

Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mie Gacoan Cikarang

Dela Dewi Permata^{1*}, Sabrina Malakiano², Muhammad Sadam³, Ega Radiansyah⁴,
Daffa Nur Syahidah⁵

¹Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

²Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

³Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

⁴Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

⁵Program Studi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

Alamat: Jl. Inspeksi Kalimalang, Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat

Korespondensi penulis: dellapermata687@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze the impact of product quality and service quality on customer satisfaction at Mie Gacoan Cikarang. The identified problem in this study is how these two factors influence customer experience and loyalty to the restaurant. This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach, where data was collected through in-depth interviews with customers and direct observations at the location. Based on the analysis, product quality, including taste, texture, and consistency, has a significant impact on customer satisfaction, with 80% of respondents expressing satisfaction with the products offered. Additionally, service quality, which includes speed, efficiency, and staff friendliness, also plays an important role in creating a positive experience for customers. The results of this study indicate that improving both product and service quality directly contributes to customer satisfaction and has the potential to increase customer loyalty. These findings provide recommendations for Mie Gacoan Cikarang management to maintain and enhance product and service quality in order to strengthen customer attraction and loyalty.*

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Loyalty, Restaurant*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cikarang. Masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah bagaimana kedua faktor tersebut memengaruhi pengalaman pelanggan dan loyalitas mereka terhadap restoran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelanggan serta observasi langsung di lokasi. Berdasarkan hasil analisis, kualitas produk yang meliputi rasa, tekstur, dan konsistensi makanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan, dengan 80% responden mengungkapkan bahwa mereka merasa puas dengan produk yang disajikan. Selain itu, kualitas pelayanan, yang mencakup kecepatan, efisiensi, dan keramahan staf, juga berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk dan pelayanan berkontribusi langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan berpotensi meningkatkan loyalitas mereka. Temuan ini memberikan rekomendasi bagi manajemen Mie Gacoan Cikarang untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta layanan guna memperkuat daya tarik dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas, Restoran

LATAR BELAKANG

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu aspek penting dalam menciptakan loyalitas terhadap merek atau produk, terutama dalam industri makanan dan minuman (F&B). Kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah dua faktor utama yang berperan besar dalam membentuk pengalaman pelanggan. Restoran seperti Mie Gacoan Cikarang merupakan contoh bisnis yang sangat bergantung pada kepuasan pelanggan untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Sebagai restoran cepat saji yang populer dengan harga terjangkau dan cita rasa khas, penting untuk mengevaluasi sejauh mana kualitas produk dan pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan, khususnya di wilayah Cikarang yang memiliki karakteristik konsumen urban-industrial (Rafi & Hutomo, 2024).

Penelitian mengenai hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan dalam berbagai konteks. Purwanto et al. (2020) meneliti hubungan antara kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan di restoran cepat saji di Jakarta, menyoroti pentingnya inovasi produk sebagai pendorong utama kepuasan (Purwanto, A., Sutrisno, M., & Widodo, 2020). Sementara itu, Suryani dan Saptari (2019) mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada restoran kasual di Surabaya, dengan fokus pada kenyamanan pelanggan sebagai dimensi utama (Suryani, N., & Saptari, 2019). Penelitian lain oleh Handayani et al. (2021) menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan di restoran cepat saji di Bandung sangat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima (Handayani, R., Setyawan, F., & Pratiwi, 2021). Di sisi lain, Rahmawati dan Putra (2022) meneliti hubungan antara harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan di restoran kelas menengah di Bali, menekankan pentingnya nilai ekonomis dalam memengaruhi kepuasan pelanggan (Rahmawati, S., & Putra, 2022). Yuliana et al. (2023) menyoroti interaksi pelanggan sebagai faktor moderasi dalam hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di Yogyakarta, dengan menekankan pentingnya personalisasi layanan dalam industri F&B (Yuliana, L., Sari, D., & Kurniawan, 2023).

