



**PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MIE GACOAN (PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS QUALITY)**

***THE EFFECT OF SELF SERVICE TECHNOLOGY AND SERVICE QUALITY
ON CUSTOMER LOYALTY OF MIE GACOAN (ON STUDENTS OF
MANAGEMENT STUDY PROGRAM OF
QUALITY UNIVERSITY)***

Sheilla Rahma Kuswara

Universitas Quality, Jl. Ngumban Surbakti No.18, Sempakata, Kec. Medan Selayang, Kota
Medan, Sumatera Utara 20132, Indonesia
082174367332, rahmasheila31@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *self service technology* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mie gacoan pada mahasiswa program studi manajemen universitas quality. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 67 responden yang merupakan mahasiswa program studi manajemen universitas quality. Berdasarkan hasil penelitian (Uji-t) *self service technology* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $T_{hitung} = 8.400 > T_{tabel} = 1.997$ dan mempunyai angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, disiplin kualitas pelayanan (X_2) dengan nilai $T_{hitung} = 6.736 > T_{tabel} 1.997$ dan mempunyai angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan *self service technology* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), dengan nilai uji-f nilai F_{hitung} sebesar $40.237 > F_{tabel}$ sebesar 3.14 dan nilai probability sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *self service technology* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Kata Kunci : *Self Service Technology*, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of self service technology and service quality on gacoan noodle customer loyalty among quality university management



study program students. The method used is quantitative research with multiple linear regression analysis techniques. Data was collected by distributing questionnaires to 67 respondents who were students of the quality university management study program. Based on the research results (t-test), self-service technology (X_1) has a significant effect on customer loyalty with a value of $T_{count} = 8,400 > T_{table} = 1,997$ and has a significance figure of $0.000 < 0.05$, service quality discipline (X_2) with a value of $T_{count} = 6,736 > T_{table} 1,997$ and has a significance figure of $0.000 < 0.05$. Simultaneously self service technology (X_1) and service quality (X_2) have a positive and significant effect on customer loyalty (Y), with an f -test value of F_{count} of $40,237 > F_{table}$ of 3.14 and a probability value of $0.000 < 0.05$. The results of this research show that self service technology (X_1) and service quality (X_2) have a positive and significant effect on customer loyalty (Y).

Keywords: *Self Service Technology, Service Quality and Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Restoran Gacoan telah menjadi salah satu pemain kunci dalam industri kuliner di Medan. Dengan konsep makanan yang sederhana namun memikat, restoran ini berhasil menarik perhatian pasar, terutama di kalangan mahasiswa. Harga yang terjangkau menjadi keunggulan Gacoan, memungkinkan mereka menjangkau pelanggan dengan basis mahasiswa sebagai target utama.

Berbagai aspek dalam pelayanan, seperti kecepatan, ketepatan, dan sikap staf, memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi para pelanggan. Kualitas pelayanan yang unggul tidak hanya terfokus pada produk yang disajikan, tetapi juga pada cara pelanggan dilayani. Pelayanan yang memuaskan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sekaligus membangun kepercayaan yang langgeng. Ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang mereka terima, mereka cenderung kembali dan merekomendasikan restoran ini kepada orang lain.

Salah satu inovasi dalam layanan yang berkembang saat ini adalah Self Service Technology (SST), yang dirancang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di industri kuliner. Salah satu penerapannya dapat dilihat di restoran Mie Gacoan, yang memanfaatkan sistem 'Wireless Calling System'. Teknologi ini memungkinkan pelanggan untuk mengambil pesanan makanan mereka dengan lebih mudah setelah siap, hanya dengan menunggu alat panggilan portable berbunyi dari meja masing-masing.



SST di Mie Gacoan memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi dan bertransaksi secara mandiri, seperti mengambil pesanan dan memesan makanan tanpa memerlukan bantuan staf. Di era digital yang terus berkembang ini, di mana ekspektasi pelanggan semakin tinggi, penerapan SST menjadi hal yang penting bagi para pelaku usaha. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka dengan memberikan kemudahan dalam pengambilan pesanan dan pemesanan makanan yang lebih cepat dan efisien.

