



## ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP TINGKAT MINAT PELANGGAN MIE GACOAN DI MEDAN

### ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE AND FOOD QUALITY ON THE LEVEL OF INTEREST OF MIE GACOAN CUSTOMERS IN MEDAN

Chantika Firanda<sup>1</sup>, Jihan Abiah Rahma<sup>2</sup>, Anisa Br Sinulingga<sup>3</sup>, Roberto Evanbert Ginting<sup>4</sup>, Rizky Abdillah Manurung<sup>5</sup>, Bonia Johannes Simatupang<sup>6</sup>, Agus Rahmadsyah<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Negeri Medan  
Email : chantikafiranda@gmail.com

#### Article Info

Article history :  
Received : 29-09-2024  
Revised : 02-10-2024  
Accepted : 04-10-2024  
Published : 06-10-2024

#### Abstract

*This study aims to analyze the influence of service and food quality on the level of consumer interest in Mie Gacoan restaurants in Medan. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, this study evaluates how the two independent variables affect the dependent variable, namely the level of consumer interest. Data was collected from 50 respondents who were several people in the city of Medan. The results of the analysis showed that one of the service variables with the food quality variable had a negative influence on the level of consumer interest. The partial t test shows that services have a significant influence on the level of consumer interest. The simultaneous F test also showed that together, service and food quality had a significant influence on the level of consumer interest in Mie Gacoan restaurants in Medan. Thus, it can be concluded that poor service will have a negative impact on the future of a business.*

**Keywords:** *entrepreneurship, domestic bussines, franchise*

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan dan kualitas makanan terhadap tingkat minat konsumen restoran Mie Gacoan di Medan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, penelitian ini mengevaluasi bagaimana kedua variabel bebas tersebut mempengaruhi variabel dependen, yaitu tingkat minat konsumen. Data dikumpulkan dari 50 responden yang merupakan beberapa masyarakat di kota Medan. Hasil analisis menunjukkan bahwa salah satu dari variabel pelayanan dengan variabel kualitas makanan memberikan pengaruh negatif terhadap tingkat minat konsumen. Uji t parsial menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat minat konsumen. Uji F simultan juga menunjukkan bahwa secara bersama-sama, pelayanan dan kualitas makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat minat konsumen restoran Mie Gacoan di Medan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang tidak baik akan memberikan dampak negatif terhadap masa depan suatu usaha.

**Kata Kunci:** *Kewirausahaan, bisnis domestik, franchise*



## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, franchise kuliner di Indonesia telah berkembang pesat, didorong oleh adanya peningkatan gaya hidup modern yang menuntut kemudahan serta kecepatan dalam memperoleh makanan. Franchise kuliner cepat saji menjadi salah satu pilihan utama masyarakat, terutama di kota-kota besar seperti Medan. Salah satunya yang kini tengah mendapatkan popularitas di Medan adalah Mie Gacoan, yang dikenal dengan konsep hidangannya yang berfokus pada satu jenis makanan yaitu mie namun menciptakan inovasi yang bagus khususnya kepada para pecinta masakan pedas. Namun, keberhasilan sebuah restoran tidak hanya ditentukan oleh popularitas semata, melainkan juga oleh berbagai faktor, di antaranya adalah kualitas pelayanan dan kualitas makanan yang disajikan.

Pelayanan yang memadai, ramah, dan cepat menjadi elemen penting dalam meningkatkan tingkat minat bagi pelanggan. Di sisi lain, kualitas makanan yang tinggi, mulai dari cita rasa, kebersihan, hingga tampilan penyajian, juga memainkan peran krusial dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap restoran tersebut. Ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan dan makanan, hal ini akan berdampak langsung pada minat mereka untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan restoran kepada orang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh pelayanan dan kualitas makanan terhadap tingkat minat pelanggan Mie Gacoan di Medan. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor kunci yang dapat mendukung kesuksesan sebuah franchise dalam menjaga daya tariknya di pasar yang kompetitif. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola franchise kuliner dalam meningkatkan strategi pemasaran serta pengembangan layanan yang lebih baik di masa mendatang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan format pertanyaan skala likert. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif yang dilakukan oleh beberapa warga di kota Medan dengan mengisi survei melalui *google form*. Waktu diadakannya survei mulai dari 1 Oktober 2024 hingga 4 Oktober 2024.

Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 50 responden dengan berbagai karakteristik responden di kota Medan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode statistik analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS untuk mendapatkan gambaran seberapa besar perubahan dan pengaruh pada tingkat minat konsumen di restoran Mie Gacoan yang diakibatkan oleh pelayanan dan kualitas makanan di Mie Gacoan.



## LANDASAN TEORI

### 1. Ruang Lingkup Franchise

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, definisi franchise adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. (Ayu Dwi Puspitasari, 2022)

Franchise merupakan bisnis dengan konsep kerjasama kemitraan. Kemitraan tersebut bertujuan untuk mencari keuntungan bersama. Dalam bisnis franchise, setidaknya terdiri dari 3 komponen, yaitu franchise atau waralaba, franchisor atau orang yang memiliki sistem franchise, dan franchisee atau pihak yang membeli franchise. Franchise mulai ada di Indonesia pada tahun 1950-an. Diawali dari adanya seller kendaraan bermotor yang dibeli melalui lisensi (agen tunggal merek). Hingga saat ini, franchise terus tumbuh dan berkembang pesat di Indonesia seiring dengan kemajuan teknologi dan sifat konsumtif Masyarakat. (Hidayat Nugroho & Respati Kusumasari, n.d.)

Trend dunia bisnis saat ini adalah melakukan Bisnis Instant yang menguntungkan. Para franchisee tidak usah memulai bisnisnya dari nol dan dengan susah payah harus mengembangkan pasar dan menanamkan brand-nya dengan kuat di pasar. Dengan melakukan franchise maka didapat hak untuk membuka bisnis dengan brand/merek yang sudah terkenal dan punya pasar. Trend ini tentu saja akan disambut dengan baik oleh para franchisor/Pemilik Usaha karena selain meningkatkan keuntungan juga akan memperluas daerah pemasaran mereka. Beberapa keuntungan dari franchise ini adalah sebagai berikut :

- a. Franchise mempunyai peluang untuk berkembang cepat.
- b. Franchise akan mempunyai keuntungan pengalaman mengakses management skills dari suatu bisnis besar.
- c. Franchisor akan melakukan pelatihan secara berkala kepada pegawai franchise sehingga standard operasional dan mutu produk serta jasa sesuai dengan standard franchisor, dsb.

Namun selain mendapatkan keuntungan, franchise juga berpotensi memberikan kerugian, antara lain;

- a. Biaya startup cost yang tinggi, karena selain kebutuhan investasi awal, franchisee harus membayar pembelian franchise yang biasanya cukup mahal.
- b. Franchisee tidak bebas mengembangkan usahanya karena berbagai peraturan yang diberikan oleh franchisor.
- c. Franchisee biasanya terikat pada pembelian bahan untuk produksi untuk standarisasi produk /jasa yang dijual, dsb. (Dewi Astuti, 2005)



Seiring berjalannya waktu, waralaba di Indonesia mulai berkembang pesat baik domestic maupun internasional. Salah satu contoh domestik yang banyak orang tau saat ini adalah Gacoan yang sudah tersebar di seluruh Indonesia, sedangkan salah satu contoh internasional yang sering kali kita ketahui adalah Mcdonalds karena cabangnya yang sudah meluas diseluruh dunia. Dengan perkembangan yang pesat tersebut, maka untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba. Keduanya diubah dengan Peraturan No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Perangkat hukum tersebut telah memberikan definisi tersendiri mengenai waralaba. (Redjeki et al., 2011)

Model bisnis waralaba melibatkan sejumlah aspek yang menciptakan kerangka kerja untuk kolaborasi antara pemilik merek (franchisor) dan pemilik waralaba (franchise). Berikut adalah elemen-elemen utama dari model bisnis waralaba:

- a. Franchise mendapatkan akses ke sistem operasional yang telah teruji dan terbukti berhasil yang dikembangkan oleh franchisor. Ini termasuk prosedur operasional standar, teknologi, dan metode bisnis.
- b. Franchisor memberikan pelatihan kepada franchise untuk memastikan bahwa mereka memahami dan mampu menjalankan operasi sesuai dengan standar merek tersebut. Pelatihan ini dapat mencakup manajemen operasional, pemasaran, dan aspek-aspek lainnya.
- c. Franchisor biasanya memberikan dukungan kontinu kepada franchise, termasuk bantuan pemasaran, dukungan teknis, dan layanan pelanggan. Tujuan dari dukungan ini adalah untuk membantu franchise mencapai kesuksesan.
- d. Franchisor biasanya memberikan dukungan kontinu kepada franchise, termasuk bantuan pemasaran, dukungan teknis, dan layanan pelanggan. Tujuan dari dukungan ini adalah untuk membantu franchise mencapai kesuksesan.
- e. Semua aspek kerjasama diatur dalam perjanjian kontrak waralaba. Ini mencakup detail mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak, durasi kerjasama, biaya, dan berbagai aspek lainnya.
- f. Franchisor mempertahankan tingkat kontrol terhadap merek dan standar operasional untuk memastikan konsistensi dan kualitas di seluruh jaringan waralaba.
- g. Franchisor dapat menggunakan model bisnis ini untuk mengembangkan jaringan waralaba mereka dengan lebih cepat daripada jika mereka menjalankan outlet sendiri. Mereka juga memiliki tanggung jawab untuk memelihara dan meningkatkan kualitas seluruh jaringan. Model bisnis waralaba memberikan peluang bagi pihak-pihak yang terlibat untuk saling mendapatkan keuntungan. Franchisor mendapatkan ekspansi cepat tanpa mengeluarkan



modal besar, sementara franchise mendapatkan kesempatan untuk memiliki dan mengelola bisnis dengan dukungan merek yang sudah mapan. (Murti Syafiina & Retno Cahyani, 2024)

Untuk membangun usaha franchise yang baik, maka kita memerlukan standar operasional yang dituangkan dalam buku petunjuk operasional (operation manuals) yang berisikan :

- a. Pendahuluan yang memuat uraian pendahuluan yang menguraikan hakekat dasar dari sistem kerja serta falsafah bisnis jasa personal yang mendasarinya.
- b. Sistem Operasional yang menguraikan bagaimana sistem operasi dibentuk, dan bagaimana serta mengapa berbagai unsur-unsur pokok saling bersesuaian.
- c. Metode operasional yang mendetail menguraikan mengenai perlengkapan apa yang diperlukan, apa fungsinya, dan bagaimana mengoperasikannya,
- d. Instruksi pengoperasian
- e. Persyaratan yang berkaitan dengan penampilan staf
- f. Prosedur pelatihan staf
- g. Prosedur memperkerjakan staf dan peraturan perundang undangannya
- h. Prosedur kedisiplinan staf, serta kewajiban franchisee
- i. Kebijakan penetapan harga
- j. Kebijakan pembelian
- k. Standar produk, termasuk prosedur menangani keluhan pelanggan
- l. Standar layanan
- m. Tugas-tugas staf
- n. Pembayaran uang franchise
- o. Akuntansi
- p. Kontrol kas dan prosedur perbankan
- q. Periklanan dan pemasaran
- r. Persyaratan presentasi gaya gedung yang dimiliki franchisor
- s. Cara untuk menggunakan merek dagang dan/ merek jasa, asuransi, prosedur pengendalian sediaan.

Standarisasi merupakan pedoman bagi franchisee menjalankan usahanya, dan sekaligus alat kontrol bagi franchisor dalam mengawasi dan evaluasi, serta mengatur pelaksanaan usaha franchise. (Isran Idris, 2010)

## **2. Identitas Mengenai Waralaba Mie Gacoan**

Salah satu kuliner yang sangat populer dan terkenal dengan harga menunya yang ramah di kantong pelajar adalah Mie Gacoan. Mie Gacoan adalah restoran yang menghadirkan berbagai variasi mie dengan level yang menegangkan. Mie Gacoan mulai populer sejak tahun



2016 hingga saat ini. Mie dengan cita rasa pedasnya menjadi alasan banyak diminati oleh anak muda terutama bagi pecinta makanan pedas. Hal ini bisa dilihat dari beberapa atau hampir keseluruhan cabang Mie Gacoan di Medan yang selalu ramai oleh pembeli.