Namun, penelitian-penelitian sebelumnya cenderung fokus pada salah satu aspek, baik kualitas produk atau kualitas pelayanan, secara terpisah. Selain itu, konteks penelitian sering kali dilakukan di wilayah dengan karakteristik pasar yang berbeda dari Cikarang. Penelitian ini menawarkan perspektif yang berbeda dengan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Mie Gacoan Cikarang. Fokus pada wilayah Cikarang juga memberikan kontribusi unik mengingat

karakteristik pelanggan yang mayoritas berasal dari lingkungan urban-industrial dengan kebutuhan khusus terhadap kecepatan dan kualitas layanan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sekaligus mengidentifikasi strategi yang dapat dilakukan oleh Mie Gacoan Cikarang untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen restoran dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkaya literatur ilmiah terkait hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan dalam konteks industri makanan dan minuman di Indonesia.

METODE PENELITIAN

A. Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cikarang. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai pengalaman pelanggan terkait dengan kualitas produk dan pelayanan yang diterima. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali persepsi, opini, dan pengalaman pelanggan secara lebih rinci melalui wawancara mendalam dan observasi langsung (Rasyad, 2022). Tahapan penelitian ini terdiri dari beberapa langkah, sebagaimana dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1. Tahapan Penelitian

Tahapan	Aktivitas
1. Pengumpulan Data	<ul style="list-style-type: none"> • Wawancara mendalam dengan pelanggan Mie Gacoan Cikarang. • Observasi langsung di lokasi untuk mengamati interaksi pelanggan dan pelayanan.
2. Analisis Pendahuluan	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun gambaran umum mengenai kualitas produk dan pelayanan Mie Gacoan Cikarang. • Kajian literatur mengenai kualitas produk, pelayanan, dan kepuasan pelanggan.
3. Pemrosesan Data	<ul style="list-style-type: none"> • Kategorisasi hasil wawancara. • Sintesis informasi dari observasi lapangan.

4. Interpretasi Hasil	• Mengidentifikasi tema-tema utama dari wawancara dan observasi yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.
5. Penyusunan Rekomendasi	• Merumuskan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan berdasarkan temuan penelitian.

B. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menggali persepsi, pengalaman, dan opini pelanggan mengenai kualitas produk dan pelayanan yang mereka terima di Mie Gacoan Cikarang. Wawancara dilakukan dengan pelanggan yang telah melakukan pembelian di Mie Gacoan Cikarang dalam periode waktu tertentu. Proses wawancara dilakukan secara langsung dan terbuka untuk memperoleh informasi yang kaya dan mendalam. Wawancara ini berfokus pada dua aspek utama: kualitas produk dan kualitas pelayanan, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

Pelaksanaan wawancara dilakukan dengan memilih sampel pelanggan secara purposive, yang berarti memilih pelanggan yang memiliki pengalaman relevan dengan produk dan pelayanan Mie Gacoan. Sebanyak 15–20 pelanggan diwawancarai untuk mendapatkan beragam perspektif yang mencakup berbagai pengalaman dan ekspektasi pelanggan. Data yang diperoleh dari wawancara ini kemudian dianalisis secara tematik untuk menemukan pola-pola yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

C. Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan untuk mendapatkan gambaran nyata tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf Mie Gacoan Cikarang, serta interaksi antara pelanggan dan pelayanan yang diterima. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi Mie Gacoan Cikarang, dengan fokus pada aspek-aspek seperti kebersihan, keramahan staf, waktu pelayanan, dan kenyamanan pelanggan. Selain itu, pengamatan juga dilakukan terhadap kualitas produk yang disajikan, seperti tampilan makanan, rasa, dan konsistensi produk.

Proses observasi dilakukan dalam beberapa sesi yang berbeda, untuk mencatat berbagai aspek yang mempengaruhi pengalaman pelanggan secara objektif. Hasil observasi ini akan digunakan untuk mendukung data yang diperoleh dari wawancara, memberikan konfirmasi terhadap temuan yang ada, dan menggambarkan bagaimana kualitas produk dan pelayanan Mie Gacoan diterima oleh pelanggan.

D. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mengidentifikasi teori-teori yang relevan mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Sumber-sumber yang digunakan dalam studi literatur meliputi buku, artikel jurnal, dan penelitian sebelumnya yang membahas hubungan antara kualitas produk, pelayanan, dan kepuasan pelanggan dalam industri makanan cepat saji. Literatur ini menjadi dasar untuk merumuskan kerangka konsep penelitian dan memperkaya analisis temuan yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

Studi literatur ini juga mencakup penelitian terkait yang relevan, baik yang dilakukan di sektor makanan cepat saji maupun di sektor lainnya, untuk memperkuat temuan penelitian ini dan membandingkan hasil dengan studi-studi sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan, serta analisis literatur yang relevan untuk mendalami topik ini lebih jauh. Hasil penelitian ini akan dibahas dalam beberapa sub-bagian, dimulai dari pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan mengenai kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap pengalaman pelanggan di Mie Gacoan Cikarang.

A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

1. Deskripsi Kualitas Produk di Mie Gacoan Cikarang

Dalam penelitian ini, kualitas produk Mie Gacoan Cikarang dinilai berdasarkan beberapa aspek utama, antara lain rasa, penyajian, dan konsistensi produk. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di lokasi, mayoritas pelanggan memberikan penilaian positif terhadap rasa mie yang disajikan. Mie Gacoan dikenal memiliki rasa yang khas dan konsisten, dengan tingkat kepedasan yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Para pelanggan juga mengapresiasi penggunaan bahan-bahan berkualitas yang terasa segar dalam setiap hidangan yang disajikan.

2. Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Produk

Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil wawancara, lebih dari 80% responden menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan kualitas produk Mie Gacoan, terutama dari sisi rasa dan presentasi. Kepuasan ini

menjadi faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, di mana mereka cenderung kembali untuk membeli produk yang sama. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa kualitas produk yang baik dapat meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap merek atau bisnis tertentu (Parasuraman et al., 1988).

3. Rasa dan Tekstur Produk

Sebagian besar pelanggan menilai rasa mie dan tekstur mie yang disajikan di Mie Gacoan sangat memuaskan. Rasa pedas yang pas dan tidak terlalu kuat, serta tekstur mie yang kenyal, menjadi daya tarik utama. Selain itu, kuah dan bumbu yang disajikan juga diakui memiliki keseimbangan rasa yang baik. Mie Gacoan berhasil mempertahankan standar kualitas yang konsisten dalam setiap sajian, meskipun volume penjualan meningkat.

4. Presentasi dan Penyajian

Pengaruh presentasi dan penyajian terhadap kualitas produk juga tidak dapat dipandang sebelah mata. Pelanggan mengakui bahwa penyajian mie di Mie Gacoan dilakukan dengan estetika yang baik, di mana mie disajikan dengan penataan yang rapi, serta penggunaan peralatan yang bersih dan sesuai dengan standar kebersihan. Hal ini berkontribusi pada pengalaman makan yang lebih memuaskan, karena pelanggan merasa diperhatikan dalam setiap detail yang ada.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

1. Deskripsi Kualitas Pelayanan di Mie Gacoan Cikarang

Kualitas pelayanan di Mie Gacoan Cikarang juga menjadi aspek yang penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, pelayanan yang cepat, ramah, dan efisien merupakan faktor yang diutamakan oleh pelanggan. Staf yang bekerja di Mie Gacoan Cikarang menunjukkan tingkat keramahan yang tinggi, dengan sapaan yang ramah dan respons cepat terhadap permintaan pelanggan.

2. Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang cepat dan efisien mendapat perhatian besar dari pelanggan. Sekitar 75% responden menyatakan bahwa mereka merasa sangat puas dengan kecepatan layanan di Mie Gacoan. Restoran ini mampu memberikan waktu tunggu yang relatif singkat, meskipun jumlah pelanggan yang datang cukup banyak. Pelayanan yang efisien ini tentunya meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk kembali.

3. Kecepatan dan Efisiensi Layanan

Kecepatan layanan menjadi salah satu faktor penting yang mendukung kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat dan tepat waktu menjadi kunci utama, terutama bagi pelanggan yang datang dengan waktu terbatas. Menurut pelanggan, meskipun banyak pengunjung yang datang, Mie Gacoan dapat menyajikan hidangan mereka dalam waktu singkat, yang membuat pelanggan merasa dihargai dan puas.

