BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Data

1. Gambaran Objek Penelitian

Kota Banjarbaru merupakan salah satu kota di Provinsi Kalimantan Selatan yang mengalami perkembangan cukup pesat dalam bidang perdagangan, jasa, dan kuliner. Sebagai kota yang terus berkembang, Banjarbaru memiliki tingkat aktivitas masyarakat yang tinggi, terutama dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan masyarakat produktif yang menjadi target utama berbagai usaha kuliner modern.

Kondisi tersebut menjadikan Kota Banjarbaru sebagai wilayah yang potensial dalam perkembangan bisnis makanan dan minuman, termasuk restoran cepat saji dan kuliner kekinian seperti Mie Gacoan. Selain itu, lokasi Kota Banjarbaru yang strategis serta didukung oleh pertumbuhan jumlah penduduk dan mobilitas masyarakat yang tinggi menyebabkan meningkatnya minat konsumen terhadap tempat makan yang menawarkan variasi menu, cita rasa, serta harga yang terjangkau.

Salah satu usaha kuliner yang cukup diminati masyarakat di Kota Banjarbaru adalah Mie Gacoan. Restoran ini dikenal dengan konsep menu mie pedas yang memiliki berbagai variasi menu dan cita rasa yang khas sehingga

mampu menarik perhatian konsumen dari berbagai kalangan. Mie Gacoan pertama kali didirikan pada tahun 2016 di Kota Malang dan dalam waktu yang relatif singkat berhasil menarik perhatian masyarakat, khususnya para pencinta kuliner.

Restoran ini merupakan salah satu unit usaha yang berada di bawah naungan PT Pesta Pora Abadi, sebuah perusahaan yang telah cukup lama bergerak di industri kuliner Indonesia. Di balik perkembangan Mie Gacoan terdapat sosok Harris Kristanto, yang tidak hanya berperan sebagai pemilik usaha tetapi juga menjabat sebagai Human Resources Director. Dengan latar belakang pendidikan di bidang ekonomi, Harris dinilai memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola dan mengembangkan bisnis yang dijalankannya.

Menariknya, meskipun usia usaha ini pada saat itu baru sekitar enam tahun, Mie Gacoan telah menunjukkan kinerja yang cukup menjanjikan. Berdasarkan keterangan Harris Kristanto, tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan diperkirakan mencapai sekitar 40% hingga 50% dari total omzet penjualan. Capaian tersebut dapat dikatakan cukup signifikan, terutama jika mempertimbangkan tingginya persaingan di sektor bisnis restoran mie yang terus berkembang dan menghadirkan banyak pemain baru di berbagai daerah.

Berawal dari sebuah usaha yang didirikan di Kota Malang, Mie Gacoan menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam waktu yang relatif singkat. Dalam beberapa tahun setelah berdiri, jaringan restoran ini mulai memperluas jangkauannya ke berbagai kota besar di Indonesia, seperti

Banjarbaru, Banjarmasin, Surabaya, Yogyakarta, Medan, Bali, Solo, dan Bandung, serta sejumlah daerah lainnya. Perluasan tersebut menunjukkan bahwa Mie Gacoan mampu memperoleh respons positif dari pasar di berbagai wilayah.

Seiring dengan bertambahnya jumlah cabang, kebutuhan akan tenaga kerja juga mengalami peningkatan. Hingga saat ini, Mie Gacoan tercatat telah mempekerjakan lebih dari 3.000 karyawan. Jumlah tersebut berpotensi terus bertambah mengingat perusahaan masih melakukan ekspansi ke berbagai kota di Indonesia. Kondisi ini secara tidak langsung membuka peluang kerja yang lebih luas bagi masyarakat dan berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja di masa mendatang.

Dalam upaya mengembangkan usahanya, Harris Kristanto tidak hanya berfokus pada penjualan yang dilakukan secara langsung di restoran. Mie Gacoan juga memanfaatkan berbagai platform layanan pesan antar makanan yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan. Kehadiran pada aplikasi tersebut dinilai mampu memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan potensi penjualan harian. Di sisi lain, Mie Gacoan terus melakukan berbagai penyesuaian untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya.

Salah satu langkah penting yang dilakukan adalah memperoleh sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 22 Juni 2023. Sertifikasi tersebut memberikan kepastian mengenai kehalalan produk yang

ditawarkan serta membantu menjawab berbagai kekhawatiran konsumen terkait bahan-bahan yang digunakan pada *menu* sebelumnya.

Tidak berhenti di situ, perusahaan juga melakukan pembaruan pada produk yang dipasarkan. Memasuki tahun 2024, Mie Gacoan memperkenalkan sejumlah *menu* dan penyesuaian harga, termasuk pilihan tingkat kepedasan yang lebih beragam pada *menu* mi serta berbagai varian dimsum dengan harga yang relatif terjangkau. Langkah ini menunjukkan upaya perusahaan untuk tetap menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen yang terus berkembang

