

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN JEMBER

Ayu Nazilaturrohma<sup>1\*</sup>, Restiana Khoirunnisa<sup>2</sup>, Yaya Nur Aini<sup>3</sup>, Muhammad Hasby Yahya<sup>4</sup>.

Prodi Manajemen Universitas PGRI Argopuro Jember, Jember, Indonesia

\*Email Corresponding Author: [ayunazilaturrohma34@gmail.com](mailto:ayunazilaturrohma34@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Jember. Dalam industri makanan cepat saji yang semakin berkembang, harga dan kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana harga dan kualitas produk yang ditawarkan oleh Mie Gacoan Jember memengaruhi kepuasan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi konsumen terhadap harga dan kualitas produk, serta mengidentifikasi hubungan antara kedua faktor tersebut dengan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Responden dalam penelitian ini adalah tiga konsumen Mie Gacoan Jember yang dipilih secara purposif berdasarkan pengalaman mereka sebagai pelanggan. Wawancara dilakukan untuk menggali persepsi mereka tentang harga produk yang dianggap terjangkau atau sepadan, serta kualitas produk yang mencakup rasa, kebersihan, dan konsistensi penyajian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai persepsi konsumen terhadap harga dan kualitas produk di Mie Gacoan Jember, serta memberikan masukan bagi pihak manajemen dalam meningkatkan strategi bisnis mereka untuk mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

**Kata kunci:** harga, kualitas produk, kepuasan konsumen

### Abstract

*This research aims to analyze the influence of price and product quality on consumer satisfaction at Mie Gacoan Jember. In the growing fast food industry, price and product quality are the main factors influencing purchasing decisions and consumer satisfaction. The main problem raised in this research is how the price and quality of the products offered by Mie Gacoan Jember affect consumer satisfaction. This research aims to explore consumer perceptions of product price and quality, as well as identify the relationship between these two factors and customer satisfaction. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews. The respondents in this research were three Mie Gacoan Jember consumers who were selected purposively based on their experience as customers. Interviews were conducted to explore their perceptions about product prices that are considered affordable or worth it, as well as product quality which includes taste, cleanliness and consistency of presentation. It is hoped that the results of this research will provide insight into consumer perceptions of price and product quality at Mie Gacoan Jember, as well as provide input for management in improving their business strategy to achieve higher customer satisfaction.*

**Keywords:** price, product quality, customer satisfaction

## PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti berkeinginan meningkatkan keunggulan bersaing pada produk yang ditawarkannya, oleh karena itu perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk memberikan kepuasan. Menurut (Rahman (2019) dalam Rachmawati Nurfitri & Setyaningsih, 2022) menjelaskan bahwa dalam bidang bisnis, kepuasan pelanggan merupakan kunci utama. Irawan (2008) Adapun indikator-indikator kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Perasaan puas (Terhadap produk atau pelayannya).
2. Pembelian ulang.
3. Akan merekomendasikan produk kepada orang lain.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli suatu produk.

Berdasarkan hal tersebut maka untuk menciptakan kepuasan pelanggan perlu adanya beberapa faktor yang diperhatikan oleh pelaku bisnis seperti, harga, kualitas produk serta promosi sebagai daya tarik pelaku bisnis kepada calon konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk yang ditawarkan dan memberikan kepuasan.

Menurut (Tjiptono, (2019;208) dalam Sa'adah & Munir, 2020) bahwa harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menjadi unsur utama dalam memberikan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Kotler & Garry Armstrong (2008) terdapat 4 indikator dalam menentukan harga, yaitu:

1. Kesesuaian harga dengan manfaat.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Daya saing harga.
4. Keterjangkauan harga.

Menurut Ginting (2018) dalam Rachmawati Nurfitri & Setyaningsih (2022) kualitas produk merupakan suatu keunggulan produk yang pasti dirasakan oleh konsumen. Tjiptono, 2008: 25 dalam Tonce & Rangga (2022) Adapun indikator-indikator dari kualitas produk diantaranya:

1. Kinerja (*Performance*),
2. Keistimewaan tambahan (*Futures*),
3. Keandalan (*Reliability*),
4. Kesesuaian spesifikasi,
5. Daya tahan (*Durability*),
6. Estetika (*Aesthetics*),
7. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*), dan
8. Kemudahan Perbaikan (*Serviceability*).

Menurut Tjiptono (2011) dalam Rachmawati Nurfitri & Setyaningsih, (2022) promosi menjadi penentu keberhasilan suatu strategi pemasaran dalam memberikan informasi mengenai keberadaan produk serta nilai produk tersebut. Adapun indikator-indikator promosi, yaitu (Kotler & Armstrong, 2015):

1. Kesadaran (*Awareness*)
2. Minat (*Interest*)
3. Penilaian (*Evaluation*)
4. Percobaan (*Trial*)

Saat ini faktanya tidak semua kedai kopi memiliki kepuasan pelanggan yang tinggi, karna hingga saat masih terdapat kedai kopi yang mengalami ketidak stabilan penjualan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau di konsumsi pasar (baik pasar konsumen akhir maupun pasar industrial) sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan

pasar yang bersangkutan. (Tjiptono 2002:22). Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Menurut Handoko (2002 : 23) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan.