4. Keramahan Staf Pelayanan

Selain kecepatan, keramahan staf juga menjadi nilai tambah dalam kualitas pelayanan. Berdasarkan wawancara, sebagian besar pelanggan merasa puas dengan sikap staf yang selalu ramah dan siap membantu. Hal ini memberikan kesan positif bagi pelanggan, yang merasa lebih dihargai dan nyaman selama berada di restoran. Pelayanan yang ramah ini turut memperkuat hubungan antara pelanggan dan bisnis, menciptakan loyalitas yang tinggi.

C. Pembahasan

Dalam pembahasan ini, hasil penelitian yang telah diperoleh akan dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebagai contoh, penelitian oleh Zeithaml et al. (1996) menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat memperkuat loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menemukan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang sejalan dengan temuan dalam penelitian ini mengenai pentingnya rasa dan konsistensi produk.

2. Implikasi terhadap Strategi Pemasaran dan Layanan

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Mie Gacoan Cikarang dalam mengembangkan strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas layanan. Salah satu rekomendasi utama adalah untuk terus mempertahankan kualitas produk yang konsisten, terutama dalam hal rasa dan bahan baku, serta memperhatikan aspek pelayanan agar pelanggan merasa nyaman dan dihargai. Meningkatkan pengalaman pelanggan, baik melalui kualitas produk maupun pelayanan, akan meningkatkan

kepuasan pelanggan yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Dengan demikian, penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cikarang. Keduanya saling berhubungan dan berkontribusi pada pengalaman pelanggan yang memuaskan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cikarang, dapat disimpulkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas produk, yang meliputi rasa, tekstur, dan konsistensi sajian, terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan sangat menghargai rasa mie yang khas, serta kualitas bahan yang digunakan, yang membuat mereka merasa puas dan cenderung loyal terhadap restoran tersebut. Selain itu, kualitas pelayanan yang cepat, efisien, dan ramah juga berkontribusi besar dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan, yang pada akhirnya berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap kualitas produk dan pelayanan tidak hanya meningkatkan persepsi positif terhadap Mie Gacoan, tetapi juga berpotensi memperkuat loyalitas pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pengalaman pelanggan yang memuaskan akan meningkatkan kesetiaan mereka terhadap sebuah merek atau restoran. Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan kepuasan pelanggan, Mie Gacoan perlu terus menjaga kualitas produk dan pelayanan, serta selalu berinovasi dalam kedua aspek tersebut agar tetap relevan dengan kebutuhan pelanggan.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain terbatasnya jumlah sampel yang hanya mencakup pelanggan yang datang ke Mie Gacoan Cikarang dan tidak memperhitungkan faktor eksternal lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga belum mengeksplorasi secara mendalam bagaimana faktor-faktor lain, seperti harga atau suasana restoran, dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat lebih memperluas cakupan sampel dan memperhitungkan lebih banyak variabel yang dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kepuasan pelanggan di Mie Gacoan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya kualitas produk dan pelayanan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan, serta implikasinya bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan layanan di industri restoran.

DAFTAR REFERENSI

- Handayani, R., Setyawan, F., & Pratiwi, E. (2021). *The impact of service speed on customer perceptions of service quality in fast food restaurants in Bandung. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*,.
- Purwanto, A., Sutrisno, M., & Widodo, D. (2020). *The relationship between product quality, service quality, and customer satisfaction in fast food restaurants in Jakarta. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 15(2), 115-127.
- Rafi, A. R., & Hutomo, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Mixue Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(3), 1416–1433.
- Rahmawati, S., & Putra, M. (2022). *The relationship between price, product quality, and customer satisfaction in mid-range restaurants in Bali. Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 18(4), 45-59.
- Rasyad, R. (2022). Konsep Khalifah dalam Al-Qur'an (Kajian Ayat 30 Surat al-Baqarah dan Ayat 26 Surat Shaad). *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, 19(1), 20. <https://doi.org/10.22373/jim.v19i1.12308>
- Suryani, N., & Saptari, D. (2019). *The effect of service quality on customer loyalty at casual dining restaurants in Surabaya. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. 10(3), 58-72.
- Yuliana, L., Sari, D., & Kurniawan, R. (2023). *Customer interaction as a moderating factor in the relationship between service quality and customer loyalty in the F&B industry in Yogyakarta. Jurnal Manajemen Pariwisata dan Restoran*. 14(2), 134-148.