

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN CABANG MAYJEN SUNGKONO

Farah Kirana Salsabila
farahkirana0603@gmail.com
Budiyanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aims to examine the effect of service quality, product quality, and taste on the customers' satisfaction of Mie Gacoan (Case Study at Mie Gacoan Mayjen Sungkono Surabaya branch). The research applies quantitatively. Furthermore, the population consists of customers at the Mie Gacoan Mayjen Sungkono Surabaya branch. The data collection technique used accidental sampling with 100 respondents as the sample. Moreover, the data were primary that were obtained from a questionnaire. The questionnaires were distributed to the respondents. The data analysis technique used multiple linear regression. The result of classical assumption tests including normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test shows that all variables meets the determined criteria. Additionally, the proper model test result by F-test and determinant coefficient test indicates that the regression model is properly used. In addition, the hypothesis test result concludes that service quality, product quality, and taste have a significant effect on the customers' satisfaction.

Keywords: service quality, product quality, taste, and customer satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan (studi pada Mie Gacoan cabang Mayjen Sungkono Surabaya). Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu pelanggan Mie Gacoan cabang Mayjen Sungkono Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi persyaratan yang ditentukan. Sementara itu, hasil uji kelayakan model menggunakan uji F dan koefisien determinasi menyatakan model regresi pada penelitian layak digunakan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Cita rasa, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Rumah makan adalah tempat usaha yang menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman yang dapat dikonsumsi langsung oleh pelanggan di lokasi tersebut. Pertumbuhan rumah makan di Indonesia dapat dilihat dan dirasakan di kota-kota besar seperti di Surabaya. perkembangan rumah makan sangat pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap rumah makan yang nyaman, bervariasi dan mudah dijangkau. Rumah makan merupakan salah satu jenis bisnis yang potensial dan menguntungkan, terutama di kawasan perkotaan atau tempat yang ramai penduduk dan wisatawan.

Salah satu rumah makan yang menyajikan menu mi adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan merupakan merek dagang dari jaringan rumah makan yang menyajikan mi pedas nomor 1 di Indonesia, anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi yang berdiri sejak tahun 2016. Mie Gacoan

menawarkan berbagai produk, dengan fokus utamanya pada mi, seperti mi suit, mi hompimpa dan mi gacoan. Meski dikenal dengan cita rasa pedasnya, Mie Gacoan juga menyediakan mi angel, yaitu pilihan mie tanpa rasa pedas untuk pelanggan yang tidak menyukai makanan pedas namun tetap ingin menikmati produk Mie Gacoan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh terkait tingkat kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya, peneliti menemukan adanya pengaduan dari pelanggan terkait pelayanan yang diberikan oleh karyawan Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya, yang disampaikan melalui media atau sarana kritik. Tingkat kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya terindikasi masih rendah. Penurunan kepuasan pelanggan ini disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan, kualitas produk, serta cita rasa yang disajikan oleh karyawan. Pelanggan cenderung merasa tidak puas apabila pelayanan dan produk yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Ketidakpuasan ini berpotensi membuat pelanggan enggan untuk kembali berkunjung, yang pada akhirnya dapat menghambat pertumbuhan perusahaan. Kepuasan pelanggan yang baik merupakan salah satu kunci keberhasilan bagi perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas terhadap kualitas pelayanan dan produk yang diberikan, mereka akan melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengapa pelanggan melaporkan pengaduan terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. Berikut adalah ulasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya:

