



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITA RASA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN DI MIE GACUAN PASIR KALIKI BANDUNG

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND TASTE IN IMPROVING CONSUMER SATISFACTION AT MIE GACUAN PASIR KALIKI BANDUNG

Maurilla Herasti Eka Putri¹, Yusni Nuryani²

¹Universitas Wanita Internasional Bandung, Email : putrimaurilla@gmail.com

²Universitas Wanita Internasional Bandung, Email : yusni.nuryani@iwu.ac.id

*email koresponden: putrimaurilla@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1350>

Abstract

Rapid increase, along with the increasing public interest in exploring new tastes and increasingly dynamic lifestyles. In 2024, Bandung City will be in the top three as a favorite tourist destination for Indonesian people, with a figure of 52,4 percent, below Yogyakarta 71.2 percent and Denpasar 70,4 percent. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and taste on consumer satisfaction at Mie Gacoan Pasir Kaliki, Bandung city. The research method used in this study is quantitative descriptive and verification. Data collection techniques using questionnaires via Google Form. The assessment of research instruments uses a likert scale. The population used in this study were Mie Gacoan consumers in the Bandung City area located at Mie Gacoan Pasir Kaliki. The data testing carried out was validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, determination coefficient test, partial test (T test), simultaneous test (F test) using the help of SPSS version 2.5 application. The results of this study indicate that service quality partially has a significant effect on consumer satisfaction at Mie Gacoan Pasir Kaliki. Service quality simultaneously has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Mie Gacoan Pasir Kaliki.

Keywords : *Service quality, Taste, Consumer satisfaction, Consumer Behavior.*

Abstrak

Peningkatan pesat, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap eksplorasi cita rasa baru serta gaya hidup yang semakin dinamis. Pada tahun 2024 Kota Bandung menempati posisi tiga besar sebagai destinasi wisata favorit masyarakat Indonesia, dengan perolehan angka sebesar 52,4 persen, berada di bawah Yogyakarta 71,2 persen dan Denpasar 70,4 persen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pasir Kaliki, Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif secara deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form. Penilaian instrumen penelitian menggunakan skala likert. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah



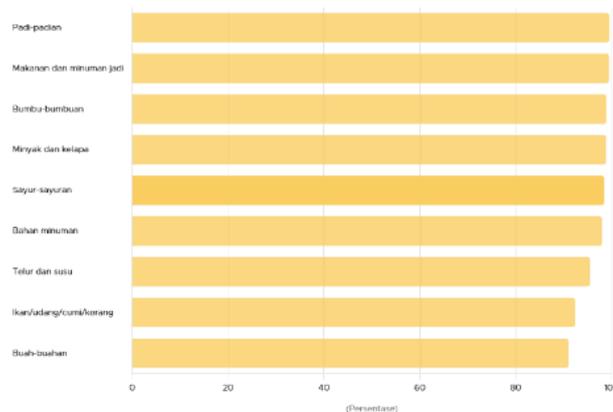
konsumen Mie Gacoan di wilayah Kota Bandung yang bertempat di Mie Gacoan Pasir Kaliki. Pengujian data yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, Uji parsial (Uji T), Uji simultan (Uji F) dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 2.5 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pasir Kaliki. Cita rasa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pasir Kaliki. Kualitas pelayanan dan cita rasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pasir Kaliki.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Cita rasa, Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumen.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner mengalami peningkatan pesat, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap eksplorasi cita rasa baru serta gaya hidup yang semakin dinamis. Sebuah perusahaan kuliner dituntut untuk terus berkembang dan semakin bijak dalam meningkatkan cita rasa, kualitas pelayanan, serta mampu bersaing secara kompetitif dalam hal harga.

Pelczarski, S., & Górski, F. (2020) dalam mereka yang berjudul "*The Concept of Culinary Tourism—A Systematic Literature Review*" yang diterbitkan dalam *Sustainability*, mendefinisikan kuliner dalam konteks pariwisata sebagai pengalaman yang terkait dengan makanan dan minuman autentik suatu wilayah, yang seringkali terkait dengan warisan budaya, tradisi, dan produk lokal.



