



ANALISIS FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PREDIKSI FREKUENSI KUNJUNGAN KEMBALI (Studi Kasus Mie Gacoan Surabaya)

Selly Rizkiyah¹, Milla Akbarany Baktiar Putri², Trimono³

^{1, 2, 3}Program Studi Sains Data, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Email: ¹23083010010@student.upnjatim.ac.id, ²23083010021@student.upnjatim.ac.id,
³trimono.stat@upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This research was motivated by various opinions from Mie Gacoan customers regarding the feasibility, satisfaction and ratings regarding restaurant labels that have cheap and viral prices. Therefore, this research aims to determine the suitability of restaurants for customer return visits and provide insight to restaurants regarding the predicted frequency of these visits. Research data was obtained from 65 respondents through consumer opinions collected using a questionnaire, then analyzed using the Dummy Regression method. This dummy regression analysis process using OLS shows that taste satisfaction, staff service quality, price affordability with food quality, and queue duration have a significant influence on the frequency of customer return visits at the Gacoan Noodle restaurant.

Keywords: Dummy regression, Mie Gacoan, return visits, customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berbagai opini dari pelanggan Mie Gacoan mengenai kelayakan, kepuasan, dan rating terkait label restoran yang memiliki harga murah dan viral. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan restoran terhadap kunjungan kembali pelanggan serta memberikan insight kepada pihak restoran mengenai prediksi frekuensi kunjungan tersebut. Data penelitian diperoleh dari 65 responden melalui opini konsumen yang dikumpulkan menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan metode Regresi Dummy. Proses analisis regresi dummy ini yang menggunakan OLS ini menunjukkan bahwa kepuasan rasa, kualitas layanan staf, keterjangkauan harga dengan kualitas makanan, dan durasi antrian memiliki pengaruh signifikan terhadap frekuensi kunjungan kembali pelanggan di restoran Mie Gacoan.

Kata Kunci: Regresi Dummy, Mie Gacoan, kunjungan kembali, kepuasan pelanggan

Article History

Received: Desember 2024

Reviewed: Desember 2024

Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Kohesi.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed
under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang mengalami pertumbuhan pesat dan persaingan yang ketat dalam industri kuliner. Salah satu tren yang berkembang di era saat ini adalah makanan pedas, yang sangat digemari oleh masyarakat, terutama kalangan remaja. Mie Gacoan adalah sebuah merek dagang dari jaringan restoran mie pedas no 1 di Indonesia, yang menjadi anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi (Ginting et al., 2024). Mie Gacoan telah menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen berkat variasi menu yang ditawarkan dan tingkat kepedasan mie yang dapat disesuaikan dengan selera pelanggan. Mie Gacoan memiliki citra yang sangat melekat dengan brandnya yaitu restoran mie paling affordable dengan cita rasa yang sangat cocok di lidah masyarakat Indonesia. Reputasi ini diperkuat oleh strategi pemasaran yang efektif, pemanfaatan media sosial, serta ulasan pelanggan yang mayoritas positif (Rifatin et al., 2024).



Namun, seperti restoran viral lainnya, Mie Gacoan menghadapi tantangan dalam mempertahankan kualitas pelayanan di tengah lonjakan jumlah pelanggan (Runchise Team, 2024). Berbagai opini pelanggan menunjukkan bahwa kualitas rasa makanan, waktu tunggu, dan pelayanan masih menjadi sorotan yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali berkunjung. Dalam konteks ini, memahami kepuasan pelanggan serta faktor-faktor yang memengaruhi frekuensi kunjungan kembali menjadi sangat penting untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti rasa, harga, dan pelayanan memainkan peran signifikan dalam memengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali mengunjungi restoran. Maulana (2024) menemukan bahwa faktor pelayanan menjadi salah satu penentu utama dalam loyalitas pelanggan, sementara Rifatin et al. (2024) menyoroti pentingnya harga yang terjangkau dalam menciptakan daya tarik restoran. Namun, penelitian-penelitian tersebut memiliki keterbatasan dalam menganalisis secara menyeluruh hubungan antar faktor ini, khususnya dalam konteks restoran viral seperti Mie Gacoan. Selain itu, pendekatan model prediktif yang digunakan sering kali kurang mendalam dalam mengidentifikasi kontribusi masing-masing faktor terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengadopsi pendekatan analisis Regresi Dummy untuk mempelajari pengaruh variabel independen, seperti kepuasan terhadap rasa, harga, pelayanan, dan waktu antrian, terhadap frekuensi kunjungan kembali pelanggan. Studi ini berfokus pada cabang Mie Gacoan di Kota Surabaya, yang dipilih karena mewakili salah satu cabang dengan tingkat kunjungan tinggi dan beragam latar belakang pelanggan. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan dapat diidentifikasi faktor-faktor utama yang paling memengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan mendalam tentang preferensi pelanggan, tetapi juga menawarkan kontribusi ilmiah dalam kajian perilaku konsumen di sektor kuliner. Hasilnya diharapkan dapat membantu Mie Gacoan meningkatkan pengalaman pelanggan serta merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk mempertahankan citra positif dan loyalitas pelanggan.

LANDASAN TEORI

Regresi

Regresi adalah metode analisis yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain, yang dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi. Variabel yang mempengaruhi disebut dengan berbagai istilah: variabel independen, variabel bebas, variabel penjelas, variabel eksplanatori, atau variabel X karena dalam grafik sering digambarkan sebagai absis atau sumbu X). Variabel yang dipengaruhi dikenal sebagai variabel dependen, variabel terikat, atau variabel Y. Regresi memiliki tujuan untuk memahami hubungan antar variabel, memprediksi nilai variabel dependen, mengukur pengaruh antar variabel, menguji hipotesis dan mengoptimalkan sumber daya.

Terdapat dua jenis dasar regresi yaitu, regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Jika pada model regresi linier sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka pada regresi linier berganda jumlah variabel bebasnya lebih dari satu dan satu variabel terikat (Lusiana et al., 2021). Dalam melakukan analisis regresi, terdapat beberapa asumsi yang harus terpenuhi. Asumsi tersebut antara lain, data harus mengikuti sebaran normal, homoskedastisitas, tidak ada multikolinearitas dan tidak ada autokorelasi. Model regresi yang menggunakan metode estimasi OLS harus memenuhi asumsi klasik tertentu untuk menghasilkan apa yang dikenal sebagai BLUE (Best Linear Unbiased Estimator), yang merupakan singkatan dari karakteristik tidak bias, konsisten, dan efisien (Nurchaya et al., 2024).

Regresi Dummy

Regresi dummy adalah regresi yang memiliki variabel bebas berbentuk kategorik. Variabel dummy adalah variabel yang bersifat kategorikal yang diduga memiliki dampak terhadap variabel yang bersifat kontinu (Aqsa, 2021). Variabel dummy berbentuk variabel biner yang digunakan untuk mengkodekan kategori dari data kualitatif, variabel bebas dummy atau boneka ini dapat berjumlah satu atau lebih. Metode yang digunakan adalah mengganti informasi yang bersifat kategori, misalnya pria : 1, wanita : 0, ataupun SD : 1, SMP : 2, dan SMA : 3.

Mie Gacoan

Menurut laman CNBC Indonesia, Mie Gacoan adalah merek dagang yang menjadi anak perusahaan PT Pesta Pora Abadi yang berdiri sejak awal 2016. Saat ini, Mie Gacoan terkenal karena menggunakan tagline "Mie Pedas No. 1 di Indonesia". Pendiri dan CEO Mie Gacoan adalah Anton Kurniawan. Mie Gacoan menjadi favorit pengunjung karena menawarkan makanan dan minuman dengan harga murah. Selain itu, Mie Gacoan dulunya viral karena memiliki nama-nama menu yang unik dan berbeda menyesuaikan standarisasi makanan halal menurut MUI dan sudah bersertifikasi halal dari MUI. Ditawarkan banyak menu pada tempat makan ini mulai dari mie yang memiliki 3 varian adalah mie iblis, mie setan, serta mie angel dengan mempunyai tingkatan level kepedasan.

Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pencapaian keberhasilan suatu restoran. Selain itu, kepuasan pelanggan dapat menentukan baik atau tidaknya citra suatu restoran, semakin puas pelanggan terhadap suatu restoran, maka akan semakin baik juga citra restoran tersebut. Selain citra restoran, jika kepuasan pelanggan dikatakan baik, maka akan terbentuk juga tujuan-tujuan bisnis, seperti keuntungan finansial, bertambahnya jumlah pelanggan, dan lain sebagainya. Kepuasan pelanggan dikatakan baik jika tujuan bisnis telah tercapai. Indikator dalam kepuasan konsumen (Hawkins dan Lonney dikutip Tjiptono, 2004:101) dikutip dari (Maimunah, 2019) antara lain:

- Kesesuaian dengan harapan
- Minat untuk berkunjung kembali
- Kesiediaan merekomendasikan pada konsumen lainnya

Menurut Kotler dalam Tjiptono (Tjiptono, 2011) dikutip dari menyatakan bahwa dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat empat metode, yaitu: (1) Sistem keluhan dan saran, (2) Survei kepuasan pelanggan, (3) Ghost shopping, dan (4) Lost customer analysis (Sasongko, 2021).

Kunjungan kembali

Minat kunjungan berulang atau revisit intention merupakan suatu sikap konsumen terkait intensitas ketertarikan minat berkunjung kembali terhadap suatu tempat (Maulina et al., 2022). Kunjungan kembali umumnya terjadi karena konsumen mendapat kepuasan yang baik pada kunjungan sebelumnya. Minat kunjungan kembali yang dirasakan konsumen akan berpengaruh positif terhadap finansial restoran. Makalew dalam Prastiyo et al., yang dikutip dari (Riadi et al., 2023) faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan sebagai berikut:

- Promosi
- Harga
- Memberikan fasilitas yang lengkap mudah dijangkau dan memadai.
- Memberikan pelayanan yang berkualitas dan meningkatkan kepuasan wisatawan.

Penelitian Terdahulu

Pada penelitian oleh Dewi et al. (2023) tentang kualitas pelayanan pramusaji kepuasan pelanggan di restoran ditemukan bahwa kualitas layanan dan fasilitas yang baik memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Sementara itu, Maimunah (2019) mempelajari dampak kualitas layanan, persepsi harga, dan cita rasa terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen yang menghasilkan bahwa ketiga faktor tersebut berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang secara langsung meningkatkan loyalitas mereka.

Rasyid dan Fransiska (2021) menyoroti sistem antrian dan tata letak mesin ordering sebagai faktor penting dalam meningkatkan kualitas layanan di restoran cepat saji seperti McDonald's. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dapat ditingkatkan melalui sistem yang efisien dan tata letak yang optimal, sehingga memengaruhi kepuasan dan minat untuk kembali. Selain itu, Soekotjo dan Astuti (2020) menganalisis pengaruh harga, produk, kebersihan, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang menunjukkan kebersihan dan kualitas layanan menjadi faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan di restoran tradisional.

Penelitian-penelitian tersebut memberikan wawasan penting tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas, tetapi masih memiliki keterbatasan. Sebagai contoh, Dewi et al. (2023) lebih menekankan pada aspek fasilitas fisik, sedangkan Maimunah (2019) fokus pada cita rasa dan harga. Rasyid dan Fransiska (2021) memberikan kontribusi dalam konteks sistem antrian tetapi tidak mengeksplorasi hubungan faktor tersebut dengan dimensi rasa atau harga. Soekotjo dan Astuti (2020) lebih menitikberatkan pada kebersihan, tetapi kurang memperhatikan aspek secara keseluruhan.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada menggabungkan berbagai faktor, seperti kepuasan rasa, kualitas pelayanan, keterjangkauan harga, dan waktu antrian secara keseluruhan, untuk menganalisis pengaruhnya terhadap frekuensi kunjungan kembali pelanggan Mie Gacoan di Kota Surabaya. Dengan mengintegrasikan pendekatan ini regresi dummy, penelitian diharapkan dapat memberikan informasi mengenai analisis faktor yang paling berpengaruh dan gambaran yang lebih baik dalam memberikan rekomendasi yang relevan bagi pengelolaan restoran dalam mempertahankan pelanggan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis regresi dummy dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan penilaian dan menganalisis banyak data numerik dan non-numerik (dummy) untuk mendapatkan pemahaman tentang topik yang diteliti dari responden. Agar cakupan responden luas dan mempertimbangkan banyak hasil, maka media yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah *Google Form*. Formulir ini nantinya akan disebarluaskan dengan kuesioner yang berisi pertanyaan terkait kepuasan pelanggan Mie Gacoan Surabaya. Target responden adalah pelanggan Mie Gacoan Surabaya, atau yang pernah mengunjungi Mie Gacoan cabang Kota Surabaya. Perkiraan sampel yang dibutuhkan kurang lebih sekitar 65 responden.

Berdasarkan metode yang telah diterapkan, maka, variabel yang digunakan adalah

- Numerik:
 - Kepuasan rasa makanan dari rentang nilai 1-100
 - Pelayanan staf dari rentang nilai 1-100
- Dummy:
 - Keterjangkauan Harga dan Kualitas Makanan (1: Sesuai, 0: Tidak sesuai)
 - Durasi antrian (1: Cepat, 0: Lambat)

Sehingga, dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

- Y : Total berkunjung kembali atau re-visit (frekuensi)
- X1 : Kepuasan rasa makanan (1-100)
- X2 : Pelayanan staf (1-100)
- X3 : Keterjangkauan Harga dan Kualitas Makanan (Sesuai/Tidak Sesuai)
- X4 : Durasi antrian (Cepat/Lambat)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = \text{total kunjungan kembali} + \beta_1 \text{Kepuasan rasa makanan} + \beta_2 \text{Pelayanan staf} + \beta_3 \text{Keterjangkauan Harga dan Kualitas Makanan} + \beta_4 \text{Durasi Antrian} + e$$

Metode ini dibuat untuk memastikan hasil analisis regresi dummy hasilnya dapat digunakan untuk berbagai kepentingan. Setiap langkah metode yang dilakukan, akan dilakukan bertahap, mulai dari uji linearitas, uji asumsi, hingga menghasilkan persamaan regresi, untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling kuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

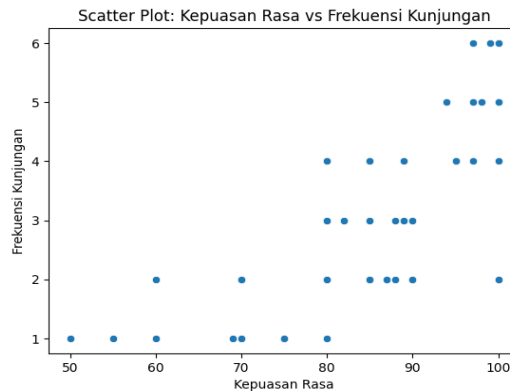
Dengan menggunakan analisis data dan tujuan untuk menghitung dan menentukan bagaimana kepuasan rasa makanan, pelayanan staf, kesesuaian harga dengan kualitas makanan, dan durasi antrian terhadap total jumlah kunjungan atau kunjungan kembali yang dilakukan oleh pelanggan Mie Gacoan Surabaya dan sekitarnya. Berdasarkan hasil perhitungan, data bebas dari

heteroskedastisitas dan hubungannya linear. Akan tetapi, terjadi multikolinearitas karena beberapa hal yang normal, sehingga analisis data tetap dilanjutkan.

Uji Asumsi

Analisis Regresi Dummy dilakukan dengan memanfaatkan regresi OLS (Ordinary Least Squares). Regresi OLS memiliki asumsi tertentu yang harus diuji sebelum dilakukan analisis. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, variabel independen dan variabel dependen hasilnya linear yang disajikan pada Gambar 1.

Uji Asumsi Linieritas



Gambar 1 Scatter Plot Asumsi Linieritas

Dari Gambar 1 divisualisasikan *scatter plot* untuk kelinieritasan antara variabel independen yaitu kepuasan rasa dan variabel dependen yaitu frekuensi kunjungan. Dapat dinyatakan bahwa variabel kepuasan rasa linear terhadap frekuensi kunjungan pembeli. Kesimpulan ini sepaham dengan pendapat (Salsabila & Rini, 2023) bahwa preferensi untuk membeli makanan meningkat seiring dengan peningkatan kualitas makanan.

Tabel 1 Hasil Analisis Linieritas

Analisis Linearitas untuk Kepuasan Rasa		
Slope	R-squared	p-value
0.09265874203297522	0.5331913326392281	5.120472762838498e-12

Berdasarkan Tabel 1 dengan nilai slope 0,0927, bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel independen (seperti Kepuasan Rasa) dikaitkan dengan peningkatan rata-rata sebesar 0,0927 unit pada Frekuensi Kunjungan. Kemudian untuk nilai R-squared = 0.5332 menunjukkan bahwa sekitar 53.32% variabilitas dalam Frekuensi Kunjungan dapat dijelaskan oleh Kepuasan Rasa. Sedangkan p-value < 0.05 berarti Hubungan ini dianggap signifikan secara statistik. Dengan kata lain, ada bukti yang kuat untuk mendukung gagasan bahwa hubungan linear antara kepuasan rasa dan frekuensi kunjungan bukanlah sesuatu yang terjadi secara kebetulan.

Uji Homoskedastisitas

Homoskedastisitas adalah model regresi yang baik, yang berarti bahwa perbedaan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap (Setiawan & Irawati, 2023). Selanjutnya hasil homoskedastisitas disajikan pada Tabel 2.

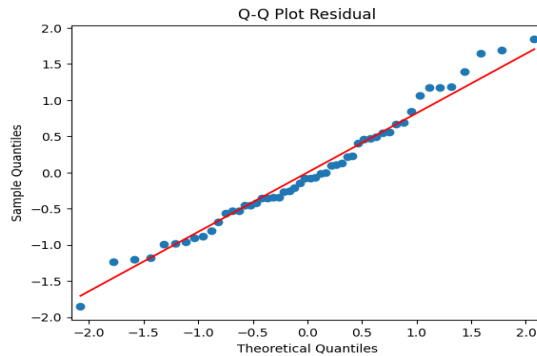
Tabel 2 Hasil Uji Homoskedastisitas

Hasil Uji Homoskedastisitas (Breusch-Pagan)			
Test Statistic	p-value	F-statistic	F p-value
7.017223	0.134981	1.815338	0.137659

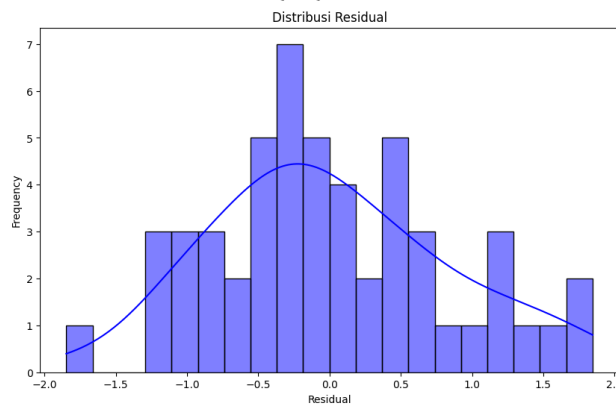
Berdasarkan hasil menguji Breusch-Pagan, jika output membuktikan $p\text{-value} > 5$ berarti varians residual konstan dan tidak ada indikasi heteroskedastisitas yang signifikan. Ini berarti model ini bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Normalitas Residual

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah sampel yang digunakan berasal dari populasi yang normal (Setiawan & Irawati, 2023). Pengujian ini menggunakan metode Shapiro-Wilk Test. Karena $p\text{-value} > 0.05$, kita gagal menolak hipotesis nol=residual berdistribusi normal. Ini berarti residual dapat dianggap berdistribusi normal.



Gambar 2 Q-Q Plot Residual



Gambar 3 Bar Plot Distribusi Residual

Pada Q-Q Plot Gambar 2 sebagian besar titik residual berada di sepanjang garis merah diagonal, yang menunjukkan bahwa distribusi residual mirip dengan distribusi normal. Untuk data di dunia nyata, beberapa ketidaksesuaian kecil di ujung plot adalah wajar. Sehingga tidak ada deviasi besar antara distribusi residual dan distribusi normal teoritis. Distribusi residual dapat dianggap normal berdasarkan visualisasi.

Uji Non-Autokorelasi

Uji ini dilakukan dengan metode Durbin-Watson dengan cara memeriksa nilai Durbin-Watson dengan tabel Durbin-Watson. Nilai statistik Durbin-Watson yaitu (Handayani, 2020):

- Angka D-W dibawah -2 artinya ada autokorelasi positif
- Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif

Berdasarkan perhitungan, didapat hasilnya adalah

- Durbin-Watson Test:
- Durbin-Watson Statistic: 2.13368671072922
- Karena nilai tersebut mendekati 2, maka tidak memiliki autokorelasi yang signifikan. Tidak ada bukti autokorelasi positif atau negatif dalam residual karena nilai 2.1337 sangat dekat dengan 2.

Uji Non-Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi. Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk memastikan apakah variabel bebas dalam model regresi memiliki korelasi. Nilai Variance



Inflation Factor (VIF) dapat digunakan untuk menentukan hasil uji multikolinearitas. Jika nilai VIF lebih besar dari 0,1 atau lebih rendah dari 10, maka multikolinearitas tidak ada (Handayani, 2020).

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

VIF (Variance Inflation Factor)		
variables	VIF	Interpretasi
const	148.36	Angka tinggi di konstanta sering kali terjadi karena skala atau perhitungan konstanta. Abaikan.
Kepuasan Rasa	1.23	Tidak ada indikasi multikolinearitas (VIF rendah).
Pelayanan Staf	1.25	Tidak ada indikasi multikolinearitas (VIF rendah).
Keterjangkauan Harga dan Kualitas Makanan	1.05	Tidak ada indikasi multikolinearitas (VIF sangat rendah).
Durasi Antrian	1.08	Tidak ada indikasi multikolinearitas (VIF sangat rendah).

Berdasarkan perhitungan, kesimpulannya adalah Multikolinearitas dalam model tidak ditemukan karena semua variabel memiliki VIF jauh di bawah 10. Jadi analisis dapat dilanjutkan tanpa perlu melakukan perbaikan (misalnya, menghapus variabel atau menggunakan PCA).

Analisis Regresi Dummy

Penelitian ini menggunakan Regresi Dummy karena memiliki variabel kategorik dummy.

Tabel 4 Hasil Regresi Dummy

Hasil Analisis Regresi Dummy				
Model	coef	std error	t	P> t
(const)	-6.2730	1.271	-4.935	0.000
Kepuasan Rasa	0.0739	0.010	7.251	0.000
Pelayanan Staf	0.0385	0.008	4.711	0.000
Keterjangkauan Harga dan Kualitas Makanan	-0.3238	0.867	-0.373	0.710



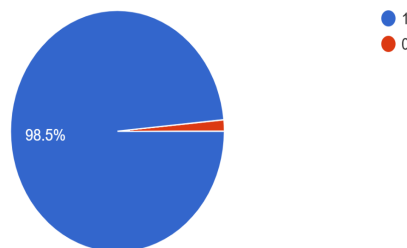
Durasi Antrian	0.1715	0.222	0.772	0.443
----------------	--------	-------	-------	-------

