau dan sesuai dengan nilai yang diperoleh pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan menurut Parasuraman et al. (1988) mencakup lima dimensi, yaitu: Tangibles (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati). Kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan yang lebih tinggi pada pelanggan.

Berdasarkan uraian teori di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H3: Harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pelanggan Mie Gacoan Kabupaten Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5 untuk mengukur variabel harga, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi ($\text{Adjusted } R^2$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas layanan juga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Secara simultan, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Koefisien determinasi ($\text{Adjusted } R^2$) sebesar 0,327 menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 32,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa harga yang terjangkau dan kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2017; Kotler & Keller, 2016).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Secara simultan, harga dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pihak manajemen Mie Gacoan perlu menjaga konsistensi dalam memberikan harga yang terjangkau dan kualitas layanan yang prima agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji variabel lain seperti promosi, brand image, atau kualitas produk yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset.