

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS MAKANAN, PADA KEPUASAN KONSUMEN K-SUSHI

Anita Carolina

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi,
Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121–131, Surabaya 60236

E-mail: anitac0863@gmail.com

Abstrak – Penelitian ini dilakukan agar, dapat melihat bagaimana pengaruh kualitas layanan, kualitas makanan, pada kepuasan konsumen K-Sushi. Pengumpulan dilakukan dengan cara menyebarkan angket bagi para responden yang merupakan konsumen restoran, penelitian ini mengambil jumlah sampel sebanyak 92 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan adanya teknik analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh signifikan positif kualitas layanan, kualitas makanan, pada kepuasan konsumen K-Sushi.

Kata Kunci – Kualitas layanan, kualitas makanan, kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Perusahaan riset pada bidang pengetahuan dan wawasan konsumen yaitu Kantar Worldpanel telah melakukan survei mengenai perilaku masyarakat perkotaan di Indonesia. Hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat perkotaan di Indonesia khususnya di Surabaya lebih banyak menghabiskan waktu beraktifitas di luar rumah sehingga untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman banyak yang lebih memilih mengunjungi restoran atau rumah makan. Tren atau kecenderungan yang terus meningkat dari kebiasaan mengonsumsi makanan dan minuman di luar rumah tersebut direspon secara positif oleh pelaku berbisnis di bidang kuliner dengan mendirikan restoran atau rumah makan. Kondisi tersebut dibenarkan oleh Sumartono (Kepala Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan kota Surabaya) yang menyatakan bahwa jumlah restoran di kota Surabaya setiap tahun terus mengalami peningkatan. Rata-rata peningkatan jumlah restoran di Surabaya bisa mencapai 200 restoran baru setiap tahun (Surya & Rohman, 2017).

Restoran yang terus bertambah jumlahnya di kota Surabaya memberikan keuntungan bagi masyarakat Surabaya karena semakin mudah untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman di luar rumah. Masyarakat semakin leluasa dalam memilih restoran yang diinginkan. Masyarakat semakin mudah untuk mengalihkan pembelian ke restoran lain yang dinilai memberikan keuntungan lebih tinggi. Pertambahan jumlah restoran yang terus terjadi dinilai kurang menguntungkan bagi pemilik restoran karena tingkat persaingan akan semakin ketat. Pemilik restoran mulai memikirkan upaya untuk menjaga agar konsumen tidak beralih ke pesaing dan cara yang dilakukan dengan mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hamari, Hanner dan Koivisto (2017) dan Tit (2015) membuktikan bahwa kepuasan konsumen merupakan cara untuk mengantisipasi beralihnya konsumen ke pesaing restoran.

Hasil penelitian Tit (2015) tersebut menguatkan anggapan bahwa kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan restoran untuk mempertahankan konsumen. Besar-

nya pengaruh kepuasan terhadap kesetiaan konsumen (tidak beralih ke pesaing) pada restoran pernah diteliti oleh Samuel dan Foedjiawati (2005) pada restoran *The Prime Steak & Ribs* di Surabaya, hasilnya menunjukkan bahwa 52,03% kesetiaan konsumen dipengaruhi oleh kepuasan. Besarnya pengaruh kepuasan terhadap kesetiaan konsumen tersebut menyebabkan pemilik restoran perlu memikirkan upaya untuk bisa mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian tersebut juga mendapatkan temuan bahwa variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen restoran adalah kualitas layanan dan kualitas makanan. Kepuasan konsumen bisa dipertahankan dan ditingkatkan ketika manajemen restoran mampu dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan dan kualitas makanan yang disajikan kepada konsumen.

Menurut Tit (2015) kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen karena layanan yang berkualitas semakin memanjakan konsumen. Temuan penelitian yang sama mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung restoran juga ditemukan pada seorang peneliti yang bernama Almohaimmeed (2017) dengan obyek penelitiannya restoran di Saudi Arabia, bahwa kualitas layanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung restoran. Penelitian yang dilakukan Tuver dan Guzel (2017) maupun Tan, Oriade dan Fallon (2014) juga dengan temuan sama bahwa kualitas layanan menentukan terhadap tingkat kepuasan pengunjung restoran. Layanan yang berkualitas memberikan keuntungan yang lebih tinggi kepada konsumen karena konsumen merasa semakin nyaman ketika mengunjungi sebuah restoran. Layanan yang berkualitas juga menunjukkan kepedulian manajemen restoran terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, dan pada umumnya konsumen akan merasa puas ketika manajemen restoran memberi perhatian yang tinggi terhadap konsumen.

Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas makanan (Tit, 2015). Restoran merupakan jenis usaha dengan produk makanan dan minuman siap saji untuk konsumen sehingga menu makanan yang berkualitas menjadi pertimbangan konsumen ketika memutuskan untuk mengunjungi restoran. Penelitian oleh Kannan (2017); Almohaimmeed (2017); Tuver dan Guzel (2017); Tan *et al.* (2014) juga menguji pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pengunjung restoran, dan hasil penelitian ini berhasil membuktikan bahwa kualitas makanan menentukan terhadap kepuasan pengunjung restoran. Makanan yang berkualitas ditunjukkan dari cita rasa yang sesuai atau melebihi harapan konsumen, dan makanan tersebut memiliki pengaruh yang positif ketika dikonsumsi karena memenuhi nutrisi yang dibutuhkan tubuh ketika dikonsumsi. Makanan yang berkualitas ditentukan oleh berbagai faktor, antara lain: kualitas bahan makanan, ketepatan pemrosesan, maupun ketepatan cara penyajian. Cita rasa makanan yang khas juga ditentukan oleh resep-resep dan komposisi bahan yang digunakan. Kemampuan restoran menyajikan makanan

yang berkualitas ikut menentukan tingkat kepuasan konsumen.

Tujuan Penelitian

Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas makanan pada kepuasan konsumen di restoran K-Sushi.

Hubungan antar Konsep dan Hipotesis Penelitian

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen dinyatakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) dalam Tan *et al.* (2014), “Service quality has been seen as critical for the success of organisations because of it’s close link with customer satisfaction”. Pendapat ini dapat menjelaskan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, artinya ketika layanan berkualitas menyebabkan konsumen merasa puas dan ketika layanan tidak berkualitas menyebabkan konsumen merasa tidak puas. Layanan yang berkualitas menyebabkan konsumen merasa puas karena dengan layanan yang berkualitas berarti mampu memenuhi harapan konsumen. Melalui adanya hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen, hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

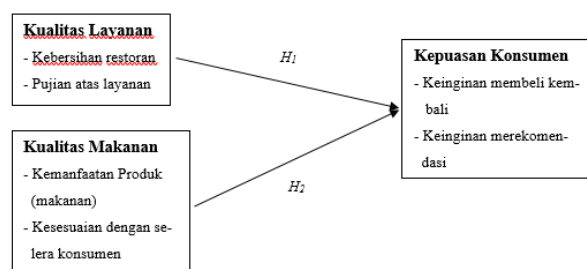
H₁: Kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan dinyatakan oleh Tit (2015, p. 135); Kannan (2017); Almohaimmeed (2017); Tuver dan Guzel (2017); Tan *et al.* (2014) bahwa restoran merupakan jenis usaha dengan produk makanan dan minuman siap saji untuk konsumen sehingga menu makanan yang berkualitas menjadi pertimbangan konsumen ketika memutuskan untuk mengunjungi restoran. Makanan berkualitas ditunjukkan dari cita rasa yang sesuai atau melebihi harapan konsumen, dan makanan tersebut memiliki pengaruh yang positif ketika dikonsumsi karena memenuhi nutrisi yang dibutuhkan tubuh ketika dikonsumsi. Makanan yang berkualitas ditentukan oleh berbagai faktor, antara lain: kualitas bahan makanan, ketepatan pemrosesan, maupun ketepatan cara penyajian. Cita rasa makanan yang khas juga ditentukan oleh resep dan komposisi bahan yang digunakan. Kemampuan restoran menyajikan makanan yang berkualitas ikut menentukan tingkat kepuasan konsumen. Melalui adanya hubungan antara kualitas makanan dan kepuasan konsumen, hipotesis penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₂: Kualitas makanan berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Kerangka Penelitian



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Sumber: Cronin dan Taylor (1992); Ryu dan Han (2010); Tjiptono (2011, p. 101); Irawan (2012, p. 37).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan desain kausal. Penelitian kausal adalah penelitian yang menjelaskan hubungan sebab akibat, dalam penelitian ini variabel yang berposisi sebagai penyebab (*independent variable*) adalah kualitas layanan dan kualitas makanan, dan variabel yang posisinya sebagai akibat (*dependent variable*) adalah kepuasan konsumen.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan orang atau unit analisis yang memiliki karakteristik sama untuk diteliti. Populasi penelitian ini adalah dari seluruh konsumen yang pernah mengunjungi di restoran K-Sushi.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 responden (Slovin dalam Riduwan, 2006, p. 65) dengan kriteria masyarakat Surabaya yang pernah mengunjungi di restoran K-Sushi yang berusia minimal 17 tahun.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori *non-probability sampling*, dimana pemilihan unit *sampling* didasarkan pada pertimbangan atau penilaian yang subjektif dan tidak pada penggunaan teori probabilitas. Metode *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling (judgmental sampling)*, yang memilih sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui (Santoso & Tjiptono, 2001, p. 42). Metode ini digunakan agar, informasi yang diberikan lebih valid melalui data yang diambil dari para pengunjung yang pernah mengalami dan merasakan layanan, serta mengonsumsi makanan di resto K-Sushi.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dengan menggunakan angket yang dibagikan kepada responden. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sebagai metode pengumpulan data, angket digunakan dengan alasan untuk mempermudah, mengambil, juga mengkonfirmasi tanggapan konsumen dengan pernyataan yang jelas dan detail dengan pertanyaan mengenai identitas responden dan pernyataan untuk menggali pendapat konsumen mengenai variabel penelitian yang meliputi kualitas layanan (KL), kualitas makanan (KM), kepuasan konsumen (KK).

Pengukuran Variabel

Pertanyaan untuk data identitas responden dengan menggunakan skala nominal, yaitu responden diminta memilih salah satu dari pilihan jawaban tersedia sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Pertanyaan untuk variabel kualitas layanan, kualitas makanan, dan kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan skala ordinal (skala peringkat), dan dipilih lima skala likert dengan alternatif jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju (Gravetter dan Forzano, 2012, p. 594).

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas,

dan uji asumsi klasik. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu statistik yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus regresi linier berganda dijelaskan oleh James, Witten, Hastie, dan Tibshirani (2013, p. 71) sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \tag{1}$$

Dengan Y merupakan kepuasan konsumen, β_0 merupakan konstanta, β_1 merupakan nilai koefisien variabel kualitas layanan, β_2 adalah nilai koefisien variabel kualitas makanan, X_1 adalah variabel kualitas layanan, X_2 adalah variabel kualitas makanan, dan e merupakan *error*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum K-Sushi

K-Sushi merupakan salah satu restoran yang menawarkan masakan ala Jepang di Surabaya sesuai dengan nama restorannya menu makanan menu utama makanan yang disajikan adalah Sushi. Sebagian besar merupakan menu makanan favorit dengan berbagai macam varian isi mulai dari sayur-sayuran, daging, ayam, dan lain-lain yang dibalut nasi dan nori (rumput laut). Namun, tidak hanya sushi yang ditawarkan pula menu lain seperti takoyaki, salmon, ramen, hingga salad pun ada yang tentunya bernuansa Jepang pula. K-Sushi yang berlokasi di perumahan Pakuwon city Ruko San Antonio N1-116, Surabaya timur. Telah berdiri sejak tahun 2016, restoran ini beroperasi setiap hari mulai dari jam 10.00–22.00 WIB. Variasi menu dengan rasa nikmat dan harga yang terjangkau kisaran mulai dari Rp 20,000,00–Rp 40,000,00 ditawarkan demi meningkatkan ketertarikan konsumen untuk kembali ke K-Sushi.

Analisis Deskripsi Responden

Karakteristik Responden

Penelitian ini para responden merupakan 92 konsumen restoran K-Sushi, yang diklasifikasikan menjadi beberapa karakteristik menurut jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan frekuensi kunjungan. Melihat secara jelas uraian dari masing-masing karakteristik responden tiap-tiap retail maka dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

Tabel 1

Karakteristik Responden

Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah	Persentase (%)
Jenis	Laki-Laki	53	58%
	Kelamin Perempuan	39	42%
Usia	18–23 th	11	12%
	24–29 th	21	23%
	30–35 th	37	40%
	> 35 th	23	25%
Pendidikan	SLTP	1	1%
	SLTA	3	3%
	Diploma	15	16%
	Sarjana	57	62%
	Pasca Sarjana	14	15%
	Lain-Lain	2	2%
Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	14	15%
	Pegawai Swasta	37	40%
	PNS	12	13%
	Wiraswasta	21	23%
	Ibu Rumah Tangga	8	9%
	Lain-Lain	0	0%

Frekuensi	1 kali	38	41%
	2 kali	29	32%
	3 kali	21	23%
	≥ 4 kali	4	4%

Tabel 1 dapat dijelaskan identitas Jenis Kelamin responden yang dominan, adalah laki-laki dengan jumlah 53 orang (58%). Menurut usia, responden didominasi responden dengan usia 30 tahun sampai dengan 35 tahun dengan jumlah 37 orang (40%). Pendidikan, responden dengan pendidikan sarjana dengan jumlah 57 orang atau 62% merupakan yang dominan. Adapun menurut pekerjaan, responden yang dominan adalah responden dengan pekerjaan pegawai swasta dengan jumlah 37 orang (40%). Menurut frekuensi kunjungan, responden yang dominan adalah responden dengan frekuensi kunjungan satu kali dengan jumlah 38 orang (41%).

Statistik Deskriptif

Deskripsi Mean Variabel Kualitas Layanan (X₁)

Tabel 2

Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X₁)

Item	Indikator	Mean	Penilaian	Std Deviasi
X _{1,1}	Tempat parkir Restoran K-Sushi bersih	4,38	Sangat Tinggi	0,78
X _{1,2}	Tempat parkir Restoran K-Sushi luas	4,30	Sangat Tinggi	0,77
X _{1,3}	Ruang dalam Restoran K-Sushi bersih	4,26	Sangat Tinggi	0,81
X _{1,4}	Ruang dalam Restoran K-Sushi nyaman	4,12	Tinggi	0,85
X _{1,5}	Meja bagi pengunjung K-Sushi bersih	4,18	Tinggi	0,71
X _{1,6}	Tempat duduk bagi pengunjung K-Sushi bersih	4,35	Sangat Tinggi	0,70
X _{1,7}	Meja bagi pengunjung K-Sushi lengkap	4,36	Sangat Tinggi	0,72
X _{1,8}	Tempat duduk bagi pengunjung K-Sushi lengkap	4,05	Tinggi	0,89
X _{1,9}	Meja bagi pengunjung K-Sushi nyaman	4,03	Tinggi	0,87
X _{1,10}	Tempat duduk bagi pengunjung K-Sushi nyaman	4,30	Sangat Tinggi	0,68
X _{1,11}	Piring yang disediakan bersih	4,17	Tinggi	0,81
X _{1,12}	Gelas yang disediakan bersih	4,13	Tinggi	0,83
X _{1,13}	Sendok yang disediakan bersih	4,23	Sangat Tinggi	0,74
X _{1,14}	Garpu yang disediakan bersih	4,33	Sangat Tinggi	0,77
X _{1,15}	Sumpit yang disediakan bersih	4,23	Sangat Tinggi	0,74
X _{1,16}	Seragam karyawan Restoran K-Sushi bersih	4,22	Sangat Tinggi	0,77
X _{1,17}	Toilet lantai satu Restoran K-Sushi bersih	4,34	Sangat Tinggi	0,80
X _{1,18}	Toilet lantai satu Restoran K-Sushi nyaman	4,13	Tinggi	0,84
X _{1,19}	Toilet lantai dua Restoran K-Sushi bersih	4,52	Sangat Tinggi	0,73
X _{1,20}	Toilet lantai dua Restoran K-Sushi nyaman	4,34	Sangat Tinggi	0,80

$X_{1,21}$	Karyawan restoran K-Sushi memberikan sambutan yang ramah untuk pengunjung yang datang	4,26	Sangat Tinggi	0,88
$X_{1,22}$	Karyawan restoran K-Sushi dengan sabar mencatat pesanan pengunjung	4,11	Tinggi	0,92
$X_{1,23}$	Karyawan restoran K-Sushi melayani pesa-nan pengunjung dengan cepat	4,20	Tinggi	0,85
$X_{1,24}$	Restoran K-Sushi tidak pernah melakukan kesalahan memenuhi pesanan pengunjung	4,40	Sangat Baik	0,80
$X_{1,25}$	Restoran K-Sushi menangani keluhan pe-ngunjung dengan sampai tuntas	4,45	Sangat Tinggi	0,73
$X_{1,26}$	Karyawan Restoran K-Sushi menghormati pengunjung dengan baik	3,95	Tinggi	0,94
$X_{1,27}$	Karyawan mempersilahkan pengunjung yang akan meninggalkan restoran dengan sopan	4,01	Tinggi	0,92
Mean secara keseluruhan variabel kualitas layanan (X_1)		4,24	Sangat Tinggi	0,58

Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa indikator kualitas layanan yang memiliki indikasi peran paling akhir dalam menentukan kualitas layanan adalah karyawan Restoran K-Sushi menghormati pengunjung dengan baik, yaitu sebesar 3,95. Artinya, konsumen menilai kualitas layanan melalui indikasi terakhir atas penghormatan karyawan Restoran K-Sushi terhadap konsumen. Indikator kualitas layanan yang memiliki indikasi peran paling utama dalam menentukan kualitas layanan adalah toilet lantai dua Restoran K-Sushi bersih, karena memiliki nilai rata-rata paling tinggi, yaitu sebesar 4,52. Artinya, konsumen menilai kualitas layanan melalui indikasi utama pada toilet Restoran K-Sushi yang bersih. Rata-rata secara keseluruhan variabel kualitas layanan menunjukkan nilai sebesar 4,24. Dimana hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan Restoran K-Sushi menurut konsumen masuk dalam kategori sangat baik. Nilai standar deviasi sebesar 0,58 menunjukkan ada variasi perbedaan persepsi di antara konsumen atas kualitas layanan sebesar 13,68%.

Deskripsi Mean Variabel Kualitas Makanan (X_2)

Tabel 3

Deskripsi Variabel Kualitas Makanan (X_2)

Item	Indikator	Mea n	Penilaian	Std Deviasi
$X_{2,1}$	Makanan Restoran K-Sushi tidak membuat perut sakit	4,26	Sangat Tinggi	0,72
$X_{2,2}$	Minuman Restoran K-Sushi memberikan ke-segaran	4,15	Tinggi	0,73
$X_{2,3}$	Makanan yang dihidangkan bersih	4,26	Sangat Tinggi	0,75
$X_{2,4}$	Minuman yang dihidangkan bersih	4,12	Tinggi	0,77
$X_{2,5}$	Tampilan makanan di	4,34	Sangat	0,77

5	restoran K-Sushi menggairahkan		Tinggi	
$X_{2,6}$	Tampilan minuman restoran K-Sushi menggairahkan	4,13	Tinggi	0,79
7	Aroma makanan restoran K-Sushi menggu-gah selera	4,41	Sangat Tinggi	0,71
8	Saya biasa menghabiskan makanan yang saya pesan di restoran K-Sushi	4,34	Sangat Tinggi	0,76
Mean secara keseluruhan variabel kualitas makanan (X_2)		4,25	Sangat Tinggi	0,60

Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa indikator kualitas makanan yang memiliki indikasi peran paling akhir dalam menentukan kualitas makanan adalah minuman yang dihidangkan higienis, yaitu sebesar 4,12. Artinya, konsumen menilai kualitas makanan melalui indikasi terakhir atas kehygienisan minuman yang dihidangkan. Indikator kualitas makanan yang memiliki indikasi peran paling utama dalam menentukan kualitas makanan adalah aroma makanan restoran K-Sushi menggugah selera, karena memiliki nilai rata-rata paling tinggi, yaitu sebesar 4,41. Artinya, konsumen menilai kualitas makanan melalui indikasi utama pada aroma makanan restoran K-Sushi. Rata-rata secara keseluruhan variabel kualitas makanan menunjukkan nilai sebesar 4,25. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas makanan Restoran K-Sushi menurut konsumen masuk dalam kategori sangat baik. Nilai standar deviasi sebesar 0,60 menunjukkan ada variasi perbedaan persepsi di antara konsumen atas kualitas makanan sebesar 14,12%.

Deskripsi Mean Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4

Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item	Indikator	Mea n	Penilaian	Std Deviasi
Y_1	Saya selalu ingin mengulang kunjungan ke restoran K-Sushi	4,32	Sangat Tinggi	0,80
Y_2	Saya selalu ingin mencoba semua menu res-toran K-Sushi	4,25	Sangat Tinggi	0,81

Tabel 4

Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y) (lanjutan)

Item	Indikator	Mea n	Penilaian	Std Deviasi
Y_3	Restoran K-Sushi selalu menjadi pilihan pertama ketika ingin menikmati hidangan di luar rumah	4,14	Tinggi	0,83
Y_4	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk mengunjungi restoran K-Sushi	4,28	Sangat Tinggi	0,77
Y_5	Saya selalu mengajak kerabat mengunjungi restoran K-Sushi ketika ingin menikmati makanan di luar rumah	4,37	Sangat Tinggi	0,71
Y_6	Saya selalu memilih restoran K-Sushi ketika ingin menjamu teman.	3,99	Tinggi	0,87
Y_7	Restoran K-Sushi selalu	4,14	Tinggi	0,83

menjadi pilihan pertama ketika ingin menikmati hidangan di luar rumah			
Mean secara keseluruhan variabel kepuasan konsumen (Y)	4,22	Sangat Tinggi	0,66

Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa indikator kepuasan konsumen yang memiliki indikasi peran paling akhir dalam menentukan kepuasan konsumen adalah selalu memilih restoran K-Sushi ketika ingin menjamu teman atau kenalan, yaitu sebesar 3,99. Artinya, konsumen menilai kepuasannya melalui indikasi terakhir atas pilihan selalu menggunakan Restoran K-Sushi ketika menjamu. Indikator kepuasan konsumen yang memiliki indikasi peran paling utama dalam menentukan kepuasan konsumen adalah selalu mengajak kerabat mengunjungi restoran K-Sushi ketika ingin menikmati makanan di luar rumah, karena memiliki nilai rata-rata paling tinggi, yaitu sebesar 4,37. Artinya, konsumen menilai kepuasannya melalui indikasi utama pada ajakan selalu mengunjungi restoran K-Sushi untuk kerabatnya. Rata-rata secara keseluruhan variabel kepuasan konsumen menunjukkan nilai sebesar 4,22, dimana hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen atas Restoran K-Sushi masuk dalam kategori sangat tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 0,66 menunjukkan ada variasi perbedaan kepuasan di antara konsumen sebesar 15,64%.

Uji Regresi Linear Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda dengan variabel terikat kepuasan konsumen (Y), dan dengan variabel-variabel bebas, yaitu kualitas layanan (X₁) dan kualitas makanan (X₂). **Tabel 5**

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	0,155	0,361	
1 X ₁	0,350	0,094	0,310
X ₂	0,608	0,092	0,551

$$Y = 0,155 + 0,350X_1 + 0,608X_2$$

Hasil persamaan regresi di atas, maka dapat diketahui hal-hal sebagai berikut yaitu konstanta *intercept* sebesar 0,155 merupakan perpotongan garis regresi dengan sumbu Y yang menunjukkan tingkat kepuasan konsumen ketika semua variabel bebas yaitu kualitas layanan dan kualitas makanan sama dengan 0. Variabel kualitas layanan memiliki koefisien regresi positif, berarti jika kualitas layanan semakin baik maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi sebesar nilai koefisien regresinya yaitu sebesar 0,350 dengan anggapan variabel bebas lainnya tetap. Variabel kualitas makanan memiliki koefisien regresi positif, berarti jika kualitas makanan semakin baik maka tingkat kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi sebesar nilai koefisien regresinya yaitu sebesar 0,608 dengan anggapan variabel bebas lainnya tetap.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 6

Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	0,774 ^a	0,598	0,589	0,42169

Besarnya kontribusi variabel-variabel bebas, kualitas layanan dan kualitas makanan terhadap variabel terikat, kepuasan konsumen, ditunjukkan melalui besarnya nilai *R square* (R²) yaitu 0,598. Hal ini berarti 59,8% tingkat kepuasan konsumen ditentukan oleh perubahan seluruh variabel bebas, yaitu kualitas layanan dan kualitas makanan yang dimasukkan dalam model regresi. Sisanya yaitu sebesar 40,2% tingkat kepuasan konsumen masih ditentukan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti, menurut Cohen (2003) nilai koefisien determinasi dengan nilai 0,10–0,30 menunjukkan kondisi pengaruh rendah, nilai antara 0,30–0,50 menunjukkan kondisi pengaruh moderat, dan nilai lebih dari 0,50 menunjukkan kondisi pengaruh kuat. Hasil penelitian menunjukkan nilai 0,598 yang artinya menunjukkan pengaruh yang kuat variabel-variabel kualitas layanan dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel kualitas layanan dan kualitas makanan masing-masing berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Temuan lain hasil analisis juga menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen, karena memiliki nilai *standardized beta* tertinggi, yaitu sebesar 0,551.

Variabel kualitas layanan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan semakin baik maka tingkatan kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat. Kualitas layanan merupakan persepsi konsumen atas kelemahan atau keunggulan layanan yang disediakan oleh pihak restoran. Konsumen menilai kualitas layanan atas dasar kesesuaian harapan yang mereka inginkan. Konsumen akan membandingkan keunggulan layanan yang diberikan oleh restoran dengan restoran lain yang sejenis. Masing-masing konsumen memiliki ekspektasi yang berbeda-beda atas kualitas layanan yang dipersepsikan. Apabila suatu layanan mampu memenuhi harapan konsumen jika dibandingkan dengan layanan lain yang sejenis maka konsumen akan mempersepsikan bahwa kualitas layanan tersebut unggul.

Restoran mampu memenuhi tujuan utama konsumen melalui penyediaan makanan yang sesuai dengan harapan konsumen maka akan menciptakan kenyamanan konsumen terhadap restoran sehingga konsumen akan merasakan kepuasan. Selain itu, pelayanan yang cepat tanggap dalam memenuhi permintaan dan keinginan konsumen akan menimbulkan kesan bagi konsumen bahwa restoran tersebut perhatian terhadap konsumen, maka konsumen akan merasakan kepuasan atas respon yang diberikan pihak restoran. Pihak restoran juga harus dapat memberikan informasi yang jelas tentang makanan, minuman dan harga.

Hal ini diperlukan agar konsumen dapat melakukan pilihan-pilihan yang pasti terhadap menu yang akan dipesannya sehingga bisa menambah keyakinan konsumen. Konsumen yang memperoleh informasi jelas akan merasa puas karena pihak restoran mengerti akan kebutuhan mereka, disamping itu sikap karyawan restoran terhadap konsumen juga merupakan hal penting. Karyawan harus perhatian terhadap keluhan-keluhan konsumen, serta dapat merekomendasikan menu yang tepat bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan menaruh perhatian dan empati atas kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga

melalui hal ini konsumen akan merasakan kepuasan karena mereka telah dilayani dengan baik. Tidak kalah pentingnya adalah penampilan fisik dari restoran tersebut yang meliputi desain interior, bangunan, tampilan ruangan, meja dan kursi yang tertata dengan baik dan nyaman serta penampilan karyawan yang enak dipandang.

Hal-hal tersebut perlu diperhatikan oleh pihak restoran karena menyangkut citra restoran di mata konsumen. Konsumen yang puas atas kondisi fisik restoran akan merasakan kepuasan karena merasa nyaman dan betah berada di dalam restoran. Hasil penelitian sejalan dengan pendapat Tan *et al.* (2014) bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, karena ketika layanan berkualitas maka konsumen akan merasa puas dan ketika layanan tidak berkualitas maka konsumen akan merasa tidak puas.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen artinya, kualitas makanan yang semakin baik akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen semakin tinggi. Makanan yang disajikan oleh pihak restoran memiliki peran sangat penting dalam menentukan keberhasilan restoran karena, makanan merupakan produk utama dari restoran. Konsumen yang berkunjung ke restoran memiliki ekspektasi untuk menikmati menu yang disajikan oleh pihak restoran.

Kualitas makanan sangat menentukan keberhasilan restoran, karena terkait dengan kepuasan konsumen. Konsumen umumnya menilai kualitas makanan berdasarkan atas kesegaran, kesehatan dan penampilan makanan tersebut. Makanan yang disajikan harus *fresh* karena hal ini bisa mempengaruhi rasa, terkait dengan kesehatan maka kondisi ini menyangkut masalah kehygienisan makanan dan minuman yang disajikan. Apabila dapat dipertanggungjawabkan maka konsumen akan lebih puas. Selain itu, penampilan dan penyajian makanan dan minuman juga menjadi perhatian bagi konsumen.

Penampilan dan penyajian yang menarik bisa menggugah selera konsumen untuk menikmati makanan tersebut. Makanan yang berkualitas akan memiliki kesesuaian manfaat seperti yang diharapkan konsumen, karena hal ini merupakan salah satu hal yang dipertimbangkan konsumen untuk memilih makanan. Konsumen yang merasakan bahwa makanan yang disajikan sesuai dengan selera mereka akan membangkitkan keinginan konsumen untuk mengkonsumsinya. Oleh karena itu, kualitas makanan yang semakin sesuai dengan selera dan keinginan konsumen akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian konsisten dengan pendapat Tit (2015); Kannan (2017); Almohaimmeed (2017); Tuver dan Guzel (2017); Tan *et al.* (2014) bahwa restoran merupakan jenis usaha dengan produk makanan dan minuman siap saji untuk konsumen sehingga menu makanan yang berkualitas menjadi pertimbangan konsumen ketika memutuskan untuk mengunjungi restoran. Kemampuan restoran menyajikan makanan yang berkualitas ikut menentukan tingkat kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya, kualitas layanan yang semakin baik

akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen semakin tinggi.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Artinya, kualitas makanan yang semakin baik akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen semakin tinggi.