Tabel 1
Ulasan Pelanggan Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya

No	Ulasan Pelanggan
1.	Pelayanan kurang ramah, Makanan diantar tidak ada sumpit, kita mau minta sumpit malah disindir jangan marah jangan marah. Sopan kah kita disana juga beli kok disindir sindir. Pesan es teh juga ada kotorannya dalam minuman.
2.	Alat makan tidak dicuci, saya yakin pasti piring atau gelas juga sama demikian tidak dicuci.
3.	Kotor dan kumuh, datang awal mi dalam kondisi dingin, untuk pesanan lain seperti minum, udang rambutan, dan udang keju siap sekitar 1 jam padahal kondisi tidak terlalu ramai. Udang rambutan datang dalam kondisi sudah dingin juga.
4.	pesan gacoan level 1 hambar banget cuma terasa cabai doang sama kecap, sama udang rambutan penyok semua.
5.	open 24 jam, sangat mempermudah saat bingung mencari tempat tongkrong sambil makan minum disitu, pelayanan terkadang suka salah antar jenis pesanan (tidak sesuai) tapi bisa retur, minta menu baru yang sesuai pesanan, suasana lumayan enak, luas, nyaman jika enggak terlalu banyak pengunjung,
6.	Udang keju banyak banget kejunya. kata teman juga cabang gacoan ter enak
7.	Pelayanannya ramah dan termasuk cepat untuk penyajian masakannya. <i>keep it up</i> Gacoan Mayjen.
8.	Minta tolong lebih konsisten lagi untuk selanjutnya masa iya Level satu kayak begitu mi nya sedangkan teman saya lv satu juga tampilan pucat, dan mi nya karet banget kayak enggak ada lombok. Pihak gacoan tolong lebih konsisten untuk cabai. Pelayanan juga rumit ambil <i>barcode</i> , di suruh cari meja dulu ternyata dari kasir juga bisa.
9.	Parkiran luas, tempatnya nyaman cocok buat makan bareng sama keluarga mana harga terjangkau lagi.
10.	sudah sering kesana, tapi baru kali ini dpt pelayanan buruk jam 23.30 , karyawan serampangan padahal sudah lama lihat kita <i>scan</i> enggak bisa tapi hanya melihat saja. pas di tanya malah jawabnya nada enggak enak.
11.	Pangsit cuman dapat 1, sering kesini tapi pelayanannya enggak kayak gacoan yang di krian, disini selalu mengecewakan. <i>Self service</i> nya rumit disini. Pangsit dingin, mi dingin.
12.	Mi nya terlalu kering dan rasanya hambar pangsit nya juga berminyak banget dan kerupuk nya juga rasanya pait bikin enggak <i>mood</i> makan siomay nya juga sudah dingin tolong di perbaikan lagi dulu pertama kali kesini rasanya enggak kayak begini enak sesuai semua sekarang kualitasnya turun tolong untuk <i>manager</i> lebih mengontrol <i>crew</i> nya.

Sumber : Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa pelanggan merasa pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, seperti karyawan yang dinilai kurang ramah, rumit dalam melayani. pelanggan juga mengungkapkan ketidakpuasan terhadap kualitas produk seperti kebersihan

makanan maupun peralatan makan yang digunakan, seperti gelas dan piring yang kurang bersih. Masalah ini menunjukkan bahwa standar kebersihan yang diterapkan di restoran masih perlu ditingkatkan untuk menjamin kenyamanan dan keamanan pelanggan saat menikmati makanan. Selain itu, Keluhan terkait cita rasa mencakup rasa makanan yang tidak konsisten, seperti mie atau pangsit yang terkadang terasa hambar atau kurang gurih dibandingkan dengan pengalaman sebelumnya. Ketidak konsistenan rasa ini dapat mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap kualitas makanan yang ditawarkan oleh Mie Gacoan. Apabila kualitas pelayanan dan produk yang diberikan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan, hal ini dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan memengaruhi loyalitas mereka terhadap Mie Gacoan cabang Mayjen Sungkono Surabaya. Oleh karena itu, penting bagi Mie Gacoan untuk terus meningkatkan standar pelayanan, meningkatkan kualitas produk, dan memastikan konsistensi rasa makanan agar dapat memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan serta mendukung perkembangan rumah makan ke arah yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan penulis diatas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut : (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. (2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. (3) Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya.

TINJAUAN TEORITIS

Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:28) pemasaran merupakan proses strategis dan organisasional yang bertujuan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan serta mempertahankan hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi organisasi dan para pemangku kepentingannya. Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3) pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusi, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa serta ide untuk mendukung hubungan pertukaran yang memuaskan dengan pelanggan dan menjalin hubungan yang positif dengan pelanggan dan mempertahankan hubungan positif dengan para pelanggan dan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:681) kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari karakteristik suatu produk atau jasa yang mendukung kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut kotler dan Keller (2016:59) terdapat lima indikator yang menentukan kualitas pelayanan sebagai berikut: (1) Empati (*Empathy*), (2) Berwujud (*Tangible*), (3) Keandalan (*Reliability*), (4) Cepat tanggap (*Responsiveness*), (5) Jaminan (*Assurance*).

Kualitas Produk

Menurut kotler dan keller (2016:230) kualitas produk adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan saat mereka membeli dan menggunakan produk, kualitas produk menjadi aspek pertama yang dinilai pelanggan ketika melakukan pembelian atau mencoba produk. Apabila produk tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan hal ini akan memberikan kontribusi yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2016:87) terdapat enam indikator yang menentukan kualitas produk sebagai berikut: (1) kinerja (*performance*), (2) Fitur Produk (*features*), (3) Keandalan (*reliability*), (4) Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*conformance to specification*), (5) Daya Tahan (*durability*), (6) Estetika (*aesthetic*).

Cita Rasa

Menurut Melda *et al.* (2020) cita rasa merupakan salah satu faktor dalam memilih makanan dan minuman, yang dibedakan berdasarkan rasa serta aspek lain seperti bentuk atau tampilan, aroma, tekstur, dan suhu. Pengalaman cita rasa yang lengkap mencakup seluruh aspek sensorik ini dan menjadi alasan konsumen memilih satu produk dari produk lain. Menurut Maimunah (2019) indikator cita rasa sebagai berikut : (1) Bau (2) Rasa, (3) Rangsangan mulut.

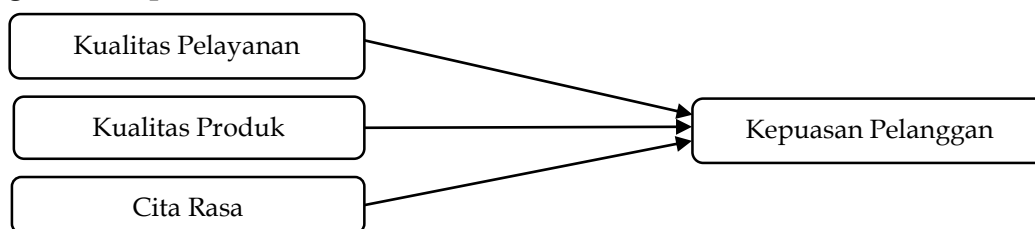
Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Kotler (2014:46) adalah perasaan seseorang yang membandingkan hasil atau kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, yang mana jika hasil juga gagal dalam memenuhi harapan pelanggan akan merasa tidak puas dan jika hasil sesuai dengan pemenuhan harapan pelanggan, pelanggan akan puas. Menurut Indrasari (2019:92) ada beberapa indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut : (1) Kesesuaian harapan, (2) Minat berkunjung kembali, (3) Kesediaan merekomendasi.

Penelitian Terdahulu

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mutiara *et al.* (2021) serta Izzuddin dan Muhsin (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Maimunah (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Irawati dan Setiawan (2023) serta Chandra dan Megawati (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Husna (2021) kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti memilih cita rasa produk berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mutiara *et al.* (2021) dan Prasasti and Maisara (2022) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Pebriantika *et al.* (2022) dan Fatmawati *et al.* (2023) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek yang menunjukkan sejauh mana perusahaan tersebut dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, terdapat perbedaan hasil. Penelitian yang telah dilakukan oleh Mutiara *et al.* (2021) serta Izzuddin dan Muhsin (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Maimunah (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka penulis akan menghipotesiskan kembali.

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk berperan penting dalam kepuasan pelanggan karena produk dengan kualitas tinggi cenderung lebih mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Penelitian mengenai kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, terdapat perbedaan hasil. Penelitian yang telah dilakukan oleh Irawati dan Setiawan (2023) serta Chandra dan Megawati (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Husna (2021) kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka penulis akan menghipotesiskan kembali.

H2 : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Cita rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan

Cita rasa berperan penting dalam kepuasan pelanggan. Rasa yang lezat dan sesuai dengan selera pelanggan dapat menciptakan pengalaman yang positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian mengenai cita rasa terhadap kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, terdapat perbedaan hasil. Penelitian yang telah dilakukan oleh Mutiara *et al.* (2021) dan Prasasti and Maisara (2022) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Pebriantika *et al.* (2022) dan Fatmawati *et al.* (2023) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka penulis akan menghipotesiskan kembali.