Dalam konteks ini, loyalitas pelanggan memegang peranan yang sangat vital. Pelanggan yang setia tidak hanya akan kembali untuk membeli produk, tetapi mereka juga berpotensi merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, pelaku usaha kuliner perlu mengembangkan strategi menarik, terutama dalam hal pelayanan, untuk menarik perhatian pelanggan. Tujuan utama dari setiap bisnis adalah untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam industri kuliner yang sangat kompetitif, pengalaman pelayanan yang memuaskan dapat memberikan kesan positif bagi pelanggan, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas mereka. Dengan demikian, sangat penting bagi para pelaku bisnis untuk memahami berbagai indikator yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan.

Meskipun Mie Gacoan telah menerapkan Sistem Self-Ordering (SST), masih terdapat beberapa keluhan dari pelanggan, antara lain terkait kecepatan pelayanan yang kurang optimal, pesanan yang tidak sesuai, antrian yang panjang, serta sikap staf yang kurang ramah. Hal-hal ini menunjukkan adanya peluang untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dengan pengelolaan SST yang lebih baik dan peningkatan kualitas layanan.

Berdasarkan penjelasan di atas, sangat penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna memahami pengaruh Teknologi Layanan Mandiri (Self Service Technology) dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Mie Gacoan, terutama di kalangan mahasiswa Manajemen Universitas Quality. Penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana SST dan kualitas pelayanan berdampak pada loyalitas pelanggan di Mie Gacoan, dengan penekanan pada pengalaman para mahasiswa yang sering mengunjungi restoran tersebut.



BAHAN DAN METODE

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara teknologi layanan mandiri, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan. Dalam skripsi ini, metode penelitian yang digunakan berlandaskan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik. Data yang dikumpulkan berupa angka, dan selanjutnya dianalisis menggunakan metode statistik untuk menarik kesimpulan.

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah mahasiswa program studi manajemen di Universitas Quality, dengan total populasi sebanyak 148 orang. Untuk pengambilan sampel, metode yang digunakan adalah purposive sampling, sehingga jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 67 orang.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi dan kuesioner. Sedangkan analisis data mencakup beberapa tahap, antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Untuk menguji hipotesis, digunakan Uji t dan Uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Persyaratan Instrumen

A. Uji Validitas

Tabel Hasil Uji Validitas Self Service Technology (X1)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,810	0,240	VALID
2	0,672	0,240	VALID
3	0,765	0,240	VALID
4	0,810	0,240	VALID
5	0,794	0,240	VALID
6	0,781	0,240	VALID
7	0,759	0,240	VALID
8	0,756	0,240	VALID
9	0,672	0,240	VALID

Sumber : Hasil olah data penelitian tahun 2025



Berdasarkan hasil uji validitas terhadap item-item pernyataan variabel teknologi layanan mandiri (X_1), diketahui bahwa semua pernyataan tersebut valid, di mana nilai rhitung lebih besar daripada nilai rtabel (0,240). Nilai rhitung tertinggi tercatat sebesar 0,810, sedangkan yang terendah adalah 0,672. Dengan demikian, penelitian ini dapat melanjutkan ke tahap uji reliabilitas instrumen.

Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,718	0,240	VALID
2	0,574	0,240	VALID
3	0,638	0,240	VALID
4	0,738	0,240	VALID
5	0,824	0,240	VALID
6	0,833	0,240	VALID
7	0,761	0,240	VALID
8	0,779	0,240	VALID
9	0,831	0,240	VALID

Sumber : Hasil olah data penelitian tahun 2025

Berdasarkan hasil analisis tabel uji validitas untuk item-item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X_2), diperoleh bahwa seluruh pernyataan tersebut terbukti valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rhitung yang lebih besar daripada nilai rtabel (0,240). Nilai rhitung tertinggi adalah 0,833, sedangkan nilai terendahnya adalah 0,574. Dengan demikian, penelitian dapat melanjutkan ke tahap uji reliabilitas instrumen yang digunakan.

Tabel Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,802	0,240	VALID
2	0,807	0,240	VALID
3	0,790	0,240	VALID
4	0,841	0,240	VALID
5	0,892	0,240	VALID
6	0,894	0,240	VALID
7	0,834	0,240	VALID
8	0,853	0,240	VALID
9	0,679	0,240	VALID

Sumber : Hasil olah data penelitian tahun 2025

Berdasarkan hasil tabel uji validitas untuk item-item pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan (Y), dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan tersebut valid, karena nilai rhitung



lebih besar dari nilai rtabel yang sebesar 0,240. Dari hasil pengujian, nilai r hitung tertinggi mencapai 0,894, sementara nilai terendah adalah 0,679. Dengan demikian, langkah selanjutnya adalah melanjutkan dengan uji reliabilitas instrumen penelitian.

B. Uji Reabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 22 diperoleh hasil pengujian reliabilitas kuesioner dengan menggunakan Cronbach Alpha. Tujuan dari uji reliabilitas tersebut untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan dapat dipercaya atau tidak. Hasil uji dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Self Service Technology (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.906	9

Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025

Berdasarkan hasil tabel uji reliabilitas pada tabel diatas, nilai koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,906, sehingga nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel Self Service Technology (X1) reliabel.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.896	9

Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025

Berdasarkan hasil tabel uji reliabilitas pada tabel diatas, nilai koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,896, sehingga nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel Kualitas Pelayanan (X2) reliabel.



Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)



Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.939	9

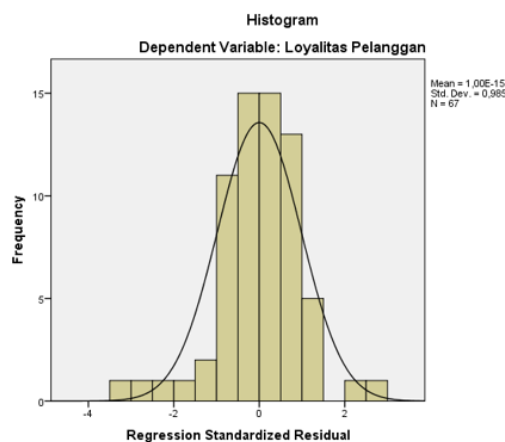
Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025

Berdasarkan hasil tabel uji reliabilitas pada tabel diatas, nilai koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,939, sehingga nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel Loyalitas Pelanggan (Y) reliabel.

2. Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

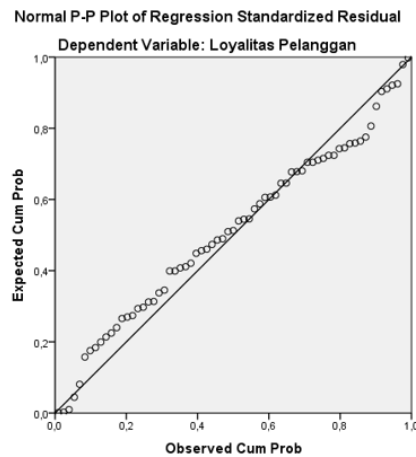
A. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Sebuah model regresi yang baik seharusnya memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Hasil uji dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar Uji Grafik Histogram

Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025



Gambar Normal Probability Plot

Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025

Berdasarkan tampilan output grafik yang ditunjukkan pada gambar, terlihat adanya histogram dan grafik plot. Grafik histogram memperlihatkan pola distribusi normal dengan karakteristik berbentuk lonceng yang simetris, tanpa adanya penyimpangan ke kanan atau ke kiri. Selanjutnya, pada gambar P-Plot, titik-titik data tampak mengikuti dan mendekati garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.



Tabel Uji Reabilitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,89137712
Most Extreme Differences	Absolute	,102
	Positive	,102
	Negative	-,084
Test Statistic		,102
Asymp. Sig. (2-tailed)		,081 ^c

a. Test distribution is Normal.