Harga merupakan salah satu faktor yang akan menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli atau menikmati suatu produk barang atau jasa. Harga yang relatif rendah atau dengan kata lain lebih murah, merupakan sumber kepuasan yang penting bagi konsumen yang disebabkan Kepuasan merupakan sebuah kesan atau persepsi seorang konsumen atas kinerja dan harapan dari sebuah produk, karena jika kinerja perusahaan di bawah harapan maka kepuasan dari para konsumen akan berkurang dan ada kemungkinan konsumen tidak akan membeli ulang produk dari perusahaan terkait. Begitu pula sebaliknya, ketika kinerja perusahaan melebihi harapan dari konsumen yang terjadi adalah konsumen akan tetap setia menjadi pelanggan dari perusahaan terkait. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor harga, kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan, faktor emosi dan kemudahan perolehan value for money yang tinggi bagi para konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya, Kepuasan konsumen bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pembeli sehingga pencapaian kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, produsen dalam pelaksanaan kualitas produknya selalu diiringi dengan kepuasan pelanggan agar memunculkan kepuasan terhadap produk baik dari segi produsen maupun konsumen. Karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada. Kualitas produk yang baik, menciptakan, mempertahankan kepuasan pelanggan.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan kepuasan pemilihan suatu produk oleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Produk dengan kualitas baik akan lebih menarik bagi konsumen. Konsumen lebih mencari kualitas dalam membeli produk yang dibutuhkan sehingga penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas yang lebih berorientasi pada keputusan pembelian (Linda Puspitasari, 2016). Hasil penelitian Prandita dan Iriani (2013) menyatakan kualitas produk, kualitas layanan dan emosional mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan, sedangkan variabel yang dominan adalah kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Eva Agustina, 2019). Hasil penelitian Sembiring et al. (2014) menyatakan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Moha dan Loindong (2016) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Saat ini, perkembangan usaha di Indonesia semakin pesat, terutama dalam bidang usaha makanan. Hal ini terlihat dari banyaknya usaha makanan baru yang bermunculan. Pesatnya perkembangan usaha makanan dapat mengubah *life style* konsumen. Konsumen menjadi lebih cermat dalam menentukan pembelian makanan karena meningkatnya jumlah konsumen dan besarnya kebutuhan akan makanan.

Oleh karena itu, usaha makanan yang didirikan harus memiliki keunggulan tersendiri agar bisa menarik perhatian konsumen dan dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Setiap usaha makanan berupaya memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap makanan. Jember adalah salah satu kabupaten yang memiliki banyak usaha di bidang makanan, dengan berbagai jenis bahan dasar yang hampir sama. Salah satu bahan dasar yang terkenal dan banyak digunakan saat ini adalah mie. Mie menjadi makanan favorit banyak kalangan. Beberapa olahan mie yang populer di Jember antara lain Mie Sakera, Mie Kober, Mie Setan, Mie Gobyoss, Wizzmie, dan lainnya. Meski semuanya menggunakan mie sebagai bahan dasar, setiap usaha memiliki ciri khas tersendiri, misalnya mie dengan level kepedasan tertentu. Mie dengan berbagai level kepedasan sangat menarik bagi konsumen yang menyukai makanan pedas. Salah satu olahan mie di Jember yang menyajikan cita rasa pedas dengan level-level tertentu adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan Jember pertama kali dibuka pada bulan Februari 2018 di Jl. Sumatra No. 73, Sumbersari, Jember. Mie Gacoan buka 24 jam. Meskipun Mie Gacoan bukan usaha olahan mie pedas pertama di Jember, namun Mie Gacoan mampu bersaing dalam dunia kuliner. Banyak pilihan tempat kuliner mie di Jember, tetapi Mie Gacoan telah mendapatkan tempat di hati konsumennya. Hal ini terbukti dari ramainya pengunjung sejak grand opening hingga sekarang. Selain mie, Mie Gacoan juga menawarkan berbagai macam dimsum seperti udang keju, udang rambutan, siomay, lumpia udang, dan pangsit goreng. Ada juga berbagai pilihan minuman seperti es milo, es teh, es gobak sodor, es teklek, es skulu bathok, es petak umpet, teh tarik, dan lain sebagainya.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan pertimbangan penting yang harus diterapkan oleh setiap perusahaan. Dengan kualitas produk yang baik, perusahaan dapat meningkatkan daya saing produk mereka. Menurut Herlambang (2014), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas ini dinilai oleh konsumen berdasarkan persepsi mereka. Produk dikatakan berkualitas jika kebutuhan dan keinginan pembeli terpenuhi. Adapun indikator kualitas produk dalam penelitian ini yakni (dalam Rohmawati, 2018) :

1. Kualitas rasa
2. Ciri khas atau keistimewaan
3. *Suistaibility* (Kesesuaian)

Kotler dan Armstrong (dalam Imaningsih, 2018) mengartikan harga sebagai jumlah yang harus dibayar untuk suatu produk atau jasa. Dalam arti yang lebih luas, harga mencakup semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Adapun indikator harga dalam penelitian ini yakni (dalam Rohmawati, 2018) :

1. Terjangkau atau tidaknya harga
2. Kecocokan antara harga dan kualitas
3. Kemudahan cara pembayaran

Indikator yang digunakan dalam penetapan harga antara lain (Kotler dan Armstrong 2016) :

a. Penetapan Harga Jual

Keputusan penetapan harga, seperti halnya keputusan bauran pemasaran lainnya harus berorientasi pada pembeli. Penetapan harga yang berorientasi pada pembeli yang efektif mencakup memahami berapa besarnilai yang ditempatkan konsumen atas manfaat yang mereka terima dari produk tersebut dan menetapkan harga yang sesuai dengan nilai ini.

#### b. Elastisitas Harga

Seberapa responsif permintaan terhadap suatu perubahan harga. Jika permintaan hampir tidak berubah karena sedikit perubahan harga, maka permintaan tersebut tidak elastis/inelastis. Jika permintaan berubah banyak, kita menyebut permintaan tersebut elastis. Semakin tidak elastis permintaan, semakin besar kemungkinan penjual menaikkan harga.

#### c. Pertumbuhan Harga Pesaing

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan penetapan harga perusahaan adalah harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing atas tindakan penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Seorang konsumen yang cenderung membeli suatu produk atas evaluasi harga serta nilai produk pembandingan sejenis lainnya.

#### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler (2016) Kualitas produk adalah kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2014:41) menyatakan konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari sudut pandang yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasinya. Kualitas produk dapat disimpulkan dari penjelasan di atas yaitu keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan pelanggan yang dari segi keunggulan produk telah memenuhi syarat untuk diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan.

Adapun Indikator Kualitas Produk : Dimensi kualitas produk menurut Lupiyoadi (2014:41) adalah:

1. Kinerja (*Performance*), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Daya tahan (*Durability*), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
3. Fitur (*Features*), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
4. Reliabilit (*Reliability*), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
5. Estetika (*Aesthetics*), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.

#### **Kepuasan konsumen**

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh kinerja atau hasil suatu produk yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2009).

Adapun Indikator Kepuasan Konsumen (Tjiptono, 2014 : 101) terdiri dari : .

1. Kesesuaian Harapan Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen
2. Minat Berkunjung Kembali Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait
3. Kesediaan Merekomendasi merupakan upaya dan Langkah serta kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Menurut Mowen dan Minor (dalam Yuniarti, 2015), kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Menurut Kotler dan Keller (dalam Yuniarti, 2015), kepuasan konsumen adalah perasaan yang timbul pada konsumen, baik berupa kesenangan maupun ketidakpuasan, yang muncul setelah membandingkan produk dengan harapan mereka terhadap produk tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Prasasti & Maisara, 2022) hasilnya harga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian (Husna et, al 2021) harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Febrida et, al (2020) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut Dessy Permatasari et, al (2020) kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu membuktikan adanya sebagian *Research Gap* terkait dengan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, judul yang diambil adalah “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacoan Jember”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana harga dan kualitas produk yang di tawarkan oleh Mie Gacoan Jember berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2005) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Subjek penelitian adalah pengunjung gerai Mie Gacoan Jember. Instrument pengumpulan data yang digunakan adalah panduan wawancara yang dilakukan terhadap 3 orang responden dan terdiri dari beberapa pertanyaan terbuka untuk menggali informasi tentang harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik. Analisis tematik melibatkan pengkodean data wawancara untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data. Hasil analisis tematik digunakan untuk memahami bagaimana harga dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian kualitatif yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Jember" memperoleh data empiris melalui wawancara mendalam dengan tiga responden. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana harga dan kualitas produk memengaruhi kepuasan konsumen. Responden memberikan wawasan yang mendalam terkait persepsi mereka terhadap harga dan kualitas produk Mie Gacoan di Jember. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapat data sebagai berikut : **Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mie Gacoan Jember**

Harga merupakan elemen penting dalam pemasaran yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan mereka. Konsumen seringkali memiliki batas harga minimum yang mereka anggap sebagai indikator kualitas rendah jika harga di bawahnya, serta batas harga maksimum yang dianggap terlalu tinggi dan tidak sebanding dengan nilai produk atau jasa yang diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah pelanggan Mie Gacoan di Jember, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan sangat penting. Pendapat beberapa konsumen Mie Gacoan Jember terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak restoran adalah sebagai berikut:

- a. Harga yang ditawarkan oleh Mie Gacoan relatif terjangkau untuk kalangan mahasiswa, karena dengan harga sekitar Rp 10.000 konsumen sudah dapat menikmati mie dengan sensasi pedas yang terkenal.
- b. Harga yang dibanderol oleh Mie Gacoan sesuai dengan kualitas produk seperti rasa, tekstur, dan porsi, serta sesuai dengan fasilitas tempat yang disediakan.

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Konsumen merasa puas dengan harga yang ditawarkan oleh Mie Gacoan Jember, mengingat kualitas rasa, tekstur, dan porsi yang mereka dapatkan sesuai dengan ekspektasi dan harga yang dibayarkan.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mie Gacoan Jember**

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Mie Gacoan di Jember adalah kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas produk Mie Gacoan Jember dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu rasa, tekstur, porsi, dan topping mie Gacoan.

Berdasarkan data wawancara, mayoritas responden menyatakan bahwa rasa Mie Gacoan enak, sesuai dengan selera, dan membuat ketagihan. Beberapa responden juga menyebutkan bahwa rasa Mie Gacoan pedas, premium, dan sesuai dengan ekspektasi mereka. Hanya satu responden yang mengatakan bahwa rasa Mie Gacoan agak kurang memuaskan dan satu responden lain menyebutkan bahwa rasa Mie Gacoan terlalu pedas. Hal ini menunjukkan bahwa rasa Mie Gacoan Jember memiliki variasi yang dapat memenuhi selera konsumen yang berbeda-beda. Selain itu, hanya satu responden yang menyebutkan tentang tekstur Mie Gacoan, yaitu responden yang mengatakan bahwa tekstur Mie Gacoan cocok untuk selera orang Jember. Tidak ada responden lain yang memberikan komentar tentang tekstur Mie Gacoan. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa tekstur Mie Gacoan Jember tidak terlalu menjadi perhatian atau tidak terlalu berpengaruh bagi konsumen. Selanjutnya, hanya satu responden yang menyebutkan tentang porsi Mie Gacoan, yaitu responden yang mengatakan bahwa porsi Mie Gacoan melimpah. Tidak ada responden lain yang memberikan komentar tentang porsi Mie Gacoan. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa porsi Mie Gacoan Jember sudah cukup atau tidak terlalu menjadi pertimbangan bagi konsumen. Terakhir, hanya satu responden yang menyebutkan tentang topping Mie Gacoan, yaitu responden yang mengatakan bahwa topping Mie Gacoan enak.

Tidak ada responden lain yang memberikan komentar tentang topping Mie Gacoan. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa topping Mie Gacoan Jember tidak terlalu bervariasi atau tidak terlalu menarik bagi konsumen. Dari paragraf di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk Mie Gacoan Jember memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan bagi pengelola Mie Gacoan Jember.

## KESIMPULAN

Harga merupakan elemen penting dalam pemasaran yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan mereka. Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah pelanggan Mie Gacoan di Jember, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan sangat penting. Pelanggan mengaku sudah mencapai kepuasan dalam aspek harga pada Mie Gacoan Jember.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Mie Gacoan Jember adalah kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas Mie Gacoan Jember sangat baik, dengan rasa yang sesuai dengan lidah konsumen dan harga yang terjangkau. Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dari aspek kualitas produk sudah memuaskan konsumen. Dengan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik, Mie Gacoan Jember berhasil memberikan kepuasan kepada pelanggannya, yang merasa puas dengan produk yang mereka beli.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang tulus disampaikan kepada Bapak Hanif Hadinata Utama, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan yang sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini. Selain itu, terima kasih juga disampaikan kepada teman-teman yang telah memberikan kontribusi, dukungan, dan kerja sama yang luar biasa selama proses ini, yang memungkinkan tercapainya hasil yang optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Solusi*, 21(3), 290. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7079>

Herlambang, Susatyo. (2014). *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Gosyen Publishing. <https://gosyepublishing.web.id/?product=basic-marketing-dasar-dasar-pemasaran>

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>

Imaningsih, E. S. (2018). *The Model Of Product Quality, Promotion, Price, And Purchase Decisions*. *Jurnal Ekonomi*, 23(2). <https://doi.org/10.24912/je.v23i2.373>

Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif / Lexy J. Moleong* | Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=12221>

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>

Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Perilaku-Konsumen-Teori-dan-Praktek-Yuniarti/42cb7711ce9600e186b2e5e7fe8b23366749c07b>