Saran

Hasil penelitian dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berkaitan dengan kualitas layanan, maka hal yang perlu diperhatikan adalah sikap karyawan Restoran K-Sushi terhadap pengunjung. Hal ini masih perlu diperhatikan oleh pihak restoran bagaimana sikap karyawan dalam menyapa hingga melayani pengunjung restoran. Untuk itu pelatihan dan prosedur dalam tata cara kerja karyawan perlu dievaluasi dengan baik. Prosedur kerja harus menjelaskan tata cara penyambutan pengunjung, sehingga hal ini bisa menjadi kebiasaan bagi karyawan sehingga konsumen merasa nyaman karena merasa dihargai. Hal ini juga berpengaruh terhadap citra restoran sendiri, karena walaupun kualitas makanan dan minuman sangat baik, namun apabila karyawan tidak ramah dan kurang empati maka pengunjung akan merasa terganggu dan tidak nyaman.
2. Terkait dengan kualitas makanan, yang masih harus diperhatikan pihak restoran adalah terkait dengan kebersihan minuman yang dihidangkan. Sebenarnya dari segi bahan yang disajikan sudah memenuhi syarat, namun kadangkala terjadi cucian gelas yang disajikan masih meninggalkan noda atau masih berbau. Hal ini dapat menimbulkan kesan buruk bagi konsumen. Untuk itu sebelum disajikan sebaiknya perangkat makan dan minum harus dicek kembali kebersihan dan higienisnya. Hal ini untuk menjaga agar konsumen menemukan hal-hal yang tidak diinginkan sehingga dapat menimbulkan citra buruk bagi pihak restoran.

DAFTAR REFERENSI

- Almohaimmeed, B. M. A. (2017). Restaurant quality and customer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 42–49.
- Cohen, D. A. (2003). Quality of financial reporting choice: Determinants and economic consequences. *Working Paper Northwestern University Collins*.
- Foedjiawati, F., & Samuel, H. (2005). Pengaruh kepuasan konsumen terhadap kesetiaan merek (studi kasus restoran the prime steak & ribs surabaya). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 7(1), 74–82.
- Gravetter, F. J., & Forzano, L. A. B. (2012). *Research methods for the behavioral sciences* (4th ed.). United States: Cengage Learning.
- Hamari, J., Hanner, N., & Koivisto, J. (2017). Service quality explains why people use free mium services but not if they go premium: An empirical study in free-to-play games. *International Journal of Information Management*, 37(1), 1449–1459.
- Kannan, R. (2017). The impact of food quality on customer satisfaction and behavioural intentions: A study on madurai restaurant. *Innovative journal of business and management*, 6(3), 34–37.
- Riduwan. (2006). *Belajar mudah penelitian untuk guru-karyawan dan peneliti pemula/riduwan*. Retrieved from <http://onsearch.id/Record/IOS2862.UNMAL000000-000031277#description>.

- Santoso, S., & Tjiptono, F. (2001). *Riset pemasaran: Konsep dan aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Surya, & Rohman, H. (2017). *Pertumbuhan restoran di surabaya meningkat tajam, pendapatan naik Rp 25 miliar*. Retrieved from <http://jatim.tribunnews.com/amp/2017/09/26/pertumbuhan-restoran-di-surabayameningkat-tajam-pendapatan-naik-rp-25-miliar?page=all>.
- Tan, Q., Oriade, A., & Fallon, P. (2014). Service quality and customer satisfaction in chinese fast food sector: A proposal for cffrserv. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2(1), 30–53.
- Tit, A. A. (2015). The effect of service and food quality on customer satisfaction and hence customer retention. *Asian Social Science*, 11(23), 129–139.
- Tuver, I. F., & Guzel, B. (2017) In a “green” restaurant, what makes the customers satisfied? The restaurant attributes of trip advisor reviewers. *Journal of faculty of Economics and Administrative Sciences*, 18(1), 177–189.
- Widianto, S. (2017). *Hendak bisnis makanan? simak hasil survei ini*. Retrieved from <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2017/12/28/hendak-bisnis-makanan-simak-akhasil-survei-ini-416780>.