. **Gambar 4. 1 Mie Gacoan Landasan Ulin**



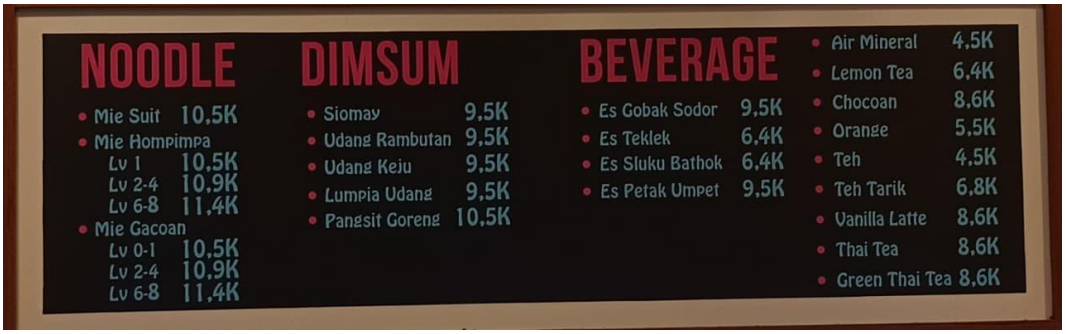
Gambar 4. 2 Mie Gacoan Jl A Yani KM 35



Sumber: Foto langsung di tempat

Mie Gacoan sendiri sudah membuka outletnya di Banjarmasin dan Banjarbaru pada Tahun 2025. Pada Banjarmasin dan Banjarbaru, Mie Gacoan Sendiri sudah membuka 4 cabang diantaranya pada cabang pertama di Hasan Basri Banjarmasin pada tanggal 10 Februari 2025, Cabang kedua di Jl A Yani KM 2,5 pada tanggal 10 Agustus 2025, Cabang ketiga di Landasan Ulin pada tanggal 28 April 2025 dan cabang keempat di Jl A Yani KM 35 tepatnya di depan ULM pada tanggal 8 Mei 2025. Sumber didapat langsung dari IG, Tiktok dan beberapa website yang terkait.

Gambar 4. 3 Menu Mie Gacoan



Sumber: Foto langsung di tempat

Mie Gacoan sendiri mempunyai varian menu sebanyak 25 *menu* (12 Varian makanan & 13 Varian minuman) yaitu:

Tabel 4.1 Menu Mie Gacoan

No	Makanan Berat & Ringan	Harga	Minuman	Harga
1	Mie Suit	Rp10,500	Es Gobak Sodor	Rp9,500
2	Mie Hompimpa Level 1	Rp10,500	Es Teklek	Rp6,400
3	Mie Hompimpa Level 2-4	Rp10,900	Es Sluku Bathok	Rp6,400
4	Mie Hompimpa Level 6-8	Rp11,400	Es Petak Umpet	Rp9,500
5	Mie Gacoan Level 0-1	Rp10,500	Air Mineral	Rp4,500
6	Mie Gacoan Level 2-4	Rp10,900	Lemon Tea	Rp6,400
7	Mie Gacoan Level 6-8	Rp11,400	Chocoan	Rp8,600
8	Siomay	Rp9,500	Orange	Rp5,500
9	Udang Rambutan	Rp9,500	Tea	Rp4,500

10	Udang Keju	Rp9,500	The Tarik Vanilla Latte	Rp6,800
11	Lumpia Udang	Rp9,500	Vanilla Latte	Rp8,600
12	Pangsit Goreng	Rp10,500	Thai Tea	Rp8,600
13	-	-	Green Thai tea	Rp8,600

Tingginya minat masyarakat terhadap Mie Gacoan dapat dilihat dari ramainya pengunjung, terutama pada Sore dan malam hari. Dengan kondisi tersebut, Kota Banjarbaru dianggap relevan sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji pengaruh variasi menu dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Banjarbaru.

2. Data Diri Responden

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Instrumen kuesioner disebarluaskan secara daring menggunakan platform (Google Form) dan secara luring (menggunakan kertas) yang kemudian dibagikan secara langsung di tempat Mie Gacoannya. Responden yang diberikan Kuesioner secara daring atau luring akan dipandu sama dibantu sama peniliti dikarenakan ada yang tidak paham dan bingung Ketika diberikan kuesioner, meskipun begitu ada juga yang paham dan tidak perlu dipandu oleh peniliti. Jumlah Responden yang telah Berhasil dikumpulkan sejumlah 96 Responden, sesuai dengan jumlah sampel pada Rumus Lemeshow yang peniliti pakai untuk menjumlahkan total sampel yang

akan disebarkan Kuesionernya. Sampel yang berjumlah 96 tersebut dibagi 2 menjadi 48:48 yang bertepatan di 2 tempat yaitu Mie Gacoan pada Banjarbaru yaitu di Mie Gacoan Landasan Ulin, Jl Bina Putra No 34 dan Mie Gacoan Banjarbaru, Jl A Yani KM 35.

3. Karakteristik Responden

Karakteristik partisipan dalam studi ini mencakup beberapa elemen, seperti usia, pendidikan/pekerjaan serta Domisili atau tempat Beraktivitas sehari-hari. Adapun penjabaran data mengenai karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Berdasarkan Umur Responden

Landasan Ulin				**Jl A Yani KM 35**			
No	**Kelompok Umur**	**Frekuensi**	**Persentase**	**No**	**Kelompok Umur**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	17	2	2%	1	16	3	3%
2	19	1	1%	2	17	2	2%
3	20	2	2%	3	18	2	2%
4	21	13	13%	4	20	2	2%
5	22	15	15%	5	21	10	10%
6	23	8	8%	6	22	20	20%
7	24	2	2%	7	23	7	7%

8	27	4	4%	8	25	1	1%
9	32	1	1%	9	27	1	1%
Total		48	48%	Total		48	48%

Sumber:Diolah Pada Tahun 2026

Berdasarkan tabel diatas karakteristik kelompok umur, mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh usia muda khususnya pada Umur 22 secara total sekitar 35% dan disusul oleh umur 21 dengan total 23%. Adapun Kontribusi dari kelompok umur yang realtif sangat kecil yaitu pada usia 24, 19 dan 32 yakni sebesar 1% saja. Hal ini menunjukkan bahwa para konsumen sangat tertuju pada kalangan Generasi muda atau generasi Z dibandingkan kalangan generasi milenial yang berumur sekitar 29 keatas..

Selain itu, penulis juga akan mengelompokan responden berdasarkan Pekerjaan, yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai, wirausaha dan lainnya. Untuk mengetahui proposi pengelompokannya dengan jelas dapat dilihan dari tabel berikut:

Tabel 4.3 Berdasarkan Pekerjaan/Pendidikan Responden

Landasan Ulin			
No	**Pekerjaan**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	Pelajar	2	2%
2	Mahasiswa	37	37%
3	Pekerja Negeri	1	1%

4	Pekerja Swasta	3	3%
5	Wirausaha	2	2%
6	WIraswasta	2	2%
7	Ibu Rumah Tangga	1	1
Total		48	48%
Jl A Yani KM 35			
1	Pelajar	7	7%
2	Mahasiswa	36	36%
3	Pekerja Negeri	3	3%
4	Pekerja Swasta	1	1%
5	Wirausaha	1	1%
6	WIraswasta	0	0%
7	Ibu Rumah Tangga	0	0%
Total		48	48%

Sumber: Data primer diolah pada Tahun 2026

Mayoritas responden didominasi oleh kelompok Mahasiswa dengan persentase mencapai 73%, sementara sisanya terbagi ke dalam kelompok Pelajar (2%), Pekerja Negeri (4%), Pekerja Swasta (4%), Wirausaha (3%), Wiraswasta (2%), dan Ibu Rumah Tangga (1%). Hal ini menunjukkan bahwa populasi dalam data ini sangat terfokus pada kalangan akademisi dibandingkan kelompok pekerja atau wiraswasta/usaha.

Peneliti juga mengelompokkan hasil karakteristik alamat domisili responden. Berikut adalah rincian hasil karakteristik dan perbandingannya:

Tabel 4.4 Berdasarkan Domisili Responden

Landasan Ulin			
No	**Domisili**	**Frekuensi**	**Persentase**
1	Banjarbaru Utara	13	13%
2	Landasan Ulin	13	13%
3	Banjarbaru Selatan	16	16%
4	Liang Anggang	6	6%
Total		48	48
Jl A Yani KM 35			
1	Banjarbaru Utara	10	10%
2	Landasan Ulin	10	10%
3	Banjarbaru Selatan	21	21%
4	Liang Anggang	7	7%
Total		48	48

Sumber: Data Primer diolah pada Tahun 2026

Pada tabel diatas, mayoritas responden didominasi yang berdomisili di Banjarbaru Selaatan dengan persentase mencapai total 37%, sementara sisanya terbagi ke dalam kelompok yang berdomisili Banjarbaru utara dan Landasan Ulin dengan sama-sama total 23%, Liang Anggang dengan total 13%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pada populasi dalam data ini sangat terfokus

pada kalangan yang berdomisili Banjarbaru Selatan, disusul oleh Banjarbaru Utara dan juga Landasan Ulin, sementara minoritas populasi dalam data ini ialah Liang Anggang.

Dengan mendeskripsikan jawaban responden, peneliti dapat mengetahui gambaran tanggapan konsumen terhadap variasi menu, cita rasa, dan kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Banjarbaru. Deskripsi jawaban responden juga membantu peneliti dalam mengidentifikasi perbedaan pandangan serta pengalaman konsumen setelah melakukan pembelian dan konsumsi produk Mie Gacoan.

Melalui data tersebut, peneliti dapat melihat bagaimana persepsi konsumen terhadap keberagaman *menu* dan kualitas cita rasa yang ditawarkan serta pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dalam konteks penelitian ini, data yang diperoleh dapat menunjukkan faktor-faktor dominan yang memengaruhi kepuasan konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru, sehingga peneliti dapat menilai apakah variasi menu dan cita rasa menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Berikut distribusi frekuensi responden berdasarkan variabel penelitian.

4. Variabel Variasi Menu (X1)

Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Variasi Menu

Item Pernyataan X1	**STS**		**TS**		**N**		**S**		**SS**		**Jumlah**	
	F	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**
X1.1	0	0%	3	3%	12	12%	48	48%	33	33%	96	96%

X1.2	0	0%	12	12%	18	18%	42	42%	24	24%	96	96%
X1.3	1	1%	5	5%	6	6%	48	48%	36	36%	96	96%
X1.4	0	0%	3	3%	11	11%	59	59%	23	23%	96	96%
X1.5	0	0%	7	7%	5	5%	47	47%	37	37%	96	96%
X1.6	1	1%	4	4%	4	4%	61	61%	26	26%	96	96%

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Item X1.1 menyatakan "Saya merasa pilihan jenis makanan yang tersedia sudah beragam" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 33 orang atau 33%, yang memilih setuju 48 atau 48%, netral sejumlah 12 atau 12%, yang memilih tidak setuju 3 orang atau 3%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 48 orang atau 48% dan Sangat setuju dengan sejumlah 33 orang atau setuju 33%..

Item X1.2 menyatakan "Pilihan *menu* makanan dan Minuman di Mie Gacoan cukup beragam dibandingkan restoran sejenis" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 24 orang atau 24%, yang memilih setuju 42 atau 42%, netral sejumlah 18 atau 18%, yang memilih tidak setuju 12 orang atau 12%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 42 orang atau 42% dan Sangat setuju dengan sejumlah 24 orang atau setuju 24%..

Item X1.3 menyatakan "Pilihan tingkat rasa pada *menu* makanan Mie Gacoan sesuai dengan selera Saya" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 36 orang atau 36%, yang memilih setuju 48 atau 48%, netral sejumlah 6 atau 6%, yang memilih tidak setuju 5 orang atau 5%, dan 1 orang

atau 1% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 48 orang atau 48% dan Sangat setuju dengan sejumlah 36 orang atau setuju 36%.

Item X1.4 menyatakan "Saya merasa variasi rasa makanan yang ditawarkan cukup beragam" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 23 orang atau 23%, yang memilih setuju 59 atau 59%, netral sejumlah 11 atau 11%, yang memilih tidak setuju 3 orang atau 3%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 59 orang atau 59% dan Sangat setuju dengan sejumlah 23 orang atau setuju 23%.

Item X1.5 menyatakan "Porsi makanan dan Ukuran Minuman yang disajikan Mie Gacoan cukup memuaskan bagi Saya" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 37 orang atau 37%, yang memilih setuju 47 atau 47%, netral sejumlah 5 atau 5%, yang memilih tidak setuju 7 orang atau 7%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 47 orang atau 47% dan Sangat setuju dengan sejumlah 37 orang atau setuju 37%.

Item X1.6 menyatakan "Variasi ukuran porsi *menu* di Mie Gacoan dapat memenuhi kebutuhan Saya" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 26 orang atau 26%, yang memilih setuju 61 atau 61%, netral sejumlah 4 atau 4%, yang memilih tidak setuju 4 orang atau 4%, dan 1 orang atau 1%

yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 61 orang atau 61% dan Sangat setuju dengan sejumlah 26 orang atau setuju 26%.

5. Variabel Cita Rasa (X2)

Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Cita Rasa

Item Pernyataan X1	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0%	2	2%	9	9%	53	53%	32	32%	96	96%
X2.2	1	1%	2	2%	5	5%	56	56%	32	32%	96	96%
X2.3	1	1%	5	5%	15	15%	41	41%	34	34%	96	96%
X2.4	0	0%	2	2%	9	9%	50	50%	35	35%	96	96%
X2.5	0	0%	3	3%	9	9%	50	50%	34	34%	96	96%
X2.6	1	1%	1	1%	7	7%	47	47%	40	40%	96	96%

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Item X2.1 menyatakan “Saya merasa tekstur makanan yang disajikan sudah sesuai dengan harapan saya” dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 32 orang atau 32%, yang memilih setuju 53 atau 53%, netral sejumlah 9 atau 9%, yang memilih tidak setuju 1 orang atau 1%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 53 orang atau 53% dan Sangat setuju dengan sejumlah 32 orang atau setuju 32%.

Item X2.2 menyatakan “Bentuk dan penyajian Makanan dari Mie Gacoan terlihat menarik bagi saya” dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 32 orang atau 32%, yang memilih setuju 56 atau 56%, netral

sejumlah 5 atau 5%, yang memilih tidak setuju 2 orang atau 2%, dan 1 orang atau 1% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 56 orang atau 56% dan Sangat setuju dengan sejumlah 32 orang atau setuju 32%.

Item X2.3 menyatakan "Mie Gacoan memiliki cita rasa khas yang membedakannya dari restoran sejenis" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 34 orang atau 34%, yang memilih setuju 41 atau 41%, netral sejumlah 15 atau 15%, yang memilih tidak setuju 5 orang atau 5%, dan 1 orang atau 1% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 41 orang atau 41% dan Sangat setuju dengan sejumlah 34 orang atau setuju 34%.

Item X2.4 menyatakan "Saya dapat dengan mudah mengenali ciri khas makanan pada Mie Gacoan" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 35 orang atau 35%, yang memilih setuju 50 atau 50%, netral sejumlah 9 atau 9%, yang memilih tidak setuju 2 orang atau 2%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 50 orang atau 50% dan Sangat setuju dengan sejumlah 35 orang atau setuju 35%.

Item X2.5 menyatakan "Saya merasa aroma makanan yang disajikan menggugah selera" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 34 orang atau 34%, yang memilih setuju 50 atau 50%, netral sejumlah 9 atau

9%, yang memilih tidak setuju 3 orang atau 3%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 50 orang atau 50% dan Sangat setuju dengan sejumlah 34 orang atau setuju 34%.

Item X2.6 menyatakan "Saya menyukai aroma khas yang dimiliki produk Mie Gacoan" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 40 orang atau 40%, yang memilih setuju 47 atau 47%, netral sejumlah 7 atau 7%, yang memilih tidak setuju 1 orang atau 1%, dan 1 orang atau 1% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 47 orang atau 47% dan Sangat setuju dengan sejumlah 40 orang atau setuju 40%.

6. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen

Item Pernyataan X1	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	0	0%	3	3%	13	13%	44	44%	36	36%	96	96%
Y.2	1	1%	2	2%	4	4%	50	50%	40	40%	96	96%
Y.3	1	1%	0	0%	5	5%	47	47%	43	43%	96	96%
Y.4	0	0%	8	8%	15	15%	47	47%	26	26%	96	96%
Y.5	0	0%	2	2%	11	11%	46	46%	37	37%	96	96%
Y.6	0	0%	1	1%	7	7%	53	53%	35	35%	96	96%

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Item Y.1 menyatakan "Pelayanan dan kualitas produk Mie Gacoan sesuai dengan harapan Saya" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 36 orang atau 36%, yang memilih setuju 44 atau 44%, netral sejumlah

13 atau 13%, yang memilih tidak setuju 3 orang atau 3%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 44 orang atau 44% dan Sangat setuju dengan sejumlah 36 orang atau setuju 36%.

Item Y.2 menyatakan "Saya merasa puas karena *Menu* dan Rasa dari produk Mie Gacoan sesuai dengan yang diharapkan" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 40 orang atau 40%, yang memilih setuju 50 atau 50%, netral sejumlah 4 atau 4%, yang memilih tidak setuju 2 orang atau 2%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 50 orang atau 50% dan Sangat setuju dengan sejumlah 40 orang atau setuju 40%.

Item Y.3 menyatakan "Saya berminat untuk kembali membeli atau berkunjung di kemudian hari" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 43 orang atau 43%, yang memilih setuju 47 atau 47%, netral sejumlah 5 atau 5%, yang memilih tidak setuju 0 orang atau 0%, dan orang atau 1% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih Sangat setuju dengan sejumlah 47 orang atau 47% dan setuju dengan sejumlah 43 orang atau setuju 43%.

Item Y.4 menyatakan "Saya akan memilih kembali tempat ini dibandingkan tempat lain" dan para Responden yang memilih sangat setuju

sejumlah 26 orang atau 26%, yang memilih setuju 47 atau 47%, netral sejumlah 15 atau 15%, yang memilih tidak setuju 8 orang atau 8%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 47 orang atau 47% dan Sangat setuju dengan sejumlah 26 orang atau setuju 26%.

Item Y.5 menyatakan Saya bersedia merekomendasikan tempat ini kepada orang lain" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 37 orang atau 37%, yang memilih setuju 46 atau 46%, netral sejumlah 11 atau 11%, yang memilih tidak setuju 2 orang atau 2%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 46 orang atau 46% dan Sangat setuju dengan sejumlah 37 orang atau setuju 37%

Item Y.6 menyatakan Saya bersedia merekomendasikan tempat ini kepada orang lain" dan para Responden yang memilih sangat setuju sejumlah 35 orang atau 35%, yang memilih setuju 53 atau 53%, netral sejumlah 7 atau 7%, yang memilih tidak setuju 1 orang atau 1%, dan 0 orang atau 0% yang memilih sangat tidak setuju. Berdasarkan pada data tersebut bisa disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju dengan sejumlah 53 orang atau 53% dan Sangat setuju dengan sejumlah 35 orang atau setuju 35%.

7. Uji Validitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Variasi Menu (X1)	Jenis dan Pilihan Makanan dan Minuman	1	0,227	0.1689	Valid
		2	0,118	0.1689	Tidak Valid
	Rasa makanan dan Minuman	1	0,282	0.1689	Valid
		2	0,249	0.1689	Valid
	Ukuran Porsi Makanan dan Minuman	1	0,433	0.1689	Valid
		2	1	0.1689	Valid
Cita Rasa (X2)	Tekstur atau bentuk dari produk	1	0,299	0.1689	Valid
		2	0,357	0.1689	Valid
	Ciri Khas	1	0,240	0.1689	Valid
		2	0,133	0.1689	Tidak Valid
	Aroma dan Bau	1	0,475	0.1689	Valid
		2	1	0.1689	Valid
	Kesesuaian Harapan	1	0,345	0.1689	Valid
		2	0,208	0.1689	Valid

Kepuasan Konsumen (Y)	Minat Berkunjung Kembali	1	0,446	0.1689	Valid
		2	0,251	0.1689	Valid
	Kesediaan Merekomendasikan	1	0,248	0.1689	Valid
		2	1	0.1689	Valid

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Menurut tabel yang disajikan bisa difinisikan bahwa jika nilai R-hitung > R-tabel maka itu dikatakan valid dan sebaliknya, jika nilai R hitung < R Tabel maka itu dikatakan tidak valid. Dalam tabel diatas, ada dua item pertanyaan yang gak valid yaitu pada Variabel X1 di Indikator "Jenis dan Pilihan Makanan dan Minuman" pada item pertanyaan No 2 dan Variabel X2 di Indikator "Ciri Khas" pada Item pertanyaan No 2. Maka dari itu dikarenakan ada item pernyataan yang tidak valid, maka penulis akan memakai 16 item pernyataan saja dalam uji reabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

8. Uji Reabilitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Variasi Menu	0,606	Reliabel

Cita Rasa	0,614	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,651	Reliabel

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten apabila dilakukan pengukuran secara berulang. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60

Pada hasil uji reliabelitas pada tabel diatas menunjukkan Nilai Cronbach's Alpha yang didapat dari analisis menampilkan angka sebesar 0,648 untuk variabel X1, 0,606 untuk variabel X2 dan 0,614 untuk variabel Y1. Angka ini berada di atas ambang batas minimum yang umum diterima yaitu 0,60, yang menandakan bahwa kuesioner ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

9. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	0,0000000

	Std. Deviation	2,16065101
Most Extreme Differences	Absolute	0,075
	Positive	0,055
	Negative	-0,075
Test Statistic		0,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c]

