

The Influence Of Price, Product Quality, And Service Quality On Customer Satisfaction Of Mie Gacoan

By Muhammad Attar Rumi

Abstract

The development of the food and beverage industry is happening very rapidly in Indonesia. One of the popular trends in the industry is the trend toward spicy food. Mie Gacoan is one of the popular spicy noodle restaurants in Indonesia. This research is a quantitative study that aims to determine, prove, and analyze whether price, product quality, and service quality affect customer satisfaction of Mie Gacoan. The population in this study were Mie Gacoan customers who live in South Tangerang, the sample used was 100 people using nonprobability sampling technique with the purposive sampling method. The results obtained show that the price and service quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction, while product quality has no significant effect on customer satisfaction. The price, product quality, and service quality variables have a contribution of 63.7% in influencing customer satisfaction, while the remaining 36.3% is influenced by other variables not used in this study.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan

Oleh Muhammad Attar Rumi

Abstrak

Perkembangan industri makanan dan minuman terjadi sangat pesat di Indonesia. Salah satu tren yang digemari masyarakat dari industri tersebut adalah tren makanan pedas. Mie Gacoan merupakan salah satu restoran mie pedas yang populer di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis apakah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Mie Gacoan yang berdomisili di Tangerang Selatan, sampel yang digunakan sebanyak 100 orang menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi sebesar 63,7% dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 36,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan