

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Padjajaran Bogor

Veralianta Br Sebayang<sup>1</sup>, Nabila K<sup>2</sup>, Syafira T<sup>3</sup>, Afifah M<sup>4</sup>, Saputra I<sup>5</sup>, Rashesa A<sup>6</sup>,  
Hibatullah L<sup>7</sup>, Tasya Angelita<sup>8</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup>Institut Pertanian Bogor

E-mail: [vera\\_bayang@apps.ipb.ac.id](mailto:vera_bayang@apps.ipb.ac.id)<sup>1</sup>, [kaylamarsanabila@apps.ipb.ac.id](mailto:kaylamarsanabila@apps.ipb.ac.id)<sup>2</sup>,  
[tabinasyafira@apps.ipb.ac.id](mailto:tabinasyafira@apps.ipb.ac.id)<sup>3</sup>, [mauraputri@apps.ipb.ac.id](mailto:mauraputri@apps.ipb.ac.id)<sup>4</sup>, [irfansyahsaputra@apps.ipb.ac.id](mailto:irfansyahsaputra@apps.ipb.ac.id)<sup>5</sup>,  
[rashesaputri@apps.ipb.ac.id](mailto:rashesaputri@apps.ipb.ac.id)<sup>6</sup>, [luthfihibayatullah@apps.ipb.ac.id](mailto:luthfihibayatullah@apps.ipb.ac.id)<sup>7</sup>, [20angelitatasya@gmail.com](mailto:20angelitatasya@gmail.com)<sup>8</sup>

### Article History:

Received: 02 Mei 2024

Revised: 29 Mei 2024

Accepted: 31 Mei 2024

**Keywords:** Kualitas,  
Layanan, Kepuasan,  
Pelanggan, Mie Gacoan

**Abstract:** Mie Gacoan sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan yang sedang marak diminati dari berbagai kalangan. Perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap pengalaman dan kepuasan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Padjajaran Bogor. Penelitian dilakukan dengan cara menganalisis data yang dimiliki terkait dengan variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan, sehingga perlu dilakukan pengumpulan sampel terlebih dahulu. Sampel penelitian berupa konsumen yang pernah membeli produk Mie Gacoan Padjajaran Bogor dalam kurun waktu dua tahun terakhir sebanyak 40 responden. Pengumpulan sampel dilakukan dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner berupa pemberian pertanyaan dan pernyataan yang dijawab menggunakan angka dalam skala likert. Data kuesioner yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana yang didalamnya menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

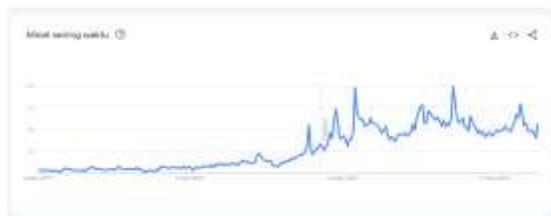
### PENDAHULUAN

Mie Gacoan merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri makanan dengan produk utama berupa mie goreng pedas dengan berbagai level. Mie Gacoan sudah memiliki sangat banyak cabang di berbagai kota di Indonesia terutama di kota-kota besar seperti wilayah Jabodetabek. Salah satu cabang Mie Gacoan di wilayah Jabodetabek ialah pada Kota Bogor tepatnya di jalan Padjajaran. Mie Gacoan Padjajaran Bogor memiliki cukup banyak pelanggan dari berbagai kalangan terutama mahasiswa dan anak sekolah.

Pentingnya memahami hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks warung makan Mie Gacoan di kawasan Padjajaran Bogor. Mie Gacoan telah menjadi bagian penting dalam industri makanan di Bogor dengan meningkatnya persaingan di pasar kuliner. Dalam persaingan yang semakin ketat ini, penting bagi pemilik usaha untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan di Mie Gacoan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan di Mie Gacoan berperan untuk mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap pengalaman pembelian Mie Gacoan. Kepuasan pelanggan menjadi indikator utama dari sejauh mana harapan dan kebutuhan konsumen terpenuhi oleh layanan yang diberikan. Selain itu, kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam menjaga keberlangsungan usaha karena konsumen yang merasa puas cenderung kembali dan merekomendasikan Mie Gacoan kepada orang lain.

Dengan memahami bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan di Mie Gacoan, pemilik usaha dapat mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana variabel kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Padjajaran Bogor, sehingga dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha dalam mengembangkan strategi pelayanan yang lebih efektif dan meningkatkan daya saing mereka di pasar kuliner Bogor.



Sumber: Google Trends 2018-2023

**Gambar 1. Data Penjualan Mie Gacoan 2018-2023**

Gambar 1 menunjukkan data penjualan pada tahun 2018-2023 di Mie Gacoan, rata-rata penjualan menunjukkan peningkatan. Mie Gacoan menggunakan strategi pemasaran dengan menggunakan nama menu yang unik untuk dapat menarik perhatian konsumen. Promosi yang dilakukan oleh Mie Gacoan pada *platform* TikTok dan Instagram sudah tepat sasaran merujuk pada kalangan usia muda atau remaja karena dengan harganya yang murah dan tempat yang cukup *instagramable* dan nyaman menjadikan remaja membagikan aktivitasnya di social media. Hal tersebut membantu promosi secara mulut ke mulut untuk mengenalkan produk Mie Gacoan kepada calon konsumen lainnya.

## LANDASAN TEORI

Kepuasan pelanggan adalah keyakinan bahwa kebutuhan atau harapan mereka telah terpenuhi atau bahkan terlampaui (Gerson, 2010). Kepuasan konsumen mencerminkan perasaan mulai dari kegembiraan hingga kekecewaan yang muncul setelah membandingkan kinerja produk dengan harapan mereka (Kotler, 2000). Jika produk tidak memenuhi harapan, konsumen mungkin merasa tidak puas. Sebaliknya, jika produk melebihi harapan, konsumen akan merasa sangat puas atau senang.

Penelitian yang berjudul "Dampak Rasa, Kualitas Layanan, dan Penilaian Harga terhadap

Kesetiaan Konsumen Terhadap Mie Gacoan di Kalangan Konsumen Muda Kabupaten Karanganyar" yang dilakukan oleh Wulandari (2023) bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari: 1) Rasa terhadap kesetiaan konsumen, 2) Kualitas layanan terhadap kesetiaan konsumen, 3) Penilaian harga terhadap kesetiaan konsumen. Hal ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna dalam pengembangan produk. Populasi penelitian ini adalah konsumen Mie Gacoan di Kabupaten Karanganyar. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Analisis data dilakukan menggunakan uji asumsi klasik, deskriptif, dan analisis linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23.

Studi yang dilakukan oleh Bangun (2023) berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Pelanggan Mie Gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta". Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh kualitas layanan terhadap kesetiaan pelanggan, pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan pelanggan, serta peran mediasi kepuasan pelanggan dalam pengaruh kualitas layanan terhadap kesetiaan pelanggan Mie Gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengujian instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan analisis data menggunakan pendekatan deskriptif, analisis regresi sederhana, analisis regresi mediasi, uji t, dan uji F. Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas layanan terhadap kesetiaan pelanggan Mie Gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta, kualitas layanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di wilayah tersebut, selain itu kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesetiaan pelanggan. Terakhir, kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator dalam pengaruh kualitas layanan terhadap kesetiaan pelanggan Mie Gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Shalsabilla (2023) dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Kartasura" bertujuan untuk mengetahui dampak citra merek, kualitas pelayanan, dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian, baik secara langsung maupun tidak langsung, pada Mie Gacoan Cabang Kartasura. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data dengan melibatkan 100 responden sebagai sampel. Analisis data dilakukan menggunakan analisis jalur (Path Analysis) dengan bantuan software IBM SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas pelayanan, dan word of mouth secara langsung berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu, citra merek, word of mouth, dan keputusan pembelian juga secara langsung berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sementara kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Secara tidak langsung, keputusan pembelian dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, tetapi tidak memediasi pengaruh citra merek dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, yang berisi pernyataan dan pertanyaan tertulis. Kuesioner yang digunakan adalah angket tertutup, di mana responden memberikan jawaban dengan memilih tanda yang dianggap benar, menggunakan skala Likert dengan rentang skor dari 1 hingga 5.

Putri dan Santoso (2020) menyebutkan bahwa skala *likert* merupakan skala yang mana jawaban setiap item *instrumen* yang menunjukkan tanggapan dari sangat positif hingga sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata seperti sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan

sangat tidak setuju. Sedangkan menurut Taluke *et al.* 2019 menjelaskan bahwa skala likert adalah skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner. Mereka juga menyatakan bahwa skala ini adalah yang paling sering digunakan dalam penelitian survei. Pertanyaan positif mengukur minat positif dan negatif, masing-masing dengan likert. Penelitian kali ini menggunakan pertanyaan positif yang diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1. Bentuk jawaban skala *likert* terdiri dari sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

**Table 1. Skala Likert**

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber:(Sugiyono, 2019)

Metode yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah Regresi Linear Sederhana. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel X dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel Y. Model regresi yang digunakan sebagai berikut

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien

Pengolahan data selanjutnya dilakukan dengan Uji T yang merupakan sebuah pengujian untuk melihat apakah variabel X secara individual mempengaruhi variabel Y. Koefisien Determinasi (R Square) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel Y yang disebabkan variabel X.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Koefisien Determinasi (R Square)

**Table 2. Summary Output**

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,41734
R Square	0,174173
Adjusted R Square	0,15244
Standard Error	1,975632
Observations	40

Sumber: Data olah pribadi (2024)

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan menggunakan metode regresi linier sederhana, diperoleh hasil seperti yang ditampilkan pada Tabel 2. Nilai R square adalah 0,174, yang berarti bahwa 17,4% variabel kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan

variabel kepuasan pelanggan (Y), sementara 82,6% dijelaskan oleh variabel lain. Untuk menentukan tingkat signifikansi atau linearitas dari regresi, dapat dilihat pada tabel Anova.

## 2. Uji F

**Table 3. Anova**

	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	31,28142	31,28142	8,01446451	0,00737814
Residual	38	148,3186	3,903121		
Total	39	179,6			

Sumber: Data olah pribadi (2024)

Berdasarkan tabel Anova yang diperoleh dari hasil penelitian, hasilnya ditampilkan seperti pada Tabel 3. Tabel tersebut menunjukkan linearitas atau tingkat signifikansi antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Padjadjaran Bogor. Interpretasinya adalah sebagai berikut:

- H<sub>0</sub> = Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan
- H<sub>1</sub> = Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- Jika P value <  $\alpha$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, sedangkan jika P value >  $\alpha$ , maka H<sub>0</sub> diterima.

P value pada tabel adalah 0,00737 dengan menggunakan  $\alpha = 5\%$ , yang berarti p value yang diperoleh lebih kecil dari 5%. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> ditolak, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Mie Gacoan Padjadjaran Bogor berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 3. Uji t

**Table 4. Koefisien**

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	3,360383	2,856996	1,176194	0,24683337	-2,42330397	9,144069	-2,4233	9,144069
Kualitas Pelayanan	0,29235	0,103268	2,830983	0,00737814	0,083294749	0,501405	0,083295	0,501405

Sumber: Data olah pribadi (2024)

Tabel koefisien berfungsi untuk menunjukkan kolom *Unstandardized Coefficients* B yang digunakan dalam model persamaan regresi yang diperoleh dari koefisien variabel serta konstanta. Hasil pengolahan data yang ditampilkan pada Tabel 4 menunjukkan persamaan regresi linier sederhana yang dapat dituliskan sebagai  $Y = 3,360 + 0,292X$ . Persamaan ini mengindikasikan bahwa jika kualitas pelayanan (X) meningkat sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,292. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Nilai P value pada tabel adalah 0,00737 dengan menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ . Ini berarti bahwa nilai P yang diperoleh lebih kecil dari 5%, sehingga H<sub>0</sub> ditolak. Artinya, kualitas pelayanan di Mie Gacoan Padjadjaran Bogor memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Nilai R square sebesar 0,174 atau 17,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 17,4% variabel kualitas pelanggan mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan dan 82,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain.
2. Kualitas pelayanan Mie Gacoan Padjajaran Bogor berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang datang, seperti yang ditunjukkan pada nilai P value yang diperoleh lebih kecil dari 5% , sehingga H<sub>0</sub> ditolak. Artinya, kualitas pelayanan Mie Gacoan Padjajaran Bogor berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Persamaan yang didapatkan dari hasil pengolahan data didapatkan  $Y = 3,360 + 0,292X$ . Hal ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu-satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,292. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Mie Gacoan Padjajaran Bogor memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

## DAFTAR REFERENSI

- Andari, D. S. & M. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Uang Mie Gacoan Yogyakarta Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 3, 468–489.
- Ayuwardani, M. , W. B. Y. , S. N. A. (2021). Analysis Of Mie Gacoan Customer Loyalty Through Costumer Expperience And Perceived Quality. *Sains Sosio Humaniora*, 5, 936–945.
- Bangun, Desnaita. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE GACOAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Bella Bunga Sejadad, Mutiara Anisa Titian Trisna, & Syamsul Hidayat. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 316–326.
- Wulandari, I. (2023). *PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MIE GACOAN DI KALANGAN KONSUMEN MUDA KABUPATEN KARANGANYAR*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.
- Febriatu Sholikhah, A. (2023). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI BEKASI TIMUR*.
- Fitaning, D., & Yunitarini, S. (2024). *Journal of Accounting and Management's Student (JAM'S) PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*.
- Gerson, R. F. (2002). *Mengukur Kepuasan Pelanggan* (Cetakan Kedua). PPM.
- Griffin, J. (2009). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Griffin. (2005). *Customer Loyalty*. Erlangga.
- 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.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo.

- Kristanto, Y. A., & Ekonomi, F. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bandung). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19, 13–22.
- Putri, D. S & Santoso, B. 2020. Persepsi Mahasiswa Angkatan 2015-2016 Tentang Penggunaan Aplikasi Turnitin Untuk Mencegah Tindak Plagiarisme Di Perpustakaan Universitas Bina Darma Palembang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. 15(2): 216- 235
- Shalsabilla. (2023). *SKRIPSI\_SHALSABILLA\_19211268*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., & Sembel, A. 2019. Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Journal Spasial*. 6(2): 531- 540
- Wulandari, I. (2023). *PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MIE GACOAN DI KALANGAN KONSUMEN MUDA KABUPATEN KARANGANYAR*. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.