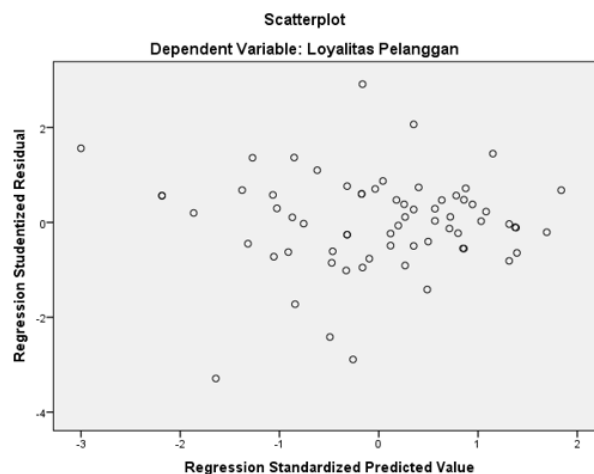
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel tingkat signifikan sebesar $0,081 > 0,05$. Dapat dikatakan variabel-variabel tersebut normal.

B. Uji Heteroskedastisitas



Gambar Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data SPSS 22 Tahun 2025

Berdasarkan gambar yang diperoleh, kita dapat mengidentifikasi apakah penelitian ini mengalami heteroskedastisitas atau tidak. Hal ini terlihat dari pola yang dibentuk oleh titik-titik data. Dari hasil output scatterplot SPSS, tampak bahwa titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.



C. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,450	4,082		-,355	,724		
	Self Service Technology	,637	,139	,535	4,592	,000	,511	1,958
	Kualitas Pelayanan	,338	,147	,267	2,296	,025	,511	1,958

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai VIF Variabel Self Service Technology (X1) dan Variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah $1,958 < 10\%$ dan nilai Tolerance $0,511 > 0,1$, maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,746 ^a	,557	,543	3,952

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Self Service Technology

Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025

Berdasarkan tabel, diperoleh nilai koefisien korelasi R sebesar 0,746, yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara teknologi layanan mandiri (self service technology) dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, nilai R Square (R^2) sebesar 0,557 (55,7%) mengindikasikan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh teknologi layanan mandiri dan kualitas pelayanan. Sementara itu, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini.



4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,450	4,082		-,355	,724
	Self Service Technology	,637	,139	,535	4,592	,000
	Kualitas Pelayanan	,338	,147	,267	2,296	,025

a. Dependent Variable: Loyaitas Pelanggan

Sumber: Sumber : Hasil olah data SPSS 22 tahun 2025

Berdasarkan hasil linier berganda diatas maka didapat model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$= -1,450 + 0,637 X_1 + 0,338 X_2$$

Ket : Y = Keputusan Pembelian
 a = Konstanta
 b = Koefisien

Berdasarkan hasil persamaan linier dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) sebesar -1,450 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Keputusan Pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya, yaitu variabel Self Service Technology (X_1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X_2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Loyaitas Pelanggan (Y) tidak mengalami perubahan.
2. Koefisien regresi Self Service Technology (X_1) sebesar 0,637, menyatakan bahwa variabel Self Service Technology (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Loyaitas Pelanggan (Y), yang artinya setiap peningkatan satu satuan variabel Self Service Technology (X_1), maka akan meningkatkan Loyaitas Pelanggan (Y) sebesar 0,637 (63,7%) satuan.
3. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,338, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Loyaitas



Pelanggan (Y), yang artinya setiap peningkatan satu satuan variabel Kualitas Pelayanan (X₂), maka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,338 (33,8%) satuan.