H3 : Cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Menurut Sugiyono (2019:15) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah pelanggan atau yang mengkonsumsi Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. Karena banyaknya pelanggan setiap hari membuat jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti, maka batasan populasi dalam penelitian ini sulit untuk ditentukan.

Teknik pengambilan sampel

Populasi dengan Jumlah yang banyak dan tidak dapat diketahui secara pasti, maka jumlah sampel ditentukan menggunakan formula lemeshow karena tidak pasti jumlahnya. Menurut Arikunto (2010:45), rumus Lameshow dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai standar normal dengan alpha tertentu (1,976)

p = Estimasi proporsi populasi (0,5)

d = interval atau penyimpangan (0,10)

q = 1-p

sehingga besar sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,976)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 97,6$$

$n = 97,6$ disesuaikan menjadi 100 responden

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 97,6 untuk mendapatkan hasil yang optimal, sehingga jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *non probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Kualitas Pelayanan (KP)

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah kemampuan Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya dalam menyediakan layanan serta tingkat keandalan optimal untuk memenuhi harapan pelanggan. Untuk mengukur kualitas pelayanan peneliti mengacu pada pendapat kotler dan Keller (2016:284) menyatakan bahwa terdapat lima indikator yang menentukan kualitas pelayanan sebagai berikut: (1) Empati (*Emphaty*), (2) Berwujud (*Tangible*), (3) Keandalan (*Reliability*), (4) Cepat tanggap (*Responsiveness*), (5) Jaminan (*Assurance*).

Kualitas Produk

Kualitas produk dalam penelitian ini ialah nilai jual utama bagi Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya, dimana pelanggan akan memberikan persepsi terhadap produk dan merasakan kepuasan jika produk tersebut berkualitas dan baik. Untuk mengukur kualitas produk peneliti mengacu pada pendapat Tjiptono (2016:87) menyatakan bahwa terdapat enam indikator yang menentukan kualitas produk sebagai berikut : (1) kinerja (*performance*), (2) Fitur Produk (*features*), (3) Keandalan (*reliability*), (4) Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*conformance to specification*), (5) Daya Tahan (*durability*), (6) Estetika (*aesthetic*).

Cita Rasa

Cita rasa adalah persepsi pelanggan tentang kombinasi rasa, aroma, tekstur suatu makanan atau minuman yang dapat mempengaruhi kenikmatan serta kepuasan pelanggan. Cita rasa bagi Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya yakni menciptakan pengalaman kuliner yang memuaskan dan khas bagi pelanggan dengan menawarkan rasa yang lezat, unik dan sesuai dengan selera mereka. Untuk mengukur cita rasa peneliti mengacu pada pendapat Maimunah (2019) menyatakan bahwa indikator cita rasa sebagai berikut: (1) Bau, (2) Rasa, (3) Rangsangan Mulut.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah persepsi positif maupun negatif yang dirasakan pelanggan terhadap produk Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. Untuk mengukur kepuasan pelanggan peneliti mengacu pada pendapat Indrasari (2019:92) menyatakan bahwa ada beberapa indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut: (1) Kesesuaian harapan, (2) Minat berkunjung kembali, (3) Kesiediaan merekomendasikan.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Pernyataan dalam kuesioner dianggap valid jika pernyataan pada kuesioner tersebut mampu menyajikan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini, validitas diuji dengan mengkorelasikan skor tiap pernyataan

dengan skor total keseluruhan pernyataan. Tingkat signifikan korelasi pearson yang digunakan adalah 0,05. Kemudian didapatkan r hitung yang bisa dibandingkan dengan r tabel. Jika r hitung > r tabel dan nilai signifikan yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur konsistensi kuesioner. Suatu kuesioner dianggap reliabel atau handal jika jawaban individu terhadap pernyataan-pernyataan didalamnya konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan program. Jika *Cronbach Alpha* > dari 0,70 maka pernyataan dikatakan reliabel, sedangkan jika *Cronbach Alpha* ≤ dari 0,70 maka pernyataan dinyatakan tidak reliabel.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan penelitian ini ialah data subyektif, yaitu data yang mencakup pandangan, perilaku, pengetahuan atau karakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah menjadi bentuk statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Abdullah (2015:246) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui hasil pengisian kuesioner. Berdasarkan definisi tersebut peneliti menggunakan pelanggan Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya sebagai sumber data utama penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif. Teknik ini bertujuan untuk membantu peneliti memahami tingkat persentase skor jawaban serta menjelaskan data yang diperoleh sesuai dengan variabel-variabel penelitian. Sugiyono (2016:147) menyatakan bahwa statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menjelaskan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang bersifat general.

Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial merupakan jenis penelitian yang berfokus pada proses pengambilan kesimpulan dari data sampel untuk membuat keputusan atau generalisasi terhadap populasi. Dalam penelitian ini, statistik inferensial yang digunakan meliputi regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji kelayakan model, dan uji hipotesis.

Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan. Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$KG = \alpha + \beta_1 KL + \beta_2 KP + \beta_3 CR$$

Keterangan :

α : Konstanta

KG : Kepuasan Pelanggan

KL : Kualitas Pelayanan

KP : Kualitas Produk

CR : Cita rasa

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:16) menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji ini dilakukan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan analisis uji statistik *kolmogorov-Smirnov* dan analisis grafik. Statistik *kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan cara melihat pada baris Asymp. Sig (2-tailed). Hasil dalam penelitian dapat dikatakan berdistribusi normal atau memenuhi uji normalitas sebagai berikut : (1) Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) dari variabel residual berada di atas 0,05. Sedangkan variabel residual berada dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal dan dianggap tidak memenuhi uji normalitas. (2) analisis grafik dapat membantu menentukan normalitas data. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan bahwa distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2018:105) ialah alat uji yang digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi antara variabel independen atau variabel bebas. Dalam model regresi pengujian ini tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) sebagai berikut : (1) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan \leq VIF 10, yang artinya tidak terjadi multikolinearitas (2) Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan VIF ≥ 10 , yang artinya terdapat korelasi yang begitu besar antar variabel bebas dengan variabel bebas lainnya sehingga terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:135) uji heteroskedastisitas adalah alat uji yang bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi terdapat perbedaan varian residual antara suatu pengamatan dengan yang lain. Model regresi yang baik ialah homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas, salah satu metode yang dapat dimanfaatkan diantaranya yaitu dapat dilihat dari grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yakni *scatterplot* antara SPESID dengan residualnya ZPRED. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah sebagai berikut : (1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas. (2) Jika tidak terjadi pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas serta dibawah 0 pada sumbu y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Menurut Ghozali (2016:95) uji F digunakan untuk menilai kelayakan model koefisien regresi linier berganda dengan menetapkan tingkat signifikan (α) = 5% atau 0,05. Kriteria hasil pengujian adalah sebagai berikut : (1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hasilnya dianggap tidak signifikan dan model penelitian dinyatakan tidak layak digunakan. (2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hasilnya dianggap signifikan dan model penelitian layak digunakan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95) koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan

variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan cita rasa dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan serta sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2016:99) uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan cita rasa secara individu terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. tingkat signifikan yang ditetapkan adalah alpha 5% atau $(\alpha) = 0,05$. Kriteria hasil pengujian uji t adalah sebagai berikut : (1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak, yang berarti variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan cita rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima, yang berarti variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas data ini dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS, sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	KL1	0,657	0,196	Valid
	KL2	0,659	0,196	Valid
	KL3	0,728	0,196	Valid
	KL4	0,773	0,196	Valid
	KL5	0,771	0,196	Valid
Kualitas Produk	KP1	0,771	0,196	Valid
	KP2	0,691	0,196	Valid
	KP3	0,755	0,196	Valid
	KP4	0,719	0,196	Valid
	KP5	0,751	0,196	Valid
	KP6	0,680	0,196	Valid
Cita rasa	CR1	0,819	0,196	Valid
	CR2	0,848	0,196	Valid
	CR3	0,832	0,196	Valid
Kepuasan pelanggan	KG1	0,796	0,196	Valid
	KG2	0,869	0,196	Valid
	KG3	0,826	0,196	Valid

Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan yang berhubungan dengan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, cita rasa, dan kepuasan pelanggan yang berjumlah 17 item memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha*. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (KL)	0,766	Reliabel
Kualitas Produk (KP)	0,820	Reliabel
Cita rasa (CR)	0,777	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (KG)	0,773	Reliabel

Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan data pada Tabel 3, diketahui bahwa kuesioner pada variabel ini bersifat reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,70. Oleh karena itu, setiap item pernyataan terkait variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, cita rasa, dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil Analisis Statistik Inferensial

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan dengan bantuan program SPSS, dan hasilnya diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	1,636	1,023	
KL	0,259	0,062	0,393
KP	0,119	0,051	0,234
CR	0,219	0,087	0,225

Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4 hasil perhitungan analisis regresi di atas, persamaan regresi dapat ditentukan sebagai berikut:

$$KG = 1,636 + 0,259 KL + 0,119 KP + 0,219 CR$$

Keterangan:

KG = Kepuasan Pelanggan

KL = Kualitas pelayanan

KP = Kualitas Produk

CR = Cita rasa

Berdasarkan hasil model persamaan regresi di atas, penjabaran dapat dilakukan sebagai berikut: (1) Nilai konstanta sebesar 1,636, yang berarti nilai variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan cita rasa adalah sama atau bernilai 0. (2) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,259 memiliki tanda positif, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berhubungan searah dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. (3) Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,119 memiliki tanda positif, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berhubungan searah dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. (4) Nilai koefisien regresi variabel cita rasa sebesar 0,219 memiliki tanda positif, yang menunjukkan bahwa variabel cita rasa berhubungan searah dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin baik cita rasa yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas
Pendekatan Kolmogorov-Smirnov

Hasil uji normalitas menggunakan kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

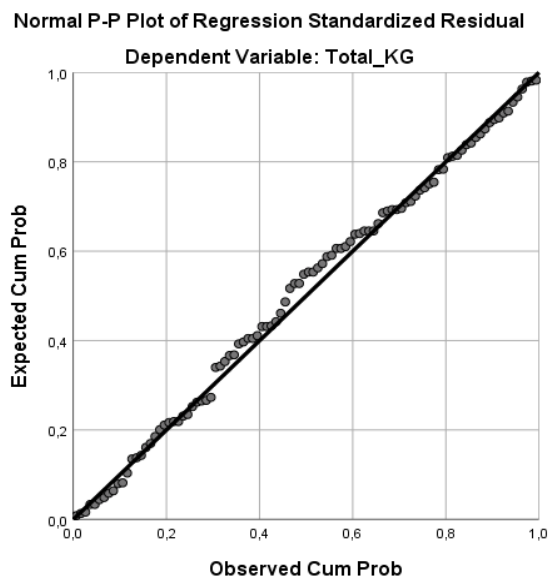
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal parameters a,b</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,22843317
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,059
	<i>Positive</i>	0,031
	<i>Negative</i>	-0,059
<i>Test Statistic</i>		0,059
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,200 ^{c,d}

Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 5 di atas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,200 Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan layak digunakan untuk penelitian.

Pendekatan Grafik

Hasil uji normalitas menggunakan pendekatan grafik dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1
Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot
Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Gambar 1 di atas, terlihat bahwa penyebaran data (titik-titik) berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan grafik telah berdistribusi normal sehingga layak digunakan untuk penelitian.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas

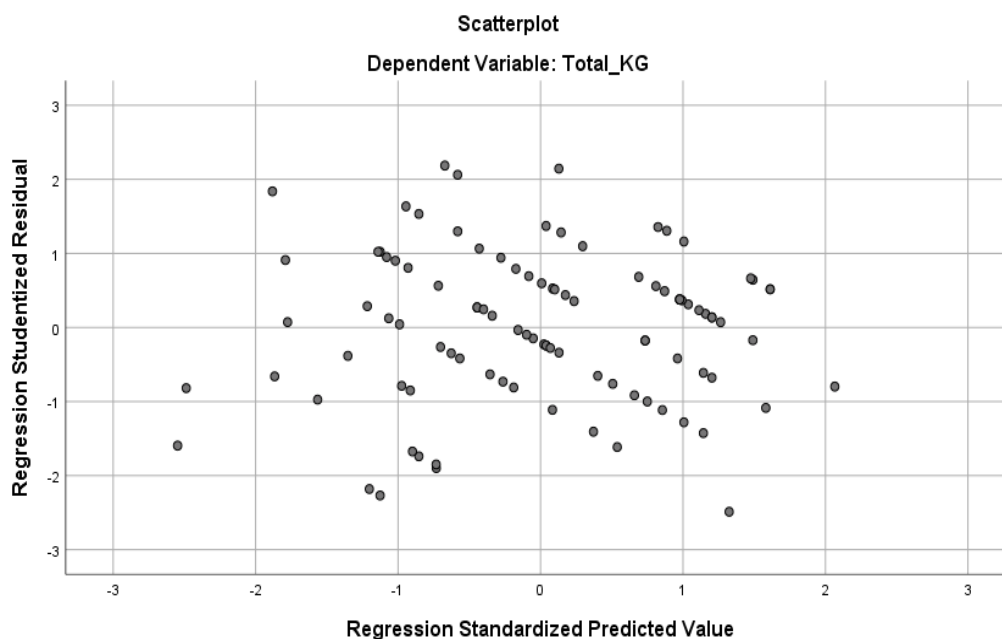
Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
KL	,550	1,817	Bebas Multikolinearitas
KP	,490	2,040	Bebas Multikolinearitas
CR	,607	1,648	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 6 di atas, nilai tolerance untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam persamaan regresi, sehingga variabel bebas tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas disajikan menggunakan *scatterplot*, sebagaimana ditampilkan berikut ini.



Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan *Scatterplot*
Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Gambar 2 dengan grafik *scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas, dan tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan variabel-variabel yang memengaruhi, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan cita rasa.

Hasil Uji Kelayakan Model

Uji F

Hasil uji F menggunakan program SPSS disajikan sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji F
ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	171,354	3	57,118	36,703	0,000 ^b
Residual	149,396	96	1,556		
Total	320,750	99			

Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 7 di atas, terlihat bahwa nilai signifikansi uji F adalah $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hasil tersebut memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang melibatkan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan cita rasa layak digunakan dalam penelitian ini serta mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Kelayakan Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,731 ^a	0,534	0,520	1,247

Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa hasil dari nilai *R square* sebesar 0,534 atau 53,4% yang artinya pengaruh dari semua variabel bebas yakni kualitas pelayanan, kualitas produk dan cita rasa terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan sebesar 53,4%, sedangkan sisanya 46,6% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil uji t menggunakan program SPSS disajikan sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,636	1,023		1,599	0,113
	KL	0,259	0,062	0,393	4,182	0,000
	KP	0,119	0,051	0,234	2,348	0,021
	CR	0,219	0,087	0,225	2,513	0,014

Sumber : Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan hasil pengujian hipotesis (uji t) yang dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. (2) kualitas produk memiliki nilai signifikansi

sebesar 0,021, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. (3) cita rasa memiliki nilai signifikansi sebesar 0,014, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (α) 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, artinya variabel cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya.