Gambar 1. Tingkat Partisipasi Konsumsi Menurut Kelompok Komoditas Makanan 2024

Sumber: GoodStats, 2024

Dari gambar 1.1 grafik tersebut terlihat pada tahun 2024, kelompok komoditas makanan pokok menunjukkan tingkat partisipasi konsumsi yang paling tinggi di masyarakat. Komoditas makanan yang paling tinggi tingkat partisipasi konsumsinya adalah padi-padian dengan angka mencapai hampir 100%, diikuti oleh makanan dan minuman jadi yang juga berada pada tingkat partisipasi konsumsi yang luas, dipengaruhi oleh gaya hidup praktis dan preferensi rasa.



Gambar 2. Provinsi Dengan Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Tertinggi Tahun 2023

Sumber: GoodStats, 2023

Data dari usaha penyediaan makanan dan minuman tertinggi tahun 2023 menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Barat menduduki posisi teratas dengan jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman tertinggi secara signifikan dibandingkan provinsi lainnya, yaitu sebesar 1.231,01 ribu unit. Posisi kedua dan ketiga ditempati oleh Jawa Timur dan Jawa Tengah dengan jumlah usaha masing-masing sebesar 791,60 ribu unit dan 701,47 ribu unit. Data ini secara jelas menggambarkan bahwa Pulau Jawa, terutama Jawa Barat, Jawa Timur, dan Jawa Tengah, menjadi pusat utama aktivitas usaha di sektor penyediaan makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2023.

Kota Bandung menjadi kota favorit masyarakat Indonesia. Pada tahun 2024 Kota Bandung menempati posisi tiga besar sebagai destinasi wisata favorit masyarakat Indonesia, dengan perolehan angka sebesar 52,4 persen, berada di bawah Yogyakarta 71,2 persen dan Denpasar 70,4 persen. Dilihat dari gambar di bawah berbagai macam alasan mengapa Kota Bandung terpilih, salah satunya karena memiliki kuliner yang khas dan lezat. Kuliner Bandung merupakan ikon bagi pecinta kuliner.



Gambar 3. Kota Favorit Orang Indonesia Untuk Liburan Tahun 2024

Sumber: Portal Bandung, 2024

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia kian pesat, didorong oleh peran generasi muda yang menciptakan peluang usaha baru dan meningkatkan produktivitas (Ruswandi & Suciati, 2023). Salah satu sektor yang menonjol adalah wisata kuliner, yang tidak hanya menawarkan variasi cita rasa, tetapi juga memanfaatkan teknologi dan potensi alam untuk memperluas pasar. Kuliner kini menjadi bagian dari kebutuhan pokok sekaligus gaya hidup masyarakat, dengan persaingan yang semakin ketat.



Gambar 4. Data Provinsi Dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia

Sumber: GoodStats, 2022

Tren ini mencerminkan tingginya permintaan akan makanan dan minuman di daerah perkotaan serta berkembangnya sektor pariwisata dan gaya hidup masyarakat. Kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung tidak hanya menjadi pusat bisnis, tetapi juga menawarkan peluang bagi pelaku usaha kuliner untuk berkembang melalui berbagai inovasi, seperti makanan kekinian, konsep tempat yang unik, dan pelayanan berbasis digital yang menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara, sehingga memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal.

Dari grafik data jumlah objek wisata di Kota Bandung, menunjukkan jumlah objek wisata di Kota Bandung pada tahun 2021 terlihat objek wisata kuliner mendominasi dengan jumlah yang sangat signifikan. Data ini menunjukkan bahwa wisata kuliner menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Sementara itu, meskipun jumlah objek wisata budaya, sejarah, religi, dan pendidikan lebih sedikit, keberadaannya memberikan kontribusi terhadap keanekaragaman wisata yang ditawarkan Kota Bandung.



Gambar 5. Data Jumlah Objek Wisata di Kota Bandung

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2023

Di era globalisasi, bisnis *franchise* makanan dan minuman mengalami perkembangan yang signifikan, seiring dengan meningkatkan antusiasme masyarakat terhadap kuliner internasional dan kemudahan akses informasi. Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap eksplorasi cita rasa baru makanan dan minuman yang memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang secara signifikan, salah satunya adalah Mie Gacoan.

Mie gacoan dikenal sebagai restoran mie pedas No. 1 di Indonesia yang, dikelola oleh PT Pesta Pora Abadi. Mie Gacoan menyajikan mie pedas khas Indonesia yang terjangkau, dan



berkualitas untuk semua kalangan. Mie Gacoan tidak hanya membangun restoran, tetapi menciptakan sesuatu yang lebih besar ikon kuliner yang membanggakan Indonesia.

Tabel 1. Jumlah Bisnis Franchise terlaris di Indonesia

No.	Bisnis Franchise Terlaris di Indonesia
1	Pagi Sore
2	Rumah Makan Padang Sederhana
3	Es Teler 77
4	Mie Gacoan
5	Kebab Turki Baba Rafi
6	Sabana Fried Chiken
7	McDonald's
8	Bakso Benhil
9	Martabak Orins
10	Tahu Jeletot Taisi
11	Geprek Bensu
12	Ayam Keprabon
13	Ayam Gepuk Pak Gembus
14	Eatlah
15	Corner Kebab
16	Subway
17	Osaka Ramen
18	Crepe Signature
19	Tahu Gila
20	ROcket Chicken

Sumber : IDN Times, 2025

Tabel 1 diatas, Mie Gacoan termasuk dari 20 bisnis *franchise* makanan terlaris di Indonesia, Salah satu bisnis yang laris dijalani di Indonesia baik di kalangan muda maupun tua adalah bisnis *franchise* atau bisa disebut juga dengan bisnis warabala. Indonesia memiliki keragaman jenis makanan daerah dengan harga yang relatif murah. Selain makanan daerah sekarang banyak makanan unik yang menarik para konsumen untuk mencicipinya salah satunya adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan berdiri sejak sejak 13 Maret 2021 di Kota Bandung, antrian yang selalu penuh setiap kali baru membuka cabang baru mencuri perhatian konsumen.

Tabel 2. Tempat Makan Bakmi Terbaik di Bandung

Peringkat	Nama Kuliner	Lokasi	Rating
1	Bakmi Tjeng	Jl. Ambon No..10	4.26 / 5
2	Mie Gacoan	Jl.Dr.Setiabudhi No..191, Setiabudhi, Bandung	4.16 / 5
3	Third Space	Jl. Jenderal Ahmad Yani No..258, Ahmad Yani, Bandung	4.16 / 5
4	Shuka Mie	Jl. Nanas No. 22, Riau, Bandung	4.14 / 5
5	Mie Gacoan	Jl. Gatot Subroto No..149, Gatot Subroto, Bandung	4.13 / 5
6	Bakmi Jogja Bengawan	Jl. Taman Pramjka No..183, Riau, Bandung	4.12 / 5
7	Sedjuk Bakmi dan Kopi	Jl. Konstitusi No..16, Cigadung, Bandung	4.05 / 5
8	Sama Dengan	Jl. Cipaganti No.150, Cipaganti, Bandung	3.98 / 5
9	Langit Kitchen	Jl. K. H Ahmad Dahlan No..51, Palasari, Bandung	3.97 / 5
10	Wale (Warung Lela)	Jl. Kupa No.6, Dago Atas, Bandung	3.96 / 5

Sumber: Pergikuliner, 2025

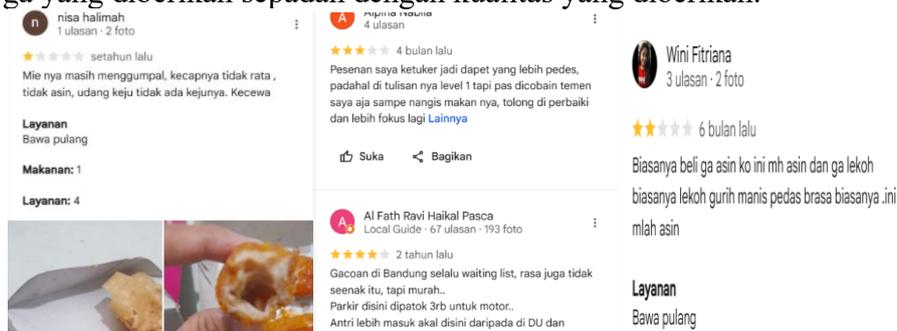


Pada tabel 2 diatas menunjukkan bahwa Mie Gacoan menempati peringkat kedua dan kelima dengan lokasi yang berbeda dari 10 tempat makan terbaik pada tahun 2025 di Bandung. Mie Gacoan menjadi pilihan populer di kalangan pecinta kuliner di Bandung dan Kota lainnya di Indonesia karena *brand image* positif yang diciptakan seperti popularitas perusahaan. Mie Gacoan memiliki sejumlah cabang di Kota Bandung, salah satunya berlokasi di Pasir Kaliki. Popularitas didukung oleh beberapa faktor, desain restoran yang nyaman dan kekinian, dengan area yang luas dan fasilitas lengkap seperti *Wi-Fi*, menciptakan suasana yang cocok untuk bersosialisasi. Mie Gacoan Pasir Kaliki berlokasi strategis di Jalan Pasir Kaliki No. 181, Pamoyanan, Kec. Cicendo, Kota Bandung. Keberadaannya di salah satu jalan raya utama di Kota memudahkan akses bagi para konsumen.

Mie Gacoan cabang Pasir Kaliki menghadapi tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumennya di tengah persaingan yang semakin sengit. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), kepuasan konsumen diartikan sebagai kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima. Kualitas pelayanan yang baik berkontribusi signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan dan cita rasa merupakan dua faktor utama yang secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen dalam bisnis kuliner. Menurut Tjiptono (2012) Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen terhadap pelayanan yang diterima dengan kenyataan pelayanan yang diberikan atau Kualitas pelayanan itu mencerminkan evaluasi pelanggan terhadap keunggulan layanan yang disampaikan dengan tepat dalam memenuhi kebutuhan dan harapan mereka (Wawan Ruswandi, 2019). Dan menurut Mason & Witzel (2006) Cita rasa merupakan persepsi sensorik terhadap makanan yang mencakup rasa dasar (manis, asin, pahit, asam, umami) dan aroma yang saling berpadu.

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, tantangan utama yang dihadapi oleh restoran adalah mempertahankan kepuasan konsumen. Dua faktor utama yang berperan dalam kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan dan cita rasa. Konsumen tidak hanya menilai suatu restoran dari cita rasa makanan, tetapi juga dari bagaimana mereka diperlakukan serta apakah harga yang diberikan sepadan dengan kualitas yang diberikan.



Gambar 6. Ulasan Konsumen Mie Gacoan

Sumber: Google Maps, 2025

Tabel 3. Data Ulasan Konsumen

No	Keterangan Reviewers	Jumlah
1	Pelayanannya tidak ramah	71 Ulasan
2	Kesalahan pesanan	10 Ulasan
3	Rasa yang tidak konsisten	4 Ulasan

Sumber: Data diolah dari google maps, 2025



Tabel 3 diatas yang menunjukkan data ulasan dari Google Review, terdapat tiga keluhan utama dari para *reviewers*. Keluhan terbanyak adalah terkait pelayanan yang tidak ramah, dengan jumlah sebanyak 71 ulasan. Selanjutnya, terdapat 10 ulasan yang menyebutkan adanya kesalahan dalam pemesanan. Terakhir, sebanyak 4 ulasan mengeluhkan rasa makanan yang tidak konsisten. Data ini diolah dari Google Maps pada tahun 2025.

Tabel 4. Pra - Survei

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Kualitas Pelayanan (Indikator : Kecepatan Layanan, Empati, dan Kehandalan Keramahan)						
1	Pesanan saya disajikan dengan benar dan tepat waktu oleh karyawan Mie Gacoan Pasir Kaliki.	7	12	14	9	3
2	Karyawan di Mie Gacoan Pasir Kaliki menyambut saya dengan ramah dan sopan	5	12	14	12	2
3.	Karyawan di Mie Gacoan Pasir Kaliki cepat tanggap saat saya membutuhkan bantuan atau informasi	5	17	12	11	5
Cita Rasa (Indikator : Rasa, Penampilan Makanan, dan Aroma)						
4	Rasa makanan yang saya pesan di Mie Gacoan Pasir Kaliki sesuai dengan selera saya	5	9	17	11	5
5	Penampilan makanan yang disajikan di Mie Gacoan Pasir Kaliki terlihat menarik	5	9	13	16	2
6	Aroma makanan di Mie Gacoan Pasir Kaliki menggugah selera saya	4	7	20	12	2
Kepuasan Konsumen (Kesesuaian Harapan, Keinginan Untuk Kembali, Rekomendasi ke Orang Lain)						
7	Saya merasa puas setelah makan di Mie Gacoan Pasir Kaliki	4	19	12	9	2
8	Saya bersedia kembali lagi untuk makan di Mie Gacoan Pasir Kaliki	7	7	13	16	2
9	Saya akan merekomendasikan Mie Gacoan Pasir Kaliki kepada teman atau keluarga	5	12	15	10	3

Sumber: Diolah Peneliti, 2025



Pra survei penelitian mengenai Mie Gacoan pada konsumen Mie Gacoan di cabang Pasir Kaliki kota Bandung yang disebarakan kepada 45 responden yang sudah pernah berkunjung dan mengkonsumsi Mie Gacoan di Pasir Kaliki Kota Bandung. Hasil survei mengenai kepuasan konsumen di Mie Gacoan mencakup tiga aspek utama, yaitu: kualitas pelayanan, cita rasa, dan Kepuasan konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, karena bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan cabang Pasir Kaliki Bandung. Subjek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk di Mie Gacoan Pasir Kaliki, sedangkan objek penelitian meliputi variabel kualitas pelayanan (X1), cita rasa (X2), dan kepuasan konsumen (Y). Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Mie Gacoan Pasir Kaliki dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi tak diketahui. Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah minimum 96 responden, namun dibulatkan menjadi 100 responden agar data lebih representatif.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner tertutup dengan skala ordinal (Likert) yang disebarakan kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, buku, jurnal, laporan, dan dokumen resmi yang relevan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, studi kepustakaan, dan penyebaran kuesioner. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dengan rumus Pearson Product Moment dan uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha, dengan ketentuan instrumen valid jika r hitung $>$ r tabel serta reliabel jika $\alpha \geq 0,70$. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan tanggapan mereka, serta analisis verifikatif dengan regresi linear berganda untuk menguji hipotesis. Sebelum pengujian regresi dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.81127830
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.042
	Negative	-.037
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 7. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

Sumber: data primer olahan SPSS 25, Januari 2025



Berdasarkan gambar 4.1 diketahui bahwa hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,200 yang artinya lebih besar dari α atau 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut adalah berdistribusi normal dan dinyatakan valid. Sedangkan hasil dari uji normalitas pendekatan grafik diperoleh hasil sebagai berikut:

b. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-0,288	1,583		-0,182	0,856		
	Kualitas Pelayanan	0,501	0,074	0,479	6,765	0,000	0,572	1,749
	Cita Rasa	0,579	0,090	0,455	6,414	0,000	0,572	1,749

a. Dependent Variable: Y

Gambar 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: data primer olahan SPSS 25, Januari 2025

Berdasarkan tabel 4.12 bahwa hasil uji multikolinearitas diketahui nilai VIF yaitu 1,749 < 10 dan nilai tolerance 0,572 > 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak ada gejala atau bebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.912	.931		2.054	.043
	Kualitas Pelayanan	.150	.044	.437	3.449	.001
	Cita Rasa	-.126	.053	-.301	-2.376	.019

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 9. Hasil Uji heteroskedastisitas

Sumber: data primer olahan SPSS 25, Januari 2025

Berdasarkan hasil uji SPSS diketahui bahwa dua variabel independen menunjukkan nilai signifikansinya > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,288	1,583		-0,182	0,856
	Kualitas Pelayanan	0,501	0,074	0,479	6,765	0,000
	Cita Rasa	0,579	0,090	0,455	6,414	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 10. Analisis Regresi Linier Berganda



Sumber: data primer olahan SPSS 25, Januari 2025

e. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.722	.716	3.850
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber: data primer olahan SPSS 25, Januari 2025

f. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,288	1,583		-0,182	0,856
	Kualitas Pelayanan	0,501	0,074	0,479	6,765	0,000
	Cita Rasa	0,579	0,090	0,455	6,414	0,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Gambar 11. Uji Parsial (Uji t)

Sumber: data primer olahan SPSS 25, Januari 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 2.5 dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 6,414 dan signifikasikan 0,000. Nilai ini akan dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,984. Diketahui t hitung > t tabel dan nilai signifikasikan 0,05, maka H₀ ditolak artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

g. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3725,902	2	1862,951	125,660	.000 ^b
	Residual	1438,058	97	14,825		
	Total	5163,960	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Kualitas Pelayanan						

Gambar 11. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Sumber: data primer olahan SPSS 25, Januari 2025

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, diperoleh f hitung = 125,660 > f tabel = 2,70 dan nilai signifikasi sebesar 0,000 < 0,05 maka, H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya variabel kualitas pelayanan dan cita rasa secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Pasir Kaliki Kota Bandung.

Berdasarkan analisis deskriptif, responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki (53%) dibandingkan perempuan (47%). Dari segi usia, mayoritas responden berusia 21–25 tahun (79%), yang menunjukkan bahwa konsumen Mie Gacoan Pasir Kaliki didominasi oleh



Generasi Z dan Milenial. Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden adalah pelajar atau mahasiswa (61%), diikuti wiraswasta (19%) dan pegawai negeri (16%), sedangkan pegawai swasta dan ibu rumah tangga masing-masing hanya 2%. Hal ini menggambarkan bahwa mayoritas konsumen berasal dari kalangan muda dengan latar belakang pelajar/mahasiswa.

Untuk variabel penelitian, kualitas pelayanan memperoleh skor rata-rata 67,4% dengan penilaian tertinggi pada kesesuaian pesanan (83%) dan terendah pada kebersihan meja (58%). Pada variabel cita rasa, skor tertinggi terdapat pada indikator makanan tidak berbau (83%), sementara kelemahan terletak pada tekstur mie yang menggumpal (61%). Sedangkan kepuasan konsumen menunjukkan citra merek cukup baik dengan indikator tertinggi pada eksposur merek di media (77%), namun indikator kesesuaian produk dengan harapan masih relatif rendah (61%). Secara keseluruhan, hasil deskriptif menunjukkan kualitas pelayanan, cita rasa, dan kepuasan konsumen berada pada kategori cukup baik, meskipun masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, terutama kebersihan, konsistensi penyajian, serta pemenuhan ekspektasi konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Pasir Kaliki Kota Bandung”. Maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu berdasarkan jawaban dari rumusan masalah, hasil analisis serta pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pasir Kaliki dengan nilai sebesar 0,501. Peneliti melakukan penelitian bahwa kualitas pelayanan di Mie Gacoan Pasir Kaliki banyak yang setuju bahwa pesanan yang diantar sesuai dengan permintaan konsumen tanpa kesalahan akan tetapi masih ada konsumen yang mengeluh karena antrian yang panjang, fenomena ini menimbulkan tantangan berupa lama waktu tunggu.
- b. Cita rasa memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pasir Kaliki dengan nilai sebesar 0,579. Cita rasa mie pedas khas menjadi faktor utama yang membuat Mie Gacoan tetap diminati. Beberapa konsumen menilai bahwa rasa tidak konsisten antara satu kunjungan dengan kunjungan lainnya. Fenomena ini bisa berpengaruh terhadap kepuasan jangka panjang.
- c. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan cita rasa di Mie Gacoan cabang Pasir Kaliki memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun, beberapa konsumen masih mengeluhkan kebersihan di tempat serta ketidak konsistenan dalam cita rasa terhadap konsumen. Meskipun demikian, kepuasan konsumen tetap cukup tinggi, terlihat dari jumlah konsumen yang melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan Mie Gacoan kepada orang lain. Konsistensi rasa dan keramahan pelayanan menjadi kunci utama dalam mempertahankan konsumen.
- d. Kualitas pelayanan di Mie Gacoan Pasir Kaliki sudah cukup baik, tetapi masih terdapat beberapa kekurangan. Beberapa responden menyatakan puas dengan kecepatan layanan, keramahan, dan ketepatan pesanan. Cita rasa menjadi salah satu faktor yang paling diapresiasi konsumen. Responden menilai bahwa rasa Mie Gacoan Pasir Kaliki sesuai selera, aroma menggugah, dan penampilan makanan cukup menarik dan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan berada pada kategori cukup puas hingga puas. Hal ini