Bisnis franchise yang populer ini didirikan oleh Harris Kristanto, pria lulusan sarjana ekonomi sekaligus pemilik dari restoran Mie Gacoan. Awal mula berdirinya Mie Gacoan pada tahun 2016, tepatnya di kota Malang. Dalam beberapa tahun, Mie Gacoan sudah mampu melakukan ekspansi ke berbagai kota seperti Surabaya, Yogyakarta, Medan dan juga beberapa kota besar lainnya. Harris selaku pemilik restoran ternama ini pun mengemukakan bahwa dalam 6 tahun saja, Mie Gacoan dapat menghasilkan keuntungan sekitar 60% dari omset penjualan.

Alasan lain Mie Gacoan sangat diminati dikalangan anak muda karena harganya yang murah dan bervariasi, berikut adalah beberapa menu dan daftar harga Mie Gacoan :

- a. Mie gacoan level 1-4 = Rp14.002
- b. Mie gacoan level 6-8 = Rp15.003
- c. Mie hompimpa level 1-4 = Rp14.002
- d. Mie hompimpa level 6-8 = Rp15.003
- e. Mie suit = Rp14.002
- f. Lumpia udang = Rp13.001
- g. Pangsit goreng = Rp14.002
- h. Siomay ayam = Rp13.001
- i. Udang keju = Rp13.001
- j. Udang rambutan = Rp13.001
- k. Es gobak sador = Rp13.001
- l. Es petak umpet = Rp13.001
- m. Es sukluk batok = Rp9.008
- n. Es teklet = Rp9.008

Dan masih banyak menu menarik lainnya dengan harga terjangkau yang disediakan Mie Gacoan.

Meskipun banyak diminati oleh orang-orang, Mie Gacoan juga sempat mendapat kritikan dari konsumen mengenai pelayanan dan kualitas makanannya yang menurun baru-baru ini. Maka dari itu, penelitian ini akan membahas pengaruh pelayanan dan kualitas makanan pada tingkat minat konsumen di restoran Mie Gacoan yang terletak di seluruh kota Medan.



**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Karakteristik Responden**

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Berdasarkan umur	Persentase	berdasarkan profesi	persentase
16 tahun - 20 tahun	90%	mahasiswa/i	62%
30 tahun - 45 tahun	10%	pekerja	10%
		siswa	4%
		IRT	10%
		tidak bekerja	14%
TOTAL			100%

Penelitian ini melibatkan 50 responden yang berada ditinggal di kota Medan. Dari tabel 1 tentang karakteristik responden, dapat kita lihat bahwa konsumen restoran terbanyak adalah anak muda di usia 16 tahun hingga 20 tahun keatas. Selain itu, mahasiswa juga menjadi persentase konsumen terbanyak di restoran Mie Gacoan.

**2. Hasil Analisis Data**

**Tabel 2. Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.743	2.718		-.641	.524
Pelayanan	.629	.198	.506	3.177	.003
Kualitas makanan	.305	.201	.241	1.516	.13

**Tabel 3. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.480	3.12585	.501	23.582	2	47	.000



Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat nilai konstanta ( $\beta_0$ ) sebesar  $-1.743$ , untuk variabel  $X_1$  yaitu pelayanan (nilai  $\beta_1 X_1$ ) sebesar  $0.629$  dan pada variabel  $X_2$  yaitu kualitas makanan (nilai  $\beta_2 X_2$ ) sebesar  $0.305$ . Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -1.743 + 0.629X_1 + 0.305X_2$$

Dari hasil analisis regresi linear diatas menunjukkan bahwa adanya pengaruh negatif yang diberikan oleh kedua variabel bebas. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai konstanta ( $\beta_0$ ) yang menunjukkan nilai negatif.