5. Hasil Uji Hipotesis

A. Uji Signifikan Persial (Uji-t)

Variabel	T _{hitung}	T _{tabel}	Sign	Alpha	Kondisi	Keterangan
Self Service Technology (X ₁)	8.400	1.997	0.000	0.05	T _{hitung} > T _{tabel} Atau Sig < Alpha	Berpengaruh positif dan signifikan.
Kualitas Pelayanan (X ₂)	6.736	1.997	0.000	0.05	T _{hitung} > T _{tabel} Atau Sig < Alpha	Berpengaruh positif dan signifikan.

Sumber : Hasil olah data tahun 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel , maka dapat dijelaskan bahwa setiap variabel independent memiliki nilai signifikan dibawah 0,05 dan nilai Thitung lebih besar dari Ttabel, maka setiap variabel independent secara persial memiliki pengaruh dan signifikan. Adapun nilai T_{tabel} yang diperoleh dari rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= t(a / 2 ; n - k - 1) \\
 &= t(0,05 / 2 ; 67 - 2 - 1) \\
 &= t(0,025 ; 64) \\
 &= 1,997
 \end{aligned}$$

Ket : n = Jumlah sampel
 k = Jumlah Variabel
 $\alpha = 0,05$

1. Pengaruh *Self Service Technology* (X₁) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Self Service Technology* (X₁) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Loyalitas Pelanggan



(Y). Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa T_{hitung} sebesar 8,400 > T_{tabel} sebesar 1,997 dan angka signifikan sebesar 0,000 < Alpha sebesar 0,05. H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *Self Service Technology* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan (X_2) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa T_{hitung} sebesar 6,736 > T_{tabel} sebesar 1,997 dan angka signifikan sebesar 0,000 < Alpha sebesar 0,05. H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

B. Uji Signifikan Silmutan (Uji-f)

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Sign	Alpha	Kondisi	Keterangan
Self Service Technology (X_1) Kualitas Pelayanan (X_2)	40.237	3.14	0.000	0.05	F _{hitung} > F _{tabel} Atau Sig < Alpha	Berpengaruh positif dan signifikan.

Sumber : Hasil olah data tahun 2025

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat bahwa kriteria uji-f dilakukan tingkat $\alpha = 0,05$. Adapun nilai F_{tabel} yang diperoleh dari rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= k ; n - k \\
 &= 2 ; 67 - 2 \\
 &= 3,14
 \end{aligned}$$

ket : n = Jumlah sampel
 k = Jumlah Variabel
 $\alpha = 0,05$

Maka diperoleh F_{tabel} sebesar 3,14 dan F_{hitung} sebesar 40,237. Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 40,237 > F_{tabel} sebesar 3,14 dan angka Signifikansi 0,000 < Alpha sebesar 0,05 yang menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan



bahwa secara simultan ada pengaruh signifikansi *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya mengenai Pengaruh Self-Service Technology (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan Mie Gacoan (Studi Kasus: Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality) dengan jumlah sampel sebanyak 67 orang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Self-Service Technology (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Mie Gacoans (Studi Kasus: Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan teknologi layanan mandiri, semakin tinggi loyalitas pelanggan di Mie Gacoan.
2. Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Mie Gacoan (Studi Kasus: Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality). Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan di Mie Gacoan.
3. Self-Service Technology (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Mie Gacoan (Studi Kasus: Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality). Dengan demikian, semakin baik penerapan teknologi layanan mandiri dan kualitas pelayanan, semakin tinggi loyalitas pelanggan Mie Gacoan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sembiring, I. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang).
- Fajri, A., Kurniawan, A., Rizky, M., Barokah, S., Saputra, T., Sutabri, T., & Bina Darma, U. (2023). IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary Penerapan Teknologi Self Service pada Bidang Bisnis Restoran. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(5), 1755–1761. <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>

Prosiding Seminar Nasional

Pendidikan, Saintek, Sosial dan Hukum (PSSH)

E-ISSN : 2830-361X, Volume 4, Maret 2025

Homepage : <https://jurnal.semnapssh.com/index.php/pssh>



Ardila, Y. (2015). Hubungan Kualitas Layanan Service Sepeda Motor Dengan Loyalitas Pelanggan Di Bengkel Resmi Honda Ahass.