Sehingga didapatkan persamaan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

$$Y = -6.2730 + 0.0739X_1 + 0.0385X_2 + -0.3238X_3 + 0.1715X_4 + e$$

Pada variabel keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas makanan, karena memiliki hasil dari responden yang 100% sama, maka kedua variabel ini disatukan menjadi variabel keterjangkauan harga dan kualitas makanan. Nilai koefisien pada perhitungan konstan variabel kepuasan rasa, pelayanan staf, keterjangkauan dan kesesuaian harga serta durasi antrian menunjukkan nilai -6.2730. Pada variabel kepuasan rasa memiliki nilai 0.0739, yang mana ini menunjukkan jika kepuasan rasa bertambah, maka kunjungan kembali pada pelanggan juga bertambah. Begitu juga, pelayanan staf yang menghasilkan nilai 0.0385, kunjungan kembali pelanggan akan bertambah jika pelayanan staf juga bertambah. Namun, pada variabel keterjangkauan harga dan kesesuaian makanan menunjukkan nilai -0.3238, hal ini tidak dapat langsung disimpulkan jika keterjangkauan harga dan kesesuaian makanan membuat penurunan kunjungan kembali. Hal ini dapat disebabkan karena penilaian responden yang cenderung keseluruhannya memberikan nilai yang sesuai atau angka 1 dalam penelitian ini, data menunjukkan jika nilai 1 mendominasi jawaban responden pada variabel ini, yang mana artinya 98.5% responden menyatakan jika keterjangkauan harga dan kesesuaian makanan sesuai. Jika variabel ini tidak memiliki variasi yang cukup (terlalu banyak 1), maka model kesulitan menemukan hubungan yang bermakna, menyebabkan hasil yang bias atau tidak intuitif. Dalam analisis regresi, distribusi yang terlalu condong dapat menyebabkan estimasi yang bias.



Gambar 4 Diagram Presentase Hasil Response Keterjangkauan Harga dan Kualitas Makanan Oleh karena itu, pada variabel ini dianggap secara nyata memiliki pengaruh terhadap frekuensi kunjungan kembali. Pada variabel terakhir, durasi antrian menunjukkan nilai 0.1715, artinya frekuensi kunjungan kembali akan bertambah jika nilai durasi antrian bertambah, dalam hal ini nilai durasi antrian adalah 1, yang artinya durasi antrian yang berjalan cepat.

Koefisien Determinasi

Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R-square	Adj. R-squared
65	0.821340	0.674601	0.652907

Dari hasil tabel koefisien determinasi, dihasilkan r-square dengan nilai 0.674601, ini menandakan jika kepuasan rasa, pelayanan staf, keterjangkauan dan kesesuaian harga, serta durasi antrian berpengaruh sebanyak 67.46% dengan frekuensi kunjungan kembali di Mie Gacoan area Surabaya, dan sisanya sebanyak 32.54% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Uji Signifikansi Model (Uji-F)

Untuk menguji validitas model regresi secara multilateral, nilai signifikan, atau sig, digunakan. Jika nilai sig kurang dari 0,05, maka variabel independen akan berdampak pada variabel dependen dikutip dari (Surjaweni, 2015) dikutip ulang oleh (Handayani, 2020).



Tabel 5 Hasil Uji-F Variabel Pelayanan Staf
Hasil Uji Signifikansi Model Regresi (Pelayanan Staf)

Statistik	Nilai	Keterangan
F-statistic	38.37	Signifikansi keseluruhan model
Prob(F-statistic)	4.95e-08	Model signifikan jika $p < 0.05$.
R-squared	0.378	Variabilitas data (37.8%).
Adjusted R-squared	0.369	R-squared yang disesuaikan.

Berdasarkan Tabel 5 *output* OLS tersebut, model regresi signifikan secara statistik ($\text{Prob(F-statistic)} < 0.05$), menunjukkan bahwa variabel independen Pelayanan Staf memengaruhi Frekuensi Kunjungan. Hubungan positif dan signifikan telah ditemukan antara variabel pelayanan staf dan frekuensi kunjungan. Meskipun ada ruang untuk perbaikan, model menjelaskan variabilitas data dengan baik ($\text{R-squared} = 37.8\%$). Asumsi normalitas residual dan non-autokorelasi tidak dilanggar secara signifikan. Sehingga model signifikan.

Tabel 6 Hasil Uji-F Variabel Kepuasan Rasa

Hasil Uji Signifikansi Model Regresi (Kepuasan Rasa)

Statistik	Nilai	Keterangan
F-statistic	71.96	Signifikansi keseluruhan model
Prob(F-statistic)	5.12e-12	Model signifikan jika $p < 0.05$.
R-squared	0.533	variabilitas data (53.3%).