### 3. Pengujian Hipotesis

Penelitian ini di analisis menggunakan regresi linier berganda, uji t (parsial), dan uji f (simultan). Berikut adalah hasil pengujian hipotesisnya:

#### a. Hipotesis pengaruh pelayanan terhadap tingkat minat konsumen Mie Gacoan di Medan

Diketahui nilai signifikansi pada variabel pelayanan ( $X_1$ ) sebesar  $0.003$  yang dimana lebih kecil ( $<$ ) dari  $0.05$  dan nilai t hitung sebesar  $3.177$  dan t tabel sebesar  $2.010$ , sehingga t hitung ( $>$ ) t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial adanya pengaruh dari variabel pelayanan ( $X_1$ ) terhadap variabel tingkat minat ( $Y$ ).

#### b. Hipotesis pengaruh kualitas makanan terhadap Tingkat minat konsumen Mie Gacoan di Medan

Diketahui nilai signifikansi pada variabel sosial media ( $X_2$ ) sebesar  $0.13$  yang dimana lebih besar ( $>$ ) dari  $0.05$  dan nilai t hitung sebesar  $1.516$  dan t tabel sebesar  $2.010$ , sehingga t hitung ( $<$ ) t table. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh dari variabel kualitas makanan terhadap tingkat minat ( $Y$ ).

#### c. Hipotesis pengaruh pelayanan dan kualitas makanan secara bersama-sama terhadap tingkat minat konsumen Mie Gacoan di Medan

Diketahui nilai signifikansi pada variabel bebas sebesar  $0.00$  yang dimana lebih kecil ( $<$ ) dari  $0.05$  dan nilai F hitung sebesar  $23.852$  dan F tabel sebesar  $3.20$ , sehingga F hitung  $>$  F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan adanya pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas kepada variabel terikat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah ditelaah, dapat kita simpulkan bahwa adanya pengaruh negatif terhadap tingkat minat konsumen di Mie Gacoan yang disebabkan oleh variabel pelayanan, sedangkan pada variabel kualitas makanan tidak memberikan pengaruh negatif





terhadap tingkat minat konsumen di restoran Mie Gacoan. Selain dari data yang telah dianalisis, beberapa jawaban yang diisi oleh responden di kuisioner penelitian juga menyebutkan bahwa penyajian makanan sangat tidak sesuai dengan waktu yang diharapkan. Penyajian makanan yang lama mengakibatkan turunnya minat konsumen terhadap restoran di Mie Gacoan. Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. (Prasetio et al., 2012).

## 2. Saran

Adapun beberapa saran untuk meningkatkan tingkat minat konsumen terhadap usaha yang kita miliki adalah dengan cara memperhatikan hal-hal kecil yang dapat mempengaruhi usaha kita, seperti kedekatan dengan pelanggan dan juga memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik tidak hanya berupa menyajikan makanan yang cepat, tetapi juga memberikan sikap ramah dan nyaman kepada pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Dwi Puspitasari, A. S. M. (2022). Perkembangan Bisnis Franchise. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1, 985–992.
- Dewi Astuti. (2005). Kajian Bisnis Franchise Makanan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 7, 83–98. [Http://Puslit.Petra.Ac.Id/~Puslit/Journals/83](http://Puslit.Petra.Ac.Id/~Puslit/Journals/83)
- Hidayat Nugroho, R., & Respati Kusumasari, I. (N.D.). *Perkembangan Franchise Di Indonesia*.
- Isran Idris, Sh. ,Mh. (2010). Pengembangan Bisnis Rahasia Dagang Dengan Cara Franchise. *Jurnal Ilmu Hukum*, 2, 72–85.
- Murti Syafiina, A., & Retno Cahyani, R. (2024). Waralaba Franchise Di Indonesia. *Bisnis Dan Digital (Jimakebidi)*, 1(2).
- Prasetio, A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Artikel, I. (2012). Management Analysis Journal Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. In *Management Analysis Journal* (Vol. 1, Issue 4). [Http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Maj](http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Maj)
- Redjeki, S., Kantor, S., Sri, A., Slamet, R., Partners, J., Bungur Besar, R., Blok, A., 85, N., & Pusat, J. (2011). Waralaba (Franchise) Di Indonesia. In *Waralaba (Franchise) Di Indonesia Lex Journalica* (Vol. 8, Issue 2).