Pembahasan

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu memastikan bahwa pelayanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan. Karyawan Mie Gacoan berperan penting dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, dan ramah. Jika karyawan mampu menangani pesanan dengan baik dan menyelesaikan keluhan pelanggan secara efektif, maka pelanggan akan merasa lebih puas. Selain itu, pelayanan yang konsisten, seperti menjaga kebersihan restoran dan menciptakan suasana yang nyaman, juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori dari Kotler dan Armstrong (2018:681), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari karakteristik suatu produk atau jasa yang mendukung kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan memberikan pelayanan yang unggul dan konsisten, Mie Gacoan dapat memastikan bahwa kebutuhan pelanggan terpenuhi, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutiara *et al.* (2021) serta Izzuddin dan Muhsin (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun tidak dengan penelitian yang dilakukan oleh Maimunah (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jika Mie Gacoan mampu menjaga kualitas produk secara konsisten, maka pelanggan akan lebih puas dan cenderung melakukan pembelian ulang.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas produk yang diberikan oleh Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori dari Tjiptono (2016:59) yang menyatakan bahwa kualitas produk yang baik seharusnya mampu menciptakan nilai dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan menjaga kualitas produk secara konsisten dan terus melakukan inovasi, Mie Gacoan dapat memastikan bahwa kebutuhan serta harapan pelanggan terpenuhi, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irawati dan Setiawan (2023) serta Chandra dan Megawati (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun tidak dengan penelitian yang dilakukan oleh Husna (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Cita Rasa Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu memastikan bahwa cita rasa makanan yang ditawarkan konsisten dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kelezatan makanan yang disajikan Mie Gacoan menjadi salah satu daya tarik utama yang membuat pelanggan merasa puas. Jika menu yang ditawarkan memiliki rasa yang lezat, sesuai selera, dan konsisten pada setiap kunjungan, pelanggan akan merasa senang dan cenderung merekomendasikan produk kepada orang lain.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik cita rasa makanan yang ditawarkan oleh Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya, maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan teori dari Melda *et al.* (2020), yang menyatakan bahwa cita rasa merupakan salah satu faktor dalam memilih makanan dan minuman, yang dibedakan berdasarkan rasa serta aspek lain seperti bentuk atau tampilan, aroma, tekstur, dan suhu. Pengalaman cita rasa yang lengkap mencakup seluruh aspek sensorik ini dan menjadi alasan konsumen memilih satu produk dibandingkan produk lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mutiara *et al.* (2021) dan Prasasti and Maisara (2022) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun tidak dengan penelitian yang dilakukan oleh Pebriantika *et al.* (2022) dan Fatmawati *et al.* (2023) menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan cita rasa terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. Maka dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Berdasarkan hasil penelitian ini variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik seperti memberikan layanan yang cepat, tepat, dan ramah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. (2) Berdasarkan hasil penelitian ini variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa produk dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. (3) Berdasarkan hasil penelitian ini variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa cita rasa yang konsisten dan sesuai dengan harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan serta pihak-pihak terkait, sebagai berikut: (1) Bagi Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan seperti kecepatan, keramahan, dan ketepatan untuk terus memenuhi ekspektasi pelanggan. (2) Bagi Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya memastikan kualitas produk tetap baik dan konsisten sesuai ekspektasi pelanggan, sehingga kepercayaan pelanggan terhadap produk tetap terjaga. (3) Bagi Mie Gacoan Cabang Mayjen Sungkono Surabaya untuk tetap menjaga konsistensi cita rasa makanan dan eksplorasi menu baru dengan rasa yang khas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. (4) Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya mempertimbangkan variabel independen tambahan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, selain kualitas pelayanan,

kualitas produk, dan cita rasa. Hal ini mengingat masih terdapat pengaruh dari variabel lain sebesar 46,6% yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, serta melakukan penelitian pada cabang Mie Gacoan lainnya, selain yang di Mayjen Sungkono Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. 2015. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Chandra, B. A., dan Megawati, M. 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Brasserie Resto Di Kota Palembang 2021-2022. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 4(1), 36-42.
- Fatmawati, Yuswari, N., dan Mariah. 2023. Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dapur Ummu Hisyam (Outlet 04 Jl. Poros Maros - Makassar). *Manuver*, 1 No 3, 292-303.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 23* (kedelapan). Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Husna, A. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 311-320.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Izzuddin, A., dan Muhsin, M. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78.
- Kotler, P. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Prehalindo. Jakarta.
- _____. dan G. Armstrong. 2018. *Principles Of Marketing* (15th ed.). Global Edition. England.
- _____. dan K.L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Pearson Pretice hall. England.
- Maimunah, S. 2019. Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Melda, M., Arini, E., dan Yulinda, A. T. 2020. Pengaruh keragaman produk, cita rasa dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(2), 143-149.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., dan Suardi, A. 2021. Pengaruh kualitas layanan persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411-427.
- Pebriantika, D. T., Pitriyani, U., dan Sulaeman, E. 2020. Pengaruh harga, cita rasa, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255-262.
- Prasasti, G. A., dan Maisara, P. 2022. Pengaruh fasilitas, harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen mie gacoan di solo raya. *Publik*, 9(2), 276-288.
- Setiawan, D., dan Irawati, Z. 2023. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 657-663.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. dan Anastasia Diana. 2020. *pemasaran*. Andy. Yoyakarta.
- _____. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*. Andy. Yogyakarta.