Berdasarkan Tabel 6 yang merupakan *output* OLS hasil uji signifikansi model regresi dari variabel kepuasan rasa, model regresi untuk variabel Kepuasan Rasa signifikan secara statistik ($\text{Prob(F-statistic)} < 0.05$), menunjukkan bahwa Kepuasan Rasa memiliki pengaruh signifikan terhadap Frekuensi Kunjungan. Model ini mampu menjelaskan 53.3% variabilitas data.

Pembahasan Umum

Dari seluruh hasil pengujian yang dilakukan, didapat informasi jika data terbukti berdistribusi linear, bebas dari heteroskedastisitas, berdistribusi normal, tidak memiliki autokorelasi, dan tidak terjadi multikolinearitas. Pada analisis hasil regresi, variabel kepuasan rasa terbukti memiliki pengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan pelanggan Mie Gacoan di Surabaya. Selain kepuasan rasa, pelayanan staf juga terbukti berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan kembali. Sementara itu, variabel antara keterjangkauan harga dengan kualitas makanan, menghasilkan pengaruh negatif terhadap kunjungan kembali pelanggan Mie Gacoan di Surabaya. Ini dapat disebabkan oleh dominasi nilai yang sama pada responden (98,5%), sehingga menghasilkan bias dalam analisis. Tetapi variabel keterjangkauan harga dan kualitas makanan disimpulkan berpengaruh positif terhadap kunjungan kembali, hal ini didasarkan pada analisis nilai yang diberikan responden didominasi oleh nilai yang sesuai. Variabel durasi antrian menunjukkan nilai positif, artinya variabel ini menunjukkan nilai positif terhadap frekuensi kunjungan kembali. Dengan adanya keseluruhan pengaruh positif terhadap frekuensi kunjungan kembali, maka dapat disimpulkan jika, kepuasan rasa, pelayanan staf, keterjangkauan



harga dan kualitas makanan, serta durasi antrian memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat kunjungan kembali pelanggan Mie Gacoan di Surabaya. Selain itu, hasil uji signifikansi terhadap model terhadap variabel kepuasan rasa dan pelayanan staf, menunjukkan jika kedua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap frekuensi kunjungan kembali.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kepuasan rasa, kualitas layanan staf, keterjangkauan harga dengan kualitas makanan dan durasi antrian secara signifikan terbukti memengaruhi frekuensi kunjungan kembali pelanggan di restoran Mie Gacoan di Kota Surabaya. Ini dibuktikan dari analisis regresi dummy dan seluruh uji asumsi yang telah dilakukan. Ketika variabel-variabel seperti kepuasan rasa, kualitas layanan staf, dan durasi antrian bertambah positif, maka akan terjadi prediksi kenaikan frekuensi kunjungan kembali yang dilakukan oleh pelanggan. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan tentang faktor-faktor utama yang mendorong loyalitas pelanggan di sektor kuliner. Dengan menggunakan pendekatan analisis regresi dummy, penelitian ini berhasil mengidentifikasi elemen-elemen penting yang perlu diperhatikan oleh manajemen restoran untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam melakukan kunjungan kembali.

Kontribusi ilmiah dari penelitian ini adalah pada integrasi berbagai faktor yang sebelumnya sering dikaji secara terpisah, seperti kepuasan rasa, kualitas layanan staf, keterjangkauan harga dengan kualitas makanan dan durasi antrian, menjadi kerangka analisis yang komprehensif.

Penelitian ini dapat diaplikasikan dalam pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan operasional restoran, khususnya dalam konteks mengelola waktu antrian dan memberikan pelayanan yang lebih memuaskan. Selain itu, penelitian ini membuka peluang untuk studi lanjutan, seperti menganalisis dampak teknologi digital, seperti aplikasi reservasi dan pemesanan online, terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas. Penelitian selanjutnya dapat mencakup pengujian model serupa di cabang-cabang Mie Gacoan lainnya atau di restoran dengan target pasar berbeda untuk mengevaluasi dalam cakupan yang lebih luas dari hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aqsa, M. A. (2021). Analisis Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Kepemimpinan Transaksional Dan Tingkat Usia Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) Guru di SMPS YPPI Tualang Perawang. *Jurnal Daya Saing*, 7(2).
- Dewi, S. A., Amir, F. L., Suarmana, I. W., & Paramitha, M. W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramusaji dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(12), 2533–2549.
- Ginting, E., Natalina, A., & Kakiay, A. N. (2024). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN MIE GACOAN. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(1), 60-68. Diambil kembali dari <https://journal.admi.or.id/index.php/JAMAN/article/view/1518/1590>
- Handayani, S. F. (2020, 9). Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Pendapatan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 1(2). Diambil kembali dari <https://jiss.publikasiindonesia.id/index.php/jiss/article/view/17/51>
- Hawkins, Dell, & Loney. (t.thn.). Dalam Buku Fandy Tjiptono. 2004, Strategi Pemasaran: Edisi 2, Andi. Yogyakarta.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid ke-2 (10th ed). Jakarta (ID):Prenhallindo.
- Kusumawardani, B. H., & Achsa, A. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIE GACOAN MAGELANG. *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 3(1), 148-161. Diambil kembali dari <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika/article/view/358/291>
- Lusiana, F. O., Fatma, I., & Windarto, A. P. (2021). Estimasi Laju Pertumbuhan Penduduk Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Pada BPS Simalungun. *Journal of Informatics Management and Information Technology*, 2(1), 79-84. Diambil kembali dari <https://hostjournals.com/jimat/article/view/104>



- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity*, 1(2), 57-68. Diambil kembali dari <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/542>
- Maulana, A. (2024, Januari 19). *Restaurant Management System: Pelayanan Pelanggan yang Lebih Cepat dan Efisien*. Diambil kembali dari softwareseni: <https://www.softwareseni.co.id/blog/restaurant-management-system>
- Maulina, A., Waskito, R. A., & Ruslan, B. (2022). Pengaruh Harga yang Dirasakan Terhadap Minat Kunjungan Berulang Melalui Nilai yang Dirasakan Pada Bangunan Berkonsep Penggunaan Kembali di Kawasan Kota Tua Jakarta. *JITHOR (Journal of Indonesian Tourism, Hospitality, and Recreation)*, 5(2), 219-228. Diambil kembali dari <https://ejournal.upi.edu/index.php/Jithor/article/view/48313/21489>
- Nurchahya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (2024). Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 472-481. Diambil kembali dari <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/MAJIM/article/view/1551/1592>
- Prastiyo, E., Sulistyowati, L. N., & Fauzi, R. U. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Wisata Air Terjun Krecek Denu. *SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI* 4, 4(15).
- Rasyid, E., & Fransiska, C. (2021). PENGARUH SISTEM ANTRIAN DAN TATA LETAK MESIN ORDERING KIOS K TERHADAP KUALITAS LAYANAN KONSUMEN PADA RESTAURANT MCDONALD'S BINTARO. *Journal of Economics & Business UBS*, 10(1), 11-22. Diambil kembali dari <https://jurnal.ubs-usg.ac.id/index.php/joeb/article/view/57/870>
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE DESA WISATA HIJAU BILEBANTE YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN WISATAWAN. *JRP (Jurnal Riset Pemasaran)*, 2(2), 38-49. Diambil kembali dari <https://journal.unram.ac.id/index.php/jrp/article/download/2678/1250>
- Rifatin, E. A., Yanida, S. N., Indiani, P., & Kustini, E. (2024, November). Strategi Pemasaran pada Produk Mie Gacoan di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4, 459. Diambil kembali dari <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/45138/21562>
- Runchise Team. (2024, April 9). *Tantangan Full Service Restoran dan Solusinya untuk Pengusaha Kuliner*. Diambil kembali dari Runchise: <https://www.runchise.com/blog/tantangan-full-service-restoran-dan-solusinya-untuk-pengusaha-kuliner>
- Salsabila, O., & Rini, R. P. (2023, Februari 7). PENGARUH DINING EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN REVISIT INTENTION DI RESTORAN INDONESIA DI KOREA SELATAN (STUDI KASUS DI BALI RESTO , DAEJEON). *Media Bina Ilmiah*, 17, 1625. Diambil kembali dari <https://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/297>
- Salsabilla, R. (2024, Mei 16). *Siapaakah Pemilik Restoran Mie Gacoan yang Selalu Ramai? Ini Sosoknya*. Dipetik Desember 07, 2024, dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20240516125923-33-538666/siapaakah-pemilik-restoran-mie-gacoan-yang-selalu-ramai-ini-sosoknya>
- Sasongko, S. R. (2021). FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN. *JIMT (JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN)*, 3(1), 104-114. Diambil kembali dari <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/707/470>
- Setiawan, D., & Irawati, Z. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 3, 660. Diambil kembali dari <https://www.infeb.org/index.php/infeb/article/view/517/211>
- Soekotjo, W., & Astuti, L. (2020). ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK, KEBERSIHAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Madiun). *JEAMS (Journal of Economy, Accounting, and*



Management Science), 2(1). Diambil kembali dari
<https://www.jeams.ovari.id/index.php/jeams/article/view/14>
Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran: Edisi 2* (2 ed.). Andi. Yogyakarta.
Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality Dan Customer Satisfaction Edisi 3* (3 ed.). Andi. Yogyakarta.