

ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner yang ada di Kota Surabaya tumbuh dengan cepat dalam beberapa waktu kebelakang. Salah satu pelaku industri kuliner terbaru di Kota Surabaya adalah Bakmie Sapi Fengkolan. Usaha yang baru dibuka pada Februari 2024 tersebut langsung meraih ketenaran di kalangan masyarakat Kota Surabaya melalui konten yang dipublikasikan melalui media sosial Tiktok dan Instagram. Namun, dibalik ketenaran tersebut terdapat beberapa permasalahan terkait dari kualitas layanan yang dikeluhkan oleh para pelanggan. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, pemahaman yang mendalam mengenai preferensi konsumen menjadi faktor krusial bagi pengelola bisnis kuliner untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen tentang kualitas layanan yang ada pada kedai bakmie, preferensi pembelian konsumen berdasarkan kualitas layanan pada kedai bakmie, dan solusi yang cocok untuk diimplementasikan terhadap kualitas layanan yang ada pada Bakmie Sapi Fengkolan berdasarkan dari persepsi konsumen yang disampaikan oleh para pelanggan kedai bakmie. Fenomena dalam penelitian ini dieksplorasi dengan jenis penelitian kualitatif menggunakan metode *text mining* yang meliputi tiga metode yakni *sentiment analysis* yang digunakan untuk menentukan jenis persepsi konsumen berdasarkan 3 kategori yaitu positif, negatif, dan netral, *multiclass classification* yang digunakan untuk menentukan kelas dari masing-masing komentar yang sudah dianalisis menggunakan *sentiment analysis*, dan *topic modelling* yang digunakan untuk mengetahui topik apa yang paling banyak dibahas pada setiap persepsi yang sudah diklasifikasikan berdasarkan kelasnya menggunakan *multiclass classification*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi konsumen terhadap kualitas layanan kedai bakmie cenderung seimbang antara sentimen positif, negatif, dan netral, namun ulasan negatif lebih dominan, terutama terkait kehalalan produk, informasi operasional, lokasi, dan harga. Sentimen positif muncul dari apresiasi terhadap rasa bakmie yang enak, pelayanan ramah, dan pengalaman makan yang memuaskan. Preferensi pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan, dengan rekomendasi pelanggan memperkuat daya tarik kedai. Untuk meningkatkan kualitas layanan, solusi yang dapat diterapkan termasuk memastikan sertifikasi halal, menjaga konsistensi cita rasa, memperjelas informasi jam operasional, menawarkan promo menarik, serta memperkuat pemasaran melalui testimoni pelanggan dan program loyalitas.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Konsumen, Preferensi Pembelian, Text Mining