

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Ini dipacu oleh perubahan dalam gaya hidup masyarakat yang semakin aktif, meningkatnya permintaan untuk makanan cepat saji, serta pertumbuhan pesat penggunaan media sosial yang berkontribusi terhadap kemajuan sektor ini dengan signifikan. Pada kuartal kedua tahun 2024, sektor makanan dan minuman meningkat sebesar 5,53 persen dan menjadi salah satu bidang dengan kontribusi paling besar terhadap Produk Domestik Bruto nasional, menunjukkan betapa pentingnya peran sektor ini dalam ekonomi Indonesia (Hartawan, 2024).

Persaingan yang semakin ketat dalam sektor ini mendorong para pengusaha untuk terus berinovasi, baik dalam produk, layanan, maupun taktik pemasaran. Berbagai merek dan konsep bisnis makanan baru bermunculan dan bersaing untuk menarik perhatian konsumen. Salah satu pendekatan yang umum digunakan adalah memberikan harga yang bersaing serta layanan yang berkualitas tinggi, sehingga dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Pertumbuhan pesat dalam industri makanan dan minuman juga dipengaruhi oleh kemajuan digital, di mana pemesanan makanan secara daring lewat aplikasi semakin populer.

Perkembangan sektor makanan dan minuman di Indonesia juga terlihat dengan kemunculan beragam tren baru, seperti hidangan pedas yang sedang populer, makanan yang lebih sehat, dan konsep restoran yang berbeda serta menarik untuk

dibagikan di media sosial. Inovasi dalam produk dan penyesuaian terhadap preferensi konsumen menjadi faktor utama untuk tetap bertahan dan unggul dalam persaingan di bidang ini. Secara keseluruhan, sektor makanan dan minuman di Indonesia tidak hanya menjadi area bisnis yang menjanjikan, tetapi juga memiliki peran krusial dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan.

Menurut Juliasari, (2025) masyarakat Indonesia terkenal memiliki ketertarikan yang besar terhadap masakan dengan rasa pedas. Ini berkaitan erat dengan budaya makanan Indonesia yang melimpah akan bumbu dan cabai sebagai komponen penting dalam berbagai hidangan tradisional. Mengonsumsi masakan pedas telah menjadi elemen dari cara hidup dan ciri khas kuliner masyarakat Indonesia, baik ketika mereka bersantap di rumah maupun saat menjelajahi tempat makan di luar.

Fenomena kuliner pedas semakin populer dengan adanya tren makanan modern yang menyediakan berbagai pilihan menu dengan tingkat kepedasan yang bisa disesuaikan dengan preferensi individu. Banyak restoran dan tempat makan yang berlomba-lomba menciptakan hidangan pedas ekstrem untuk menarik perhatian pelanggan, terutama kalangan muda yang senang mengeksplorasi tantangan rasa baru. Selain dari segi rasa, kecintaan terhadap hidangan pedas juga dipengaruhi oleh dampak viral di media sosial. Banyak pembuat konten dan vlogger makanan yang menciptakan tantangan makan pedas, sehingga tren ini semakin menyebar dan menjadi topik pembicaraan di berbagai platform online.

Sensasi dan kepuasan yang dirasakan setelah berhasil menyantap makanan pedas juga menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelanggan. Dari perspektif

kesehatan, menikmati makanan pedas dalam jumlah yang wajar dapat memberikan keuntungan, seperti meningkatkan metabolisme. Namun, konsumsi yang berlebihan sebaiknya dihindari karena bisa menyebabkan masalah pencernaan bagi sebagian orang. Kecintaan masyarakat Indonesia terhadap makanan pedas menjadi kesempatan besar bagi pelaku usaha kuliner untuk terus berinovasi dan mengembangkan menu-menu baru yang cocok dengan permintaan pasar.

Tren mie pedas telah muncul dan berkembang dengan cepat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Indonesia Kassen, (2024) fenomena ini dimulai dari tingginya ketertarikan masyarakat pada makanan pedas dan keinginan untuk menemukan pengalaman baru dalam menikmati mie. Mie pedas kekinian memberikan beragam rasa dan tingkat kepedasan yang menantang, yang berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, terutama generasi muda. Kemunculan mie pedas juga didorong oleh imajinasi para pengusaha yang menciptakan menu unik dan berbeda dari mie tradisional. Nama-nama menu yang menarik, cara penyajian yang menarik untuk media sosial, dan harga yang terjangkau menjadi daya tarik utama bagi para konsumen. Selain itu, dampak viral melalui media sosial mempercepat penyebaran tren mie pedas ke berbagai daerah di Indonesia.

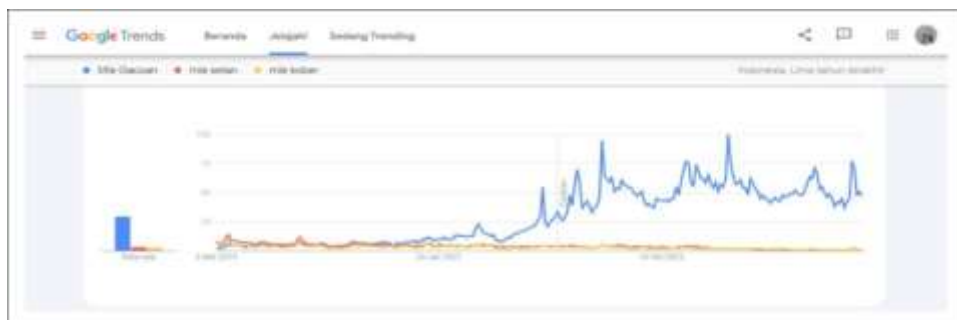
Beberapa merek mie pedas seperti Mie Gacoan, Wizzmie, dan Newmind telah berhasil menjadi pelopor dalam menawarkan menu mie dengan tingkat kepedasan yang bisa disesuaikan dengan selera pelanggan. Konsep ini kemudian diikuti oleh banyak pebisnis lainnya, menjadikan persaingan di segmen mie pedas semakin ketat. Tren mie pedas tidak hanya muncul di kota-kota besar, tetapi juga menyentuh kota-kota kecil dan daerah pinggiran, menunjukkan bahwa permintaan akan menu

ini sangat tinggi dan merata di seluruh Indonesia. Inovasi dalam variasi rasa, topping, dan cara penyajian menjadi faktor kunci dalam mempertahankan minat konsumen terhadap mie pedas.

Perkembangan mie pedas di Indonesia sangat cepat, ditandai dengan semakin banyak brand dan restoran yang menghadirkan pilihan mie pedas dengan berbagai tingkat kepedasan. Mie pedas modern bukan hanya sekadar tren sementara, tetapi telah menjadi salah satu kategori kuliner yang disukai oleh banyak orang. Merek-merek terkenal seperti Mie Gacoan telah berhasil menciptakan basis pelanggan setia melalui inovasi produk, identitas merek yang menarik, dan harga yang sangat terjangkau.

Keberhasilan mie pedas dalam menarik perhatian konsumen juga didukung oleh strategi pemasaran yang efisien, baik melalui saluran offline maupun online lewat platform media sosial. Pertumbuhan mie pedas juga didorong oleh perubahan sikap konsumen yang semakin terbuka terhadap pengalaman baru dan tantangan rasa. Banyak konsumen yang rela mengantri panjang agar dapat menikmati mie pedas kesayangan mereka, bahkan menjadikan kegiatan menyantap mie pedas sebagai kesempatan untuk berkumpul dan bersosialisasi.

Tidak hanya di pusat-pusat kota, mie pedas juga mulai berkembang ke berbagai daerah di Indonesia, menunjukkan bahwa pasar untuk segmen ini masih sangat luas dan memiliki potensi untuk terus berkembang. Inovasi dalam variasi menu, topping, dan cara penyajian merupakan aspek penting dalam mempertahankan eksistensi dan pertumbuhan mie pedas di Indonesia.



Sumber: Researchgate.Net

Gambar 1 **Data Penjualan Mie Gacoan**

Berdasarkan gambar 1 data dari Google Trends Researchgate, dapat dilihat bahwa popularitas Mie Gacoan mengalami kenaikan signifikan sejak awal tahun 2021. Garis biru yang merepresentasikan Mie Gacoan menunjukkan fluktuasi besar dengan puncak popularitas yang konsisten, terutama pada periode tertentu, yang menunjukkan bahwa brand ini berhasil menarik perhatian yang luas dari masyarakat. Dalam perbandingan dengan Mie Setan dan Mie Kober, Mie Gacoan mendominasi pencarian, hampir menjangkau tingkat kepopuleran maksimum yang menunjukkan loyalitas konsumen yang tinggi terhadap produk ini.

Di sisi lain, meskipun Mie Setan dan Mie Kober juga menunjukkan tren pencarian, tingkat ketertarikan masyarakat terhadap kedua produk tersebut jauh lebih rendah dibandingkan dengan Mie Gacoan. Fluktuasi dalam tren pencarian Mie Gacoan menghadirkan peluang besar untuk pengembangan pemasaran dan ekspansi usaha yang lebih agresif, mengingat lonjakan minat konsumen yang cukup signifikan. Dengan mempertahankan harga yang kompetitif dan strategi pemasaran yang inovatif, Mie Gacoan berpotensi untuk terus tumbuh dan memperkuat posisinya sebagai salah satu brand mie terkemuka di Indonesia.

Mie Gacoan adalah salah satu merek mie pedas paling terkenal di Indonesia. Dalam waktu singkat, Mie Gacoan sukses membuka banyak cabang di berbagai kota besar serta kota-kota kecil, termasuk Bogor. Pertumbuhan Mie Gacoan juga didukung oleh strategi pemasaran digital yang efektif, di mana banyak konsumen secara sukarela membagikan pengalaman mereka di media sosial, sehingga memperkuat keberadaan merek ini dalam dunia digital. Dampak viral dari media sosial mempercepat penyebaran informasi dan memperluas jangkauan pasar. Selain menawarkan harga yang bersahabat, Mie Gacoan juga menjaga kualitas rasa dan penyajian, sehingga konsumen merasa mendapatkan nilai lebih dibandingkan dengan harga yang dibayarkan. Ini menjadi salah satu elemen kunci dalam membangun loyalitas pelanggan dan menjaga kelangsungan pertumbuhan bisnis.



Sumber: Data diolah Peneliti, April 2025

Gambar 2 **Penjualan Online Mie Gacoan**

Berdasarkan gambar 2, Penjualan online Mie Gacoan telah mengalami perkembangan yang signifikan, terutama di era digital seperti sekarang ini. Melalui platform delivery seperti GrabFood, GoFood, dan Shopee Food, Mie Gacoan mampu menjangkau pelanggan dengan lebih luas dan efisien. Keberadaan teknologi memudahkan konsumen untuk memesan produk secara cepat dan praktis, serta menjadikan pengalaman berbelanja mereka lebih memuaskan. Dalam konteks

ini, kualitas pelayanan (*service quality*) yang diberikan menjadi faktor penting yang berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Di Bogor, Mie Gacoan telah membuka beberapa outlet yang tersebar di berbagai lokasi strategis seperti Padjajaran, Yasmin, Leuwiliang, Cibinong, dan Sholeh Iskandar. Setiap outlet menawarkan menu yang serupa dengan harga yang terjangkau serta berbagai tingkat kepedasan yang bisa dipilih sesuai preferensi pelanggan. Kehadiran Mie Gacoan di Bogor disambut dengan antusiasme tinggi oleh masyarakat, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa. Setiap outlet selalu dipenuhi pengunjung, bahkan antrian panjang menjadi pemandangan biasa, terutama saat waktu makan siang dan malam. Ini menunjukkan tingginya loyalitas pelanggan terhadap merek ini.

Lokasi outlet yang strategis dan mudah dijangkau menjadi nilai tambah untuk para konsumen. Tiap outlet juga menyediakan suasana yang nyaman dan cocok untuk bersosialisasi dengan teman atau keluarga. Keberhasilan ekspansi Mie Gacoan di Bogor mencerminkan daya tarik merek tersebut dalam memenuhi kebutuhan dan selera masyarakat setempat. Namun demikian, dalam perjalanan mereka, Mie Gacoan Bogor juga pernah menghadapi isu terkait perizinan, namun hal ini tidak mengurangi ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi gerai-gerai mereka. Cabang Mie Gacoan yang ada di Bogor menunjukkan variasi yang menarik dalam hal lokasi dan lingkungan.



Sumber: Google Maps

Gambar 3 **Mie Gacoan Cabang Padjajaran**

Cabang Mie Gacoan yang terletak di Padjajaran berada di area yang sangat strategis di jantung Bogor, dengan kemudahan akses dari berbagai arah dan kedekatan dengan area perkantoran, universitas, serta pusat perbelanjaan. Atmosfer di lokasi ini hampir selalu ramai, terutama saat waktu makan siang dan di akhir minggu, karena menjadi pilihan utama bagi pekerja, mahasiswa, dan keluarga yang ingin menikmati hidangan pedas dengan harga yang terjangkau. Ruang duduk yang luas dan area parkir yang cukup menjadikan cabang Padjajaran sangat diminati, meskipun sering terjadi antrean yang panjang. Keramaian yang ada mencerminkan tingkat minat dan kesetiaan pelanggan terhadap Mie Gacoan di pusat kota.



Sumber: Google Maps

Gambar 4 **Mie Gacoan Cabang Yasmin**

Cabang Yasmin menyediakan atmosfer yang lebih damai dan nyaman dibandingkan dengan cabang lainnya, karena terletak di lingkungan pemukiman yang jauh dari keramaian jalan raya utama. Tempat ini menjadi pilihan utama bagi penduduk setempat yang ingin menikmati makan bersama keluarga atau teman dalam suasana yang lebih santai. Area makan yang tidak terlalu ramai serta layanan yang cukup cepat adalah kelebihan cabang Yasmin. Selain itu, lingkungan yang hijau dan tenang menjadikan pengalaman makan di cabang ini lebih pribadi dan menyenangkan, sehingga sangat sesuai untuk konsumen yang menghargai kenyamanan.



Sumber: Google Maps

Gambar 5 **Mie Gacoan Cabang Cibinong**

Cabang Mie Gacoan yang terletak di Cibinong terkenal karena tempat parkirnya yang luas dan aksesibilitasnya yang mudah, menjadikannya pilihan ideal untuk pelanggan yang datang bersama keluarga atau kelompok besar. Lokasi ini juga sering menjadi favorit pengunjung dari luar Bogor yang ingin menikmati Mie Gacoan tanpa terjebak dalam kemacetan pusat kota. Atmosfer di dalam restoran ini cukup nyaman, dengan pengaturan meja yang teratur dan area makan yang luas. Aksesibilitas yang baik serta fasilitas lengkap menjadi daya tarik utama cabang Cibinong, menjadikannya selalu ramai, terutama pada akhir pekan dan hari libur.



Sumber: Google Maps

Gambar 6 **Mie Gacoan Cabang Sholeh Iskandar Dan Cabang Leuwiliang**

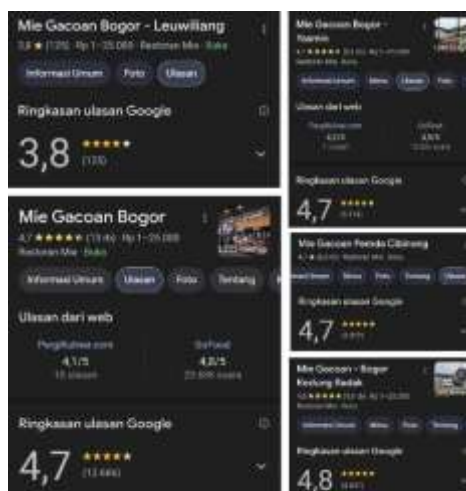
Cabang Sholeh Iskandar berada di jalan utama yang sangat padat, dikelilingi berbagai pusat perdagangan dan kawasan perumahan. Letaknya yang strategis menjadikan cabang ini mudah dijangkau oleh beragam kalangan, mulai dari profesional yang bekerja di kantor, pelajar, hingga keluarga. Suasana di cabang ini terasa hidup dan dinamis, dengan aliran pengunjung yang konsisten sepanjang hari. Fasilitas yang baik dan layanan yang cepat menjadi nilai tambah meskipun selama jam sibuk, pengunjung sering kali harus bersabar menghadapi antrean. Anak muda juga sering berkumpul di cabang ini berkat desain interior yang modern dan instagenik.

Cabang Leuwiliang merupakan salah satu cabang terbaru di Bogor, terletak di jalan utama dekat terminal dan rumah sakit, sehingga sangat mudah diakses baik oleh warga lokal maupun pengunjung dari luar daerah. Sejak dibuka, cabang ini langsung menarik perhatian dengan antrean yang panjang, terutama pada waktu makan dan akhir pekan. Atmosfer di Mie Gacoan Leuwiliang cukup ramai dan penuh energi, meskipun sering terdapat keluhan mengenai kebersihan area makan dan kualitas layanan yang kurang optimal saat pengunjung membludak. Kendati

demikian, lokasi yang strategis dan harga menu yang terjangkau tetap menjadi faktor yang menarik bagi konsumen di sekitar Leuwiliang.

Dari aspek menu dan harga, semua cabang Mie Gacoan di Bogor menyajikan variasi menu yang sama, termasuk mie dengan berbagai tingkat kepedasan, dimsum, serta minuman istimewa dengan harga yang sangat bersahabat. Fitur ini menjadi magnet utama bagi pengunjung, khususnya kalangan pelajar dan mahasiswa. Namun, perbedaan yang paling menonjol di antara cabang-cabang tersebut seringkali berkaitan dengan tingkat keramaian, atmosfer, dan kualitas layanan yang disediakan. Beberapa lokasi mungkin lebih penuh dan memiliki antrean yang lebih panjang, sementara cabang yang lain memberikan suasana yang lebih santai untuk bersantai.

Penilaian di Google Maps menjadi salah satu parameter krusial dalam mengevaluasi mutu pelayanan dan kepuasan konsumen di setiap outlet Mie Gacoan di Bogor. Dari hasil investigasi, cabang-cabang Mie Gacoan di Bogor menunjukkan beragam rating, di mana sebagian cabang memperoleh penilaian tinggi dengan ulasan positif, sementara cabang lain mendapatkan rating yang lebih rendah disebabkan oleh keluhan dari pelanggan yang berkaitan dengan pelayanan ataupun kebersihan.



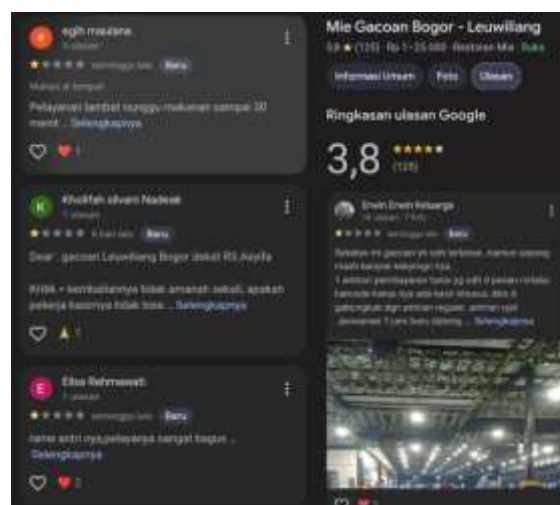
Sumber: GoogleMaps

Gambar 7
Rating Cabang Mie Gacoan Di Kota Bogor

Berdasarkan Gambar 7, terlihat bahwa cabang Mie Gacoan di Leuwiliang memiliki penilaian Google terendah jika dibandingkan dengan cabang Mie Gacoan lain di area Bogor, yaitu 3,8 dari 5 yang diambil dari 125 komentar. Sementara itu, cabang-cabang lain seperti Mie Gacoan Bogor, Kedung Badak, Pemda Cibinong, dan Yasmin mendapatkan penilaian yang lebih tinggi dan stabil pada kisaran 4,7 hingga 4,8 dari ribuan ulasan pengguna. Perbedaan ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan dalam pandangan konsumen terkait mutu layanan dan harga yang ditawarkan oleh tiap cabang. Rating rendah yang diterima cabang Leuwiliang mengindikasikan adanya masalah yang dapat berdampak pada kepuasan dan kesetiaan pelanggan di area tersebut, sehingga menjadi menarik untuk diteliti lebih dalam mengenai kualitas layanan, harga, dan kepuasan konsumen sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Perbedaan dalam penilaian ini umumnya dipengaruhi oleh elemen-elemen seperti kecepatan layanan, kondisi kebersihan lokasi, kenyamanan atmosfer, dan

mutu makanan yang dihidangkan. Outlet yang mendapatkan penilaian rendah di Google Maps biasanya mengalami banyak ulasan negatif terkait dengan layanan yang lambat, kesalahan dalam pemesanan, atau aspek kebersihan yang kurang diperhatikan. Penilaian di Google Maps sangat mempengaruhi pilihan konsumen dalam menentukan cabang yang akan mereka datangi. Outlet dengan penilaian rendah cenderung menarik minat yang lebih sedikit, sementara outlet dengan penilaian tinggi lebih sering dikunjungi baik oleh pelanggan baru maupun yang setia. Menurut data terbaru, cabang Mie Gacoan Leuwiliang tercatat sebagai lokasi dengan rating terendah di Bogor, yakni 3.8 bintang. Hal ini menunjukkan adanya indikasi masalah yang signifikan dalam aspek pelayanan serta kepuasan pelanggan di cabang itu.



Sumber: Google Maps Mie Gacoan Leuwiliang

Gambar 8 **Rating Dan Ulasan Buruk Mie Gacoan Leuwiliang**

Berdasarkan Gambar 8, dapat dilihat bahwa Mie Gacoan cabang Leuwiliang yang berada di Bogor mendapatkan penilaian 3,8 dari maksimal 5 bintang, berdasarkan 125 review di Google Maps. Angka ini merupakan yang terendah di

antara cabang-cabang Mie Gacoan lainnya di Bogor, yang umumnya memiliki penilaian di atas 4,0. Komentar dari pelanggan yang tercantum menunjukkan adanya berbagai keluhan yang sering muncul, seperti lambatnya pelayanan, antrean yang panjang, sistem pembayaran yang membingungkan, dan masalah dalam proses pengembalian uang. Keluhan-keluhan ini mencerminkan adanya isu dalam kualitas pelayanan yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan serta keputusan pembelian pelanggan.

Ulasan negatif yang diberikan oleh pelanggan ini menjadi indikator signifikan bahwa pandangan konsumen mengenai pelayanan dan pengalaman mereka saat berkunjung ke restoran memiliki dampak besar terhadap penilaian keseluruhan mereka. Ketika pengalaman yang diterima pelanggan tidak memenuhi ekspektasi, hal tersebut dapat menimbulkan citra negatif yang tidak hanya menurunkan penilaian cabang tersebut, tetapi juga dapat memengaruhi reputasi merek secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting untuk memahami keterkaitan antara kualitas pelayanan, harga, kepuasan, dan keputusan pembelian, terutama bagi cabang yang mendapatkan rating rendah seperti Mie Gacoan Leuwiliang.

Aspek pelayanan merupakan salah satu penyebab utama keluhan di cabang Leuwiliang. Banyak konsumen yang mengeluhkan sikap staf yang tidak ramah, kurang komunikatif, dan tidak responsif dalam menangani pesanan. Beberapa situasi mengindikasikan bahwa karyawan tidak menginformasikan sistem pengambilan minuman atau nomor antrean dengan baik, sehingga pelanggan merasa bingung dan harus menunggu dalam waktu yang lama. Terdapat juga ulasan yang menekankan kurangnya etika saat membersihkan meja di depan pelanggan

yang masih makan, ditambah dengan reaksi karyawan yang kurang sopan saat diingatkan.

Tabel 1
Hasil Pra-Survei Terhadap Kualitas Pelayanan Mie Gacoan Leuwiliang

No	Indikator	Pertanyaan	Jawaban	
			Ya	Tidak
1	Keandalan	Apakah pelayanan di Mie Gacoan Leuwiliang sesuai dengan yang dijanjikan?	53,3%	46,7%
2	Daya tanggap	Apakah staf di Mie Gacoan Leuwiliang sigap dan cepat dalam melayani?	46,7%	53,3%
3	Jaminan	Apakah staf di Mie Gacoan Leuwiliang bersikap sopan dan dapat dipercaya?	40%	60%
4	Empathy	Apakah anda merasa diperhatikan secara personal saat berkunjung ke Mie Gacoan Leuwiliang?	43,3%	56,7%
5	Bukti Fisik	Apakah fasilitas dan kebersihan di Mie Gacoan	53,3%	46,7%

		Leuwiliang terlihat menarik dan terjaga?		
--	--	--	--	--

Sumber: Data diolah oleh peneliti, Mei 2025

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan dengan 30 responden terhadap pelanggan Mie Gacoan Leuwiliang, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa masalah dalam aspek layanan yang diberikan. Meskipun sejumlah responden merasa bahwa layanan yang mereka terima sesuai dengan yang dijanjikan serta fasilitas dan kebersihan restoran dinilai cukup baik, namun ada kelemahan yang signifikan dalam hal responsivitas dan sikap staf saat melayani konsumen.

Sebagian besar pelanggan merasakan bahwa staf belum cukup cepat dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan mereka, serta belum menunjukkan sikap yang ramah dan dapat dipercaya. Di samping itu, perhatian yang diberikan secara pribadi kepada konsumen selama kunjungan dirasakan masih kurang optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa elemen kualitas layanan yang berkaitan dengan interaksi langsung antara staf dan pelanggan masih memerlukan perbaikan agar dapat menciptakan pengalaman makan yang lebih memuaskan dan mendukung loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Di cabang Mie Gacoan Leuwiliang yang baru saja dibuka, masyarakat menunjukkan antusiasme yang luar biasa, menyebabkan lonjakan jumlah pengunjung dan antrean yang panjang. Namun, dalam kondisi ramai seperti ini, seringkali terjadi ketidakstabilan dalam kualitas produk. Beberapa pelanggan mengeluhkan mie yang disajikan tidak cukup panas, tekstur mie yang kadang terlalu lembek, atau topping yang tidak sesuai dengan yang mereka pesan. Situasi

ini muncul akibat tekanan pada dapur untuk memenuhi permintaan dalam jumlah besar dengan cepat, sehingga pengawasan kualitas makanan menjadi kurang efektif. Beberapa ulasan juga menyoroti ketidakstabilan rasa mie dari satu kunjungan ke kunjungan lainnya, terutama ketika gerai sedang sangat ramai, yang berdampak pada kepuasan pelanggan terhadap produk.

Selain bersaing dengan cabang Mie Gacoan lainnya, Mie Gacoan Leuwiliang juga bersaing dengan kompetitor lokal yang terkenal, yaitu Racham Leuwiliang. Racham dikenal sebagai pelopor dalam kuliner produk *chambaket* dan menawarkan berbagai pilihan makanan modern seperti mie pedas dan camilan unik yang menyasar pasar yang sama dengan Mie Gacoan, khususnya di kalangan anak muda dan pelajar. Keduanya terletak di area Leuwiliang dan secara aktif mempromosikan produk mereka melalui media sosial serta layanan pesan antar online. Dengan karakteristik bisnis yang serupa dan lokasi yang berdekatan, keberadaan Racham dapat menjadi alat ukur dalam menilai bagaimana kualitas layanan dan harga yang ditawarkan oleh Mie Gacoan Leuwiliang dapat memengaruhi kepuasan serta kesetiaan pelanggan di tengah persaingan kuliner lokal yang semakin ketat.



Sumber: Instagram Racham

Gambar 10
Racham Sebagai Kompetitor Mie Gacoan Leuwiliang

Racham Leuwiliang dapat dikategorikan sebagai kompetitor langsung Mie Gacoan cabang Leuwiliang karena keduanya bergerak dalam bidang usaha yang serupa, yaitu kuliner cepat saji dengan menu utama mie pedas dan camilan kekinian yang menargetkan konsumen dari kalangan muda yang terletak di wilayah yang sama. Selain menawarkan produk yang memiliki kemiripan dalam jenis dan cita rasa, kedua bisnis ini juga beroperasi di lokasi yang sama, yaitu di kawasan Leuwiliang hanya berjarak 600 m, sehingga bersaing dalam menjangkau pasar dan menarik minat konsumen di wilayah yang sama. Persaingan ini diperkuat dengan keaktifan keduanya dalam platform digital seperti media sosial dan layanan pesan antar, menjadikan Racham bukan hanya pelaku usaha lokal biasa, melainkan kompetitor nyata yang dapat memengaruhi persepsi, kepuasan, dan loyalitas konsumen terhadap Mie Gacoan Leuwiliang.

Tabel 2
Hasil Pra-Survei Terhadap Kompetitor Mie Gacoan

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Jawaban	
			Ya	Tidak
1	Apakah Anda mengetahui usaha kuliner bernama Racham di Leuwiliang?	30	83,3%	16,7%
2	Apakah Anda pernah membeli makanan atau minuman dari Racham Leuwiliang?	30	80%	20%
3	Apakah menurut Anda harga produk di Racham	30	63,3%	36,7%

	terjangkau seperti di Mie Gacoan?			
4	Apakah Anda merasa pelayanan di Racham memuaskan?	30	76,7%	23,3%
5	Apakah Anda lebih memilih membeli makanan di Racham daripada di Mie Gacoan?	30	76,7%	23,3%
6	Apakah menurut Anda Racham mampu bersaing dengan Mie Gacoan di Leuwiliang?		80%	20%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, Mei 2025

Berdasarkan hasil pra-survei yang telah dilakukan, terlihat bahwa Racham Leuwiliang memiliki tingkat popularitas yang cukup tinggi di kalangan masyarakat setempat. Mayoritas responden tidak hanya mengenal usaha kuliner ini, tetapi juga pernah melakukan pembelian, yang menandakan bahwa Racham telah berhasil menarik perhatian dan minat konsumen secara nyata dalam persaingan bisnis kuliner di wilayah tersebut.

Dari sisi pelayanan dan harga, Racham dinilai memberikan pengalaman yang memuaskan serta menawarkan harga yang kompetitif, setara dengan pesaing utamanya, yaitu Mie Gacoan. Hal ini menjadi salah satu alasan kuat mengapa sebagian besar responden lebih memilih membeli makanan di Racham dibandingkan di Mie Gacoan. Keunggulan ini juga mengindikasikan bahwa Racham memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan bersaing secara aktif

dalam merebut pangsa pasar, bahkan menjadi pilihan utama di tengah persaingan yang ketat di industri kuliner lokal.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk, terutama dalam industri kuliner cepat saji yang menyasar segmen anak muda dan pelajar. Mie Gacoan cabang Leuwiliang dikenal menawarkan menu dengan harga yang relatif terjangkau, berkisar antara Rp10.000 hingga Rp20.000 per porsi, tergantung jenis dan tingkat kepedasan yang dipilih. Harga yang kompetitif ini menjadi salah satu daya tarik utama Mie Gacoan di berbagai cabangnya, termasuk di Leuwiliang. Namun, meskipun harga yang ditawarkan tergolong murah, masih ditemukan beberapa ulasan negatif di Google Maps yang mengeluhkan ketidaksesuaian antara harga dan kualitas pelayanan atau penyajian, yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.



NOODLE		DIMSUM		BEVERAGE	
• Mie Suit	10.5K	• Siomay	9.5K	• Es Gopak Sohor	9.5K
• Mie Hormones		• Udang Rambutan	9.5K	• Es Taklek	6.4K
Lv 1-4	10.5K	• Udang Keju	9.5K	• Es Sluku Bathok	6.4K
Lv 6-8	11.4K	• Lumeta Udang	9.5K	• Es Petak Onnet	9.5K
• Mie Gacoan		• Panait Goreng	10.5K		
Lv 0-4	10.5K				
Lv 6-8	11.4K				
				• Air Mineral	4.5K
				• Lemon Tea	6.4K
				• Milo	8.6K
				• Orange	5.4K
				• Teh	4.5K
				• Teh Tarik	6.3K
				• Vanilla Latte	8.6K
				• Thai Tea	8.6K
				• Green Thai Tea	8.6K
				• Coffee	8.6K

Sumber: pergikuliner.com

Gambar 11
Daftar Harga Mie Gacoan

Berdasarkan gambar 11, daftar menu Mie Gacoan menunjukkan keberagaman pilihan yang ditawarkan, terutama dalam kategori mie, dimsum, dan minuman. Dalam segmen mie, terdapat beberapa varian menarik seperti Mie Suit, Mie

Homimpa, dan Mie Gacoan dengan harga yang bervariasi. Hal tersebut mencerminkan strategi penetapan harga yang kompetitif, di mana produk kelas atas seperti Mie Gacoan dengan level tertentu menawarkan nilai lebih pada konsumen. Keberagaman ini tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga memberikan kesempatan untuk melakukan eksplorasi rasa yang berbeda.

Selain itu, kategori dimsum dan minuman menawarkan variasi yang melengkapi pengalaman bersantap di Mie Gacoan. Dimsum seperti Siomay, udang Rambutan, dan Lumpia Udang memiliki harga yang terjangkau dan dapat menjadi pilihan ideal untuk pendamping mie. Sementara itu, pilihan minuman seperti Es Gobak Sodor dan Teh Tarik memberikan variasi yang menyegarkan. Keberadaan menu yang bervariasi dan harga yang bersaing diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Mie Gacoan sebagai destinasi kuliner yang tidak hanya memuaskan selera makan, tetapi juga memberikan pengalaman bersantap yang menyenangkan bagi pelanggan.

Di sisi lain, Racham Leuwiliang sebagai kompetitor lokal juga menawarkan produk makanan dengan harga yang bersaing, seperti *chambaket* dan *mie racham*, dengan kisaran harga yang tidak jauh berbeda dari Mie Gacoan. Meskipun produk yang ditawarkan memiliki ciri khas dan variasi yang berbeda, Racham tetap menasar segmen pasar yang sama dengan pendekatan harga terjangkau dan kemasan kekinian. Perbandingan ini menunjukkan bahwa konsumen di Leuwiliang memiliki beberapa pilihan tempat makan dengan kisaran harga yang mirip, sehingga faktor harga bukan hanya dilihat dari nominalnya, tetapi juga dari persepsi nilai yang diberikan melalui kualitas produk dan pelayanan. Hal ini membuat

penting untuk meneliti sejauh mana harga yang ditawarkan Mie Gacoan Leuwiliang mampu memberikan kepuasan dan membangun loyalitas konsumen di tengah persaingan lokal seperti dengan Racham.

Tabel 3
Daftar Harga Mie Gacoan Dan Racham

Menu	Mie Gacoan Leuwiliang	Racham
Mie Pedas	Rp. 10.000-Rp.12.000	Rp.12.000
Dimsum/Siomay	Rp.9.500	Rp. 17.000
Es Coklat	Rp.8.600	Rp. 12.000
Teh	Rp. 4.500	Rp. 5.000
Lemon Tea	Rp.Rp.6.400	Rp. 8.000

Peneliti juga melakukan pra-survei untuk membandingkan persepsi harga mie gacoan dengan racham.

Tabel 4
Hasil Pra-Survei Perbandingan Harga Kompetitor

No	Pertanyaan	Jumlah Responden	Jawaban	
			Mie Gacoan	Racham
1	Menurut Anda, restoran mana yang menawarkan harga lebih terjangkau?	30	70%	30%
2	Menurut Anda, restoran mana yang menawarkan harga yang sesuai dengan porsi yang diberikan?	30	46,7%	53,3%
3	Jika mempertimbangkan kualitas makanan dan harga, restoran mana yang menurut Anda lebih sepadan?	30	30%	70%
4	Jika memiliki uang terbatas, restoran mana yang lebih	30	66,7%	33,3%

	mungkin Anda pilih?			
5	Menurut Anda, restoran mana yang lebih sering memberikan promosi atau diskon harga?	30	56,7%	43,3%
6	Dari pengalaman Anda, restoran mana yang memiliki harga yang lebih konsisten dan tidak berubah-ubah?	30	56,7%	43,3%
7	Menurut Anda, restoran mana yang memiliki menu dengan variasi harga yang lebih banyak?	30	26,7%	73,3%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, Mei 2025

Berdasarkan hasil survei awal yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Mie Gacoan masih menjadi pilihan utama dalam pandangan konsumen terkait harga yang terjangkau dan seringnya menawarkan promosi atau potongan harga. Pelanggan cenderung menganggap Mie Gacoan sebagai restoran yang lebih dapat diandalkan dalam menetapkan harga serta menjadi pilihan utama ketika anggaran terbatas, yang menunjukkan posisi merek ini sebagai opsi yang lebih hemat di mata banyak konsumen.

Namun, Racham mendapatkan penilaian yang lebih baik ketika konsumen mempertimbangkan kesesuaian harga dengan ukuran porsi dan kualitas makanan yang mereka sajikan. Selain itu, Racham dinilai lebih unggul dalam menawarkan variasi harga yang lebih variatif, memberikan lebih banyak pilihan bagi pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun Mie Gacoan dianggap lebih baik dalam

harga dasar, Racham memiliki daya saing yang kuat dalam hal nilai yang diberikan, terutama bagi konsumen yang menghargai keseimbangan antara kualitas dan biaya.

Promosi menjadi salah satu kekuatan utama yang mendorong popularitas dan pertumbuhan pesat Mie Gacoan di berbagai daerah, termasuk Bogor. Mie Gacoan sangat aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook untuk membangun kesadaran merek dan menciptakan interaksi dengan konsumen. Melalui konten-konten kreatif, seperti video tantangan makan pedas, review pelanggan, hingga kolaborasi dengan influencer dan food vlogger, Mie Gacoan berhasil menciptakan efek viral yang memperluas jangkauan promosi secara organik. Promosi berupa diskon pembukaan cabang baru, harga khusus melalui aplikasi pemesanan online, dan berbagai program giveaway rutin dilakukan untuk menarik minat pelanggan baru sekaligus mempertahankan loyalitas konsumen lama.



Sumber: Instagram Mie Gacoan

Gambar 12
Promosi Mie Gacoan

Berdasarkan gambar 12, Mie Gacoan terlihat secara aktif menggunakan sejumlah strategi promosi yang menarik perhatian konsumen, khususnya lewat platform media sosial seperti Instagram. Penawaran seperti "Gacoan Fest", "Paket

Gacoan Combat", diskon hingga 50%, serta paket hemat seharga Rp1 menunjukkan bahwa Mie Gacoan menyadari pentingnya strategi harga untuk menarik minat konsumen, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa yang sangat peka terhadap harga. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan jumlah penjualan dalam waktu dekat, tetapi juga dapat memperkuat tingkat loyalitas konsumen seiring berjalannya waktu, terutama jika ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan. Dengan adanya promosi seperti ini, konsumen merasa mendapatkan lebih dari apa yang mereka bayar, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kepuasan mereka dan berpotensi mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang.

Sementara itu, Racham Leuwiliang yang merupakan pesaing lokal juga giat dalam mengadakan promosi, terlebih melalui platform media sosial seperti Instagram dengan konten yang menarik dan interaktif. Racham secara rutin memperkenalkan menu baru, berbagi testimoni dari pelanggan, dan menyelenggarakan promosi musiman untuk menarik perhatian konsumen secara langsung. Tidak seperti Mie Gacoan yang lebih mengandalkan kekuatan mereknya yang luas, Racham mengedepankan pendekatan lokal yang lebih personal dan terhubung dengan konsumen di daerah sekitar Leuwiliang. Aktivitas promosi yang intens di media sosial serta pendekatan yang lebih manusiawi memungkinkan Racham untuk membangun hubungan emosional yang kuat dengan konsumennya, meskipun dari aspek ukuran bisnis, Racham tidak sebesar Mie Gacoan. Perbandingan ini menunjukkan bahwa metode promosi yang diterapkan oleh kedua usaha memiliki kekuatan yang berbeda, dan menarik untuk menganalisis pengaruhnya terhadap kepuasan serta loyalitas konsumen.



Sumber: Instagram Racham

Gambar 13 Promosi Racham

Berdasarkan Gambar 13, Racham sebagai salah satu pelaku di sektor kuliner, terutama pada segmen mie pedas, menerapkan taktik promosi yang agresif dan tersegmentasi. Racham menyediakan beragam program seperti promosi "Back to School", paket bundling "Paket Me Time", dan penawaran khusus bagi pengguna media sosial. Semua tawaran ini menekankan pada harga yang terjangkau dan nilai tambah yang dirancang untuk menarik minat pembeli, terutama kalangan siswa dan pengguna media sosial.

Namun di sisi lain, Racham juga mampu mencuri perhatian konsumen melalui strategi promosi yang dinilai lebih menggugah minat untuk mencoba produk. Meskipun frekuensi dan intensitas promosinya tidak seaktif Mie Gacoan, Racham justru dinilai memiliki pendekatan yang lebih relevan dengan kebutuhan atau minat audiens. Artinya, meski kalah dari sisi eksposur, konten promosi Racham berhasil menyentuh aspek emosional dan preferensi konsumen, sehingga tetap mampu bersaing dalam menarik minat pembelian di tengah dominasi Mie Gacoan di media sosial.

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh konsumen dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Konsumen tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Salah satu tolok ukur penting yang mencerminkan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan di era digital sekarang adalah penilaian dan komentar di Google Maps. Penilaian ini tidak hanya memberikan gambaran langsung mengenai pandangan pelanggan terhadap suatu restoran, tetapi juga menjadi referensi utama bagi calon pengunjung dalam membuat keputusan.

Ulasan-negatif ini mengindikasikan bahwa walaupun Mie Gacoan Leuwiliang memiliki keuntungan dari promosi yang efektif dan harga yang bersahabat, terdapat kelemahan dalam pelayanan serta manajemen operasional sehari-hari yang berdampak signifikan pada kepuasan para pelanggan. Jika masalah ini tidak cepat diselesaikan, situasi ini bisa menurunkan jumlah pengunjung baru, dan berpotensi memperburuk citra merek secara umum di area Bogor.

Berdasarkan berbagai uraian di atas maka penulis bermaksud untuk menggunakan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Mie Gacoan Leuwiliang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*”** dalam penelitian ini.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan diatas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Rating Google Maps cabang Leuwiliang terendah di Bogor (3,8/5)
2. Pelayanan dinilai kurang ramah, lambat, dan tidak komunikatif.
3. Pra-survei menunjukkan pelayanan tidak sesuai ekspektasi (kecepatan, kesopanan, daya tanggap).
4. Lingkungan outlet kurang nyaman dan parkir terbatas.
5. Harga terjangkau, namun kompetitor dianggap lebih sepadan.
6. Loyalitas konsumen rendah, ditandai minim pembelian ulang dan rekomendasi.
7. Racham unggul dalam pelayanan dan promosi sehingga jadi ancaman kompetitor.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, ruang lingkup pembahasan dibatasi hanya pada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Mie Gacoan Leuwiliang, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Penelitian difokuskan pada konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Mie Gacoan Leuwiliang, Kota Bogor. Variabel kualitas pelayanan meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sementara variabel harga dibatasi pada persepsi keterjangkauan, daya saing, serta pengaruh harga terhadap daya beli. Loyalitas konsumen dibatasi pada aspek pembelian ulang, ketahanan terhadap pengaruh negatif, dan kesediaan merekomendasikan. Adapun kepuasan konsumen

mencakup kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi. Penelitian ini juga dibatasi secara geografis pada konsumen di wilayah Bogor dan tidak membahas factor eksternal lain di luar variabel yang telah ditentukan.

D. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang masalah sebelumnya, terdapat beberapa rumusan masalah yang relevan dengan fokus penelitian ini, di antaranya:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mie gacoan leuwiliang?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen mie gacoan leuwiliang?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang?
4. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening?
7. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mie gacoan leuwiliang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap konsumen mie gacoan leuwiliang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*.
7. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen mie gacoan leuwiliang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan baru bagi manajemen Mie Gacoan leuwiliang terkait pentingnya kualitas pelayanan dan penetapan harga dalam membentuk loyalitas konsumen.

Hasil penelitian dapat dijadikan dasar untuk mengevaluasi strategi pelayanan yang diterapkan, serta menyesuaikan harga agar tetap kompetitif dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan mengetahui peran kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, perusahaan dapat mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang perlu ditingkatkan guna menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat di industri makanan dan minuman.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi Universitas, khususnya dalam bidang ilmu manajemen, pemasaran, atau bisnis. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur akademik yang berkaitan dengan perilaku konsumen, loyalitas pelanggan, serta pengaruh kualitas pelayanan dan harga dalam konteks bisnis makanan cepat saji. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi contoh penerapan teori-teori pemasaran dalam studi kasus nyata yang relevan dengan perkembangan bisnis di era saat ini.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi sarana pengembangan pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun penelitian ilmiah, khususnya dalam menerapkan teori dan konsep pemasaran secara praktis. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu mahasiswa memahami pentingnya riset pasar dan analisis perilaku konsumen dalam mengambil keputusan bisnis. Selain itu, hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan acuan atau inspirasi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan loyalitas konsumen,

kualitas layanan, dan strategi harga di bidang kuliner maupun industri lainnya.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan penulisan dalam penelitian, penulis akan membagi sistematika menjadi tiga bab yang meliputi:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematikan penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang variabel-variabel yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga, loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen Mie Gacoan Cabang Leuwiliang , penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, metode analisis dan menguji hipotesis.

BAB IV : HASIL PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang data atau fakta lapangan untuk selanjutnya dianalisis dengan teknik-teknik statistis sekaligus untuk menjawab secara pasti permasalahan yang dikemukakan pada bab-bab sebelumnya. Pada bab ini akan dijelaskan tentang data atau fakta lapangan untuk selanjutnya dianalisis dengan teknik-teknik statistis sekaligus untuk menjawab secara pasti permasalahan yang dikemukakan pada bab-bab sebelumnya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijabarkan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan analisis data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta saran-saran untuk menunjang penelitian berikutnya.