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Nilai tersebut lebih besar dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]		
Model	**Collinearity Statistics**	
	Tolerance	***VIF***
Variasi Menu	0,920	1,087
Cita Rasa	0,920	1,087

Keterangan	Tidak terjadi multikolonieritas	Tidak terjadi multikolonieritas

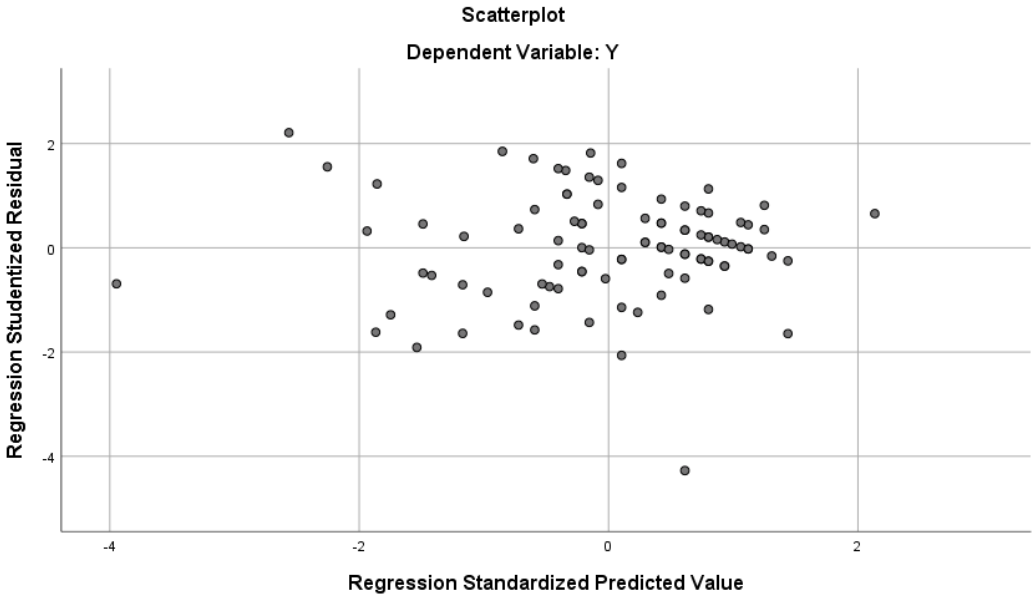
Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Variasi Menu X1 dan Cita Rasa X2 sama-sama memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,920, yang berarti telah melampaui batas minimal 0,10. Di sisi lain, nilai VIF yang didapatkan untuk kedua variabel independen tersebut adalah 1,087, angka yang berada jauh di bawah ambang batas maksimal 10. Berdasarkan temuan tersebut, dapat ditegaskan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas atau tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik *Scatterplot*, yaitu dengan melihat penyebaran titik-titik antara *Regression Standardized Predicted Value (ZPRED)* dan *Regression Studentized Residual (SRESID).* Apabila titik-titik pada grafik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta tersebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Berdasarkan grafik *scatterplot* yang dihasilkan dari uji asumsi klasik, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Selain itu, persebaran data tersebut tidak membentuk suatu pola tertentu yang teratur atau geometris (seperti pola bergelombang, melebar, kemudian menyempit). Dengan demikian, dapat disimplukan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi ini.

d. Uji Linear Berganda

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	**9,059**	2,446		3,727	0,000
Variasi Menu (X1)	**0,491**	0,096	0,449	5,103	0,000
Cita Rasa (X2)	**0,291**	0,098	0,262	2,978	0,004

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Ada pun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta 1X1 + \beta 2X2 + e$$

Berdasarkan hasil uji analisis regresi pada tabel, maka dapat diketahui model uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 9{,}059 + 0{,}491(X1) + 0{,}291(X2) + e$$

Persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh nilai konstanta sebesar 9,059. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel Variasi Menu atau X1 dan Cita Rasa Atau X2 dianggap konstan atau bernilai 0, maka nilai variabel Y adalah sebesar 9,059.
b) Variabel Variasi Menu atau X1 memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,491 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Variasi Menu berpengaruh signifikan

terhadap variabel Y1. Dengan demikian, semakin baik atau kondusif Variasi Menu, maka nilai variabel Y1 juga akan meningkat.

c) Variabel Cita Rasa atau X2 memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,291 dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Variasi berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Dengan demikian, semakin baik atau kondusif Cita Rasa, maka nilai variabel Y1 juga akan meningkat.

10. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai t hitung dan tingkat signifikansi (Sig.) pada hasil analisis regresi dengan tingkat signifikansi 10% (0,1).

Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]					
Model	**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**		
	B	**Std. Error**	**Beta**	**t**	**Sig.**
(Constant)	**9,059**	2,446		3,727	0,000
Variasi Menu (X1)	**0,491**	0,096	0,449	5,103	0,000

Cita Rasa (X2)	**0,291**	0,098	0,262	2,978	0,004

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Berdasarkan pada tabel hasil uji t di atas, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1) Berdasarkan hasil uji t, variabel Variasi Menu (X1) memiliki t hitung sebesar 5,103, yang mana ini lebih besar dari t tabel sebesar 1,661. Hal ini didukung oleh signifikansi sebear 0,000 yang masih jauh lebih kecil dari batas *tolerance* 0,1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut ialah, yang artinya variabel Variasi menu berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).
2) Berdasarkan hasil uji t, variabel Variasi Menu (X1) memiliki t hitung sebesar 2,978, yang mana ini lebih besar dari t tabel sebesar 1,661. Hal ini didukung oleh signifikansi sebear 0,004 yang masih jauh lebih kecil dari batas *tolerance* 0,1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut ialah, yang artinya variabel Variasi menu berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

b. uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Variasi Menu, dan Cita Rasa secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada tingkat signifikansi 10% atau 0,1

Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	225,490	2	112,745	23,642	0,000
Residual	443,499	93	4,769		
Total	668,990	95			

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 23,642 > F tabel sebesar 2,36 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Variasi Menu dan Cita Rasa berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

11. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel Variasi Menu, dan Cita Rasa dalam menjelaskan variasi pada variabel Kepuasan Konsumen**.** Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *R Square* pada tabel *Model Summary.*

Tabel 4.15 Hasil Koefisien Diterminasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,581	0,337	0,323	2,184

Sumber: Data diolah pada Tahun 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai R square = 0,337. Nilai R squre ini adalah 33,7% angka tersebut mengandung arti variabel x dan variabel y berpengaruh sebesar 33,7% sedangkan sisanya adalah 66,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.2 Pembahasan

1. Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F), diketahui bahwa variabel independen yaitu Variasi Menu (X1) dan Cita Rasa (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,1 (0,000 < 0,1) serta nilai f hitung sebesar 23,642 yang lebih besar daripada f tabel sebesar 2,36 (23,642 > 2,36). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variasi menu dan cita rasa secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi antara keberagaman *menu* yang ditawarkan dan cita rasa produk yang disajikan. Konsumen cenderung merasa lebih puas apabila Mie Gacoan mampu menyediakan pilihan *menu* yang beragam sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, serta didukung oleh cita rasa yang sesuai dengan harapan konsumen.

Dari temuan tersebut dapat diketahui bahwa semakin baik variasi menu dan cita rasa yang dimiliki Mie Gacoan Banjarbaru, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pihak Mie Gacoan perlu terus mempertahankan kualitas cita rasa produk serta melakukan inovasi dan pengembangan variasi menu agar dapat memenuhi selera konsumen yang beragam. Upaya tersebut penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen sekaligus mempertahankan loyalitas Konsumen dalam jangka Panjang.

Namun, hasil Penilitian ini sejalan tidak sejalan pada penilitian yang terdahulu yang dimukakan oleh Sukma Handayani (Handayani and Ula Ananta Fauzi 2023) yang menemukan bahwa variasi menu tidak berpengaruh terhadap Minat beli ulang terhadap Mie Gacoan Sidoarjo. Perbedaan hasil penelitian tersebut diduga disebabkan oleh perbedaan variabel dependen yang digunakan dan juga ketidakpuasan konsumen maupun pelanggan pada Variasi menu Di Mie Gacoan Madiun. Pada penelitian terdahulu, variabel dependen yang digunakan adalah minat beli ulang, sedangkan dalam penelitian ini

menggunakan kepuasan konsumen. Dengan demikian, hasil pada penelitian ini bahwa konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru sudah cukup puas pada terhadap variasi menu yang ditawarkan. Keberagaman pilihan makanan dan minuman yang tersedia dinilai mampu memenuhi kebutuhan serta preferensi konsumen yang berbeda-beda, baik itu yang di Mie Gacoan Banjarbaru maupun di Mie Gacoan Madiun.

2. Pengaruh Variasi Menu secara Parsial terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Banjarbaru

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), diketahui bahwa variabel Variasi Menu (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,1 (0,000 < 0,1) serta nilai t hitung sebesar 5,103 yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,661 (5,103 > 1,661). Dengan demikian, $H_0$1 ditolak dan H_a1 diterima. Artinya, Variasi Menu berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberagaman menu yang ditawarkan Mie Gacoan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen cenderung merasa lebih puas ketika tersedia berbagai pilihan makanan dan minuman yang dapat disesuaikan dengan selera, kebutuhan, serta preferensi masing-masing. Selain itu, adanya variasi tingkat kepedasan, pilihan menu pendamping, serta ukuran porsi memberikan pengalaman konsumsi yang lebih beragam sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

Namun, Hasil Penelitian ini malah bertolak belakang pada penilitian terdahulu yang dimukakan oleh Caesar (Caesar et al. 2025) dan Sukma Handayani (Handayani and Ula Ananta Fauzi 2023) yang Dimana variabel Variasi menu tidak berpengauh secara signifikan terhadap Minat beli Ulang dan Loyalitas pelanggan. Dalam kedua perbedaan ini dikarenakan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan merupakan dua konsep yang berbeda.

Kepuasan konsumen berfokus pada penilaian konsumen terhadap pengalaman konsumsi yang dirasakan saat atau setelah menggunakan produk, sedangkan loyalitas pelanggan dan minat beli ulang lebih menekankan pada komitmen konsumen untuk tetap menggunakan produk yang sama di masa mendatang. Dengan demikian, keberagaman *menu* yang tersedia di Mie Gacoan Banjarbaru dapat memberikan pengalaman yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan konsumen, namun tidak selalu menjadi faktor utama yang mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan maupun minat beli ulang sebagaimana yang ditemukan dalam penelitian terdahulu.

3. Pengaruh Cita Rasa secara Parsial terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Banjarbaru

Hasil pengujian hipotesis pada variabel Cita Rasa (X2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,1 (0,004 < 0,1) serta nilai t hitung sebesar 2,978 yang lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,661 (2,978 > 1,661). Oleh karena itu, H_o2 ditolak dan H_a2 diterima. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa Cita Rasa berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru.

