

ABSTRAK

Mie Gacoan merupakan salah satu merek dagang dari mie pedas yang ada di Indonesia. Mie Gacoan sendiri adalah anak perusahaan dari PT. Pesta Pora Abadi yang bergerak dalam bidang *food and beverage*. Perkembangannya yang pesat menjadikan Mie Gacoan kini memiliki cabang hampir diseluruh Indonesia, bahkan kini Mie Gacoan mampu mengklaim dirinya sebagai market leader di jajaran mie pedas yang berada di Indonesia.

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Responden yang digunakan terdiri dari pelanggan yang mengkonsumsi Mie Gacoan, dengan jumlah responden sebanyak 385 menggunakan metode sampling. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini yaitu variabel strategi pemasaran, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Karawang. Pada variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan strategi pemasaran berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Karawang dengan koefisien determinasi sebesar 73,3%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Strategi Pemasaran, Kepuasan Pelanggan