dibuktikan dari mayoritas responden yang menyatakan bersedia kembali lagi dan merekomendasikan Mie Gacoan Pasir Kaliki kepada orang lain. Akan tetapi, sebagian konsumen masih ragu untuk melakukan pembelian ulang karena khawatir mendapatkan pengalaman pelayanan yang kurang baik.

5. DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Bagozzi, R. P., Gopinath, M., & Nyer, P. U. (1999). The role of emotions in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(2), 184–206. <https://doi.org/10.1177/0092070399272005>
- Hadi, S. N., & Al-Farisi, S. (2016). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur (Studi Kasus Pada UD Bina Makmur Pacitan, Jawa Timur). *AT-TAUZI' : Jurnal Ekonomi Islam*, 15.
- Kim, Y. H., Suh, Y. G., & Eves, A. (2020). The Relationships Between Culinary Tourism Motivation, Experiential Value, Satisfaction, and Behavioral Intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102302.
- Laros, F. J. M., & Steenkamp, J.-B. E. M. (2005). Emotions in consumer behavior: A hierarchical approach. *Journal of Business Research*, 58(10), 1437–1445. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2003.09.001>
- Melnyk, V., Van Osselaer, S. M., & Bijmolt, T. H. (2009). Are Women More Loyal Customers Than Men? Gender Differences in Loyalty to Firms and Individual Service Providers. *Journal of Marketing*.
- Yuniati, R. (2021). Pengaruh Gender Terhadap Persepsi Kualitas Layanan di Sektor Jasa Kuliner. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Ruswandi, W., & Suciati, F. (2023). Menumbuhkembangkan Minat Wirausaha Generasi Muda Di Sukabumi Kota Melalui Kreatifitas Dan Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 770–781. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2923>
- Wawan Ruswandi, R. M. dan R. R. (2019). Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Bengkel Motor yang ada di Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, V(3), 108–118.

Buku

- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-15, Terj. Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2019). *Practical Research: Planning and Design* (12th ed.). Pearson Education.
- Mills, C. W. (1959). *The Sociological Imagination*. Oxford University Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). Wiley.
- Zellner, D. A., et al. (2006). Gender differences in food perception and preferences. *Appetite*, 46(1), 33–39.



**Indonesian Journal of Social Science and Education
(IJOSSE)**

Journal page is available to

<https://e-jurnal.jurnalcenter.com/index.php/ijosse/index>

Email: admin@jurnalcenter.com



Website

- Administrator. (15 April 2024) Peluang Usaha Makanan Internasional di Era Globalisasi. RumahFranchise.com. rumahfranchise.com.
- Ainal Zahra. (10 Maret 2025). 20 Bisnis Franchise Makanan Terlaris di Indonesia, Tertarik Coba? IDN Times
- Fajarati, L. (29 Desember 2024). Meneropong Stabilitas Industri Makanan & Minuman di Era Digital. GoodStats. (Directrieved 13 Agustus 2025) GoodStats
- Irfan, A. A. F. N. (16 November 2024). 99,43% Rumah Tangga Indonesia Konsumsi Makanan dan Minuman Jadi di 2024. GoodStats Data. GoodStats Data
- PergiKuliner.com. (2025). 10 Tempat Makan Bakmi Terbaik Di Bandung. (Diperbarui 12 hari lalu terhadap 13 Agustus 2025). PergiKuliner
- WaRgA SiPil. (1 Mei 2024). 5 Daftar Mie Gacoan Terdekat Bandung Viral yang Wajib Dicoba!. Jabarkelana. Jabarkelana