Temuan ini mengindikasikan bahwa cita rasa produk merupakan salah satu aspek yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa lebih puas apabila makanan dan minuman yang disajikan memiliki rasa yang sesuai dengan harapan mereka. Dalam penelitian ini, cita rasa mencakup aspek tekstur produk, ciri khas rasa, aroma, serta kesesuaian rasa dengan harapan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap cita rasa produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan.

Hasil peniltiian ini sejalan dengan penilitian terdahulu yang dimukakan oleh Galih Ayu Prasasti (Prasasti and Maisara 2022) yang menemukan bahwa Cita Rasa berperngaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa Cita Rasa berperan dalam memengaruhi Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa Variasi Menu dan Cita Rasa sama-sama memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Gacoan Banjarbaru. Namun, Variasi Menu memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Cita Rasa, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung Variasi Menu yang lebih besar daripada nilai t hitung Cita Rasa. Hal ini dikarenakan pada ulasan-ulasan yang ada di Mie Gacoan Banjarbaru, orang-orang atau para konsumen banyak protes terhadap

konsisten terhadap Cita Rasa pedasnya Mie Gacoan dan ada juga yang merasa bahwa Rasa makanan malah biasa aja, Ulasan Tersebut seperti berikut:

Tabel 4.16 Ulasan Google Map

Mie Gacoan Landasan Ulin	
No	Ulasan Pelanggan
1.	Kayak Kurang Suka aja dari Mie nya, rasa yang dihasilkan hampir semua jenis mienya hambar dan hanya ada rasa pedasnya aja. Selain itu seperti rasa bumbu lain malah tidak ada rasanya
2.	Sangat ramai makan disini, jadi harus nunggu cukup lama bahkan hampir 2 jam. Pilihan *menu* juga banyak, untuk rasa makanan biasa saja seperti mie goreng pada umumnya
3.	Mie gacoan rasanya sangat enak dan ada level kepedasan sesuai selera. Disini tersedia berbagai varian menu lainnya seperti udah rambutan, udang lumpia dan minuman. Pokoknya asyik buat makan malam Bersama teman dan keluarga
Mie Gacoan Jl KM 35 Banjarbaru	
No	Ulasan Pelanggan
1.	Semuanya sudah oke tapi masih ada beberapa yang harus dibenahi karena sudah beberapa kali ke sini untuk rasa di mie kurang konsisten.
2.	Paling suka ke gacoan Cabang ini, karena pelayanannya cepat, *menu* yang dihidangkan pun rasanya konsisten dan dimsumnya selalu dalam keadaan panas

3.	Suka banget *menu-menu* yang ada di gacoan ini, sumpah apalagi udang kejunya behh murah-murah banget semua *menu* nya, hagra terjangkau dan rasa ngga murahan. The real makanan enak ngak selalu mahal buktimya ini gacoan murah tapi enak enak

Sumber: Ulasan pada Google Map

Berdasarkan Ulasan diatas, Sejumlah ulasan memberikan komentar positif pada kedua Lokasi Mie Gacoan Banjarbaru tersebut. Yang lebih menariknya lagi, para konsumen malah merasa sudah cukup puas dan memberikan komentar positif terhadap Variasi menu yang disediakan oleh Mie Gacoan. Akan tetapi ulasan negatif tersebut mengindikasikan adanya ketidakpuasan Konsumen terhadap ketidak konsisten rasa makanan dan kebanyakan terletak pada rasa pedas dan bumbu mie gacoannya yang merasa biasa aja yang membuktikan peniltiian ini pada variabel cita rasa lebih rendah dibandingkan dengan variabel variasi menu.

Penilitian ini malah memiliki perbedaan terhadap penilitian terdahulu seperti halnya yang dimekukakan oleh Caesar (Caesar et al. 2025) dan Sukma Handayani (Handayani and Ula Ananta Fauzi 2023) yang cenderung berpengaruh pada variabel Cita Rasa sedangkan pada Variabel variasi menu malah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang dan loyalitas Pelanggan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa variasi menu lebih berperan dalam membentuk kepuasan konsumen dibandingkan dalam membentuk loyalitas pelanggan maupun minat beli ulang. Konsumen

dapat merasa puas karena tersedianya beragam pilihan *menu*, namun kepuasan tersebut belum tentu mendorong mereka untuk menjadi pelanggan yang loyal atau melakukan pembelian ulang secara konsisten.

4. Koefisien Diterminasi

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R Square), diperoleh nilai sebesar 0,337 atau 33,7%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Variasi Menu (X1) dan Cita Rasa (X2) secara simultan mampu menjelaskan atau memengaruhi Kepuasan Konsumen (Y) di Mie Gacoan Banjarbaru sebesar 33,7%. Dengan kata lain, tingkat kepuasan konsumen yang diteliti dalam penelitian ini dipengaruhi oleh keberagaman menu yang tersedia serta cita rasa produk yang ditawarkan oleh Mie Gacoan.

Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi tersebut juga menunjukkan bahwa masih terdapat sebesar 66,3% variasi Kepuasan Konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti. Faktor-faktor tersebut dapat berupa harga, kualitas pelayanan, suasana restoran, fasilitas, lokasi, maupun faktor lainnya yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen, kebersihan lingkungan restoran, promosi, maupun faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.