

PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DIRESTORAN IKAN BAKAR AYANG KABUPATEN LINGGA

Oleh

Ven Lianto¹, Agung Edy Wibowo²

¹Prodi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

²Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata

E-mail: ¹venlianto338@gmail.com, ²agungedy@btp.ac.id

Article History:

Received: 02-09-2024

Revised: 21-09-2024

Accepted: 05-10-2024

Keywords:

Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Total sampel yang di ambil pada penelitian ini sebesar 94 responden, dengan teknik purposive sampling yaitu dengan kategori pelanggan atau sudah pernah membeli makanan yang di sediakan di restoran ikan bakar ayang. Dari hasil yang telah diteliti dan didapat pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ikan bakar di Kabupaten Lingga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengujian hipotesis dengan data yang dikumpulkan melalui survei kepada pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana cita rasa yang baik berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. (2) Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang baik oleh pegawai restoran dapat meningkatkan kepuasan. (3) Selain itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, mengindikasikan bahwa kombinasi keduanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi manajemen restoran untuk terus meningkatkan aspek cita rasa dan pelayanan guna mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang mempunyai kesempatan besar dan hasil yang menjanjikan bagi pelaku usahanya. Bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang bergerak di bidang makanan baik dalam proses pembuatan, penyajian hingga penjualan produk tertentu kepada customer. Seiring berjalannya waktu bisnis kuliner pun menjadi semakin variatif, seperti kuliner manca negara, kuliner lokal, maupun kuliner-kuliner unik hasil dari kreatifitas kreasi pelaku usaha itu sendiri (Almeida et al., 2016). Banyaknya bisnis kuliner memaksa para pembisnis untuk terus bersaing agar tetap bertahan oleh maraknya

persaingan antar pelaku usaha, baik dalam segi produk yang di tawarkan, cita rasa, dan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan sampai mempengaruhi daya Tarik pelanggan.

Tindakan individu dalam menikmati makanan yang di konsumsi pasti akan dinilai dari rasa makanan yang dinamakan cita rasa. yaitu merupakan suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan dan minuman, yang mana terdapat sensasi rangsangan serta stimulus yang berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian di rasakan oleh mulut(Reed et al., 2019). Rasa yang enak tentu saja akan menarik banyak menarik pelanggan, Rasa merupakan tanggapan saraf yang bersumber dari berbagai panca indra yang ada pada manusia untuk merasakan suatu perasaan yang subjektif, lidah merupakan salah satu indra perasa manusia yang dapat mengidentifikasi rasa menjadi beberapa kategori seperti pahit, asam, manis, asin, umami, panas dan juga dingin. Untuk rasa dapat juga di jabarkan menjadi suatu perasaan yang sedang dialami seseorang, seperti apa yang sedang terjadi padanya entah itu oleh tubuh seperti sakit nyeri atau panas dingin yang disebabkan oleh demam. Kemudian rasa juga dapat berarti sesuatu yang terjadi pada dirinya dalam bentuk emosional atau tanggapan hati terhadap sesuatu contohnya sedih, marah, gelisah, dan takut. Cita rasa selalu melibatkan indra perasa berupa lidah sebagai perasa, rasa dapat di kenali oleh kuncup-kuncup cecapan yang terletak pada papilla yaitu noda darah jingga pada lidah, farinx yaitu pelata bagian lanigt-langit yang lunak maupun keras(Sianturi et al., 2021). Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu menurut (Meiliana C dan Yani M, 2021).

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang harus diperhatikan bagi setiap pengusaha yang ada, menurut (Gumilang, 2017) yang di kutip dari fandy tjiptono (2017:180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran beberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut (Gumilang, 2017) Mengemukakan bahwa kualitas layanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan. Berdasarkan pernyataan di atas kualitas pelayanan memiliki arti bahwa lebih sulit bagi konsumen untuk mengevaluasi kualitas pelayanan daripada kualitas produk. Ini benar karena karakteristik khusus layanan tertentu mereka tidak berwujud, mereka mudah rusak karena harus mempertahankan reputasi, dan mereka secara bersamaan diproduksi dan dikonsumsi. Dari beberapa teori yang sudah di kumpulkan dibuat kesimpulan bahwa semua kualitas pelayanan adalah sebuah perbandingan pelayanan jasa yang akan berkaitan dengan produk yang di jual, jasa yang dijual, sumber daya manusia dan proses yang diberikan oleh sebuah produsen untuk memenuhi harapan para konsumen.

Hal esensial dalam didunia bisnis adalah konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk menarik konsumen. Sudah menjadi hal yang pasti untuk suatu pengusaha melakukan kualitas pelayanan terbaik agar dapat bertahan dan tetap menjadi kepercayaan *customer*. Terjadinya kepuasan pelanggan bisa memberikan manfaat di antara penyedia jasa dan *customer* menjadi baik, yang akan membuat *customer* akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas kepada penyedia jasa, dan membentuk suatu proses refrensi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan penyedia jasa (Abdul Gofur, 2019). kualitas pelayanan yang maksimal dan kesuaian ekpetetasi *customer* ialah strategi yang dapat di terapkan dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan yang ada.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kepuasan adalah saat merasa senang dan puas (meliputi kepuasan, kebahagiaan, kelegaan dan sejenisnya) kepuasan merupakan suatu sensasi rasa puas yang dirasakan, perasaan gembira dan lega seseorang pada saat mengonsumsi suatu produk atau layanan yang diperoleh dari suatu layanan. Kepuasan juga berarti suatu perasaan senang dan kecewa yang ada di setiap individu setelah mereka membandingkan bayangan terhadap produk tertentu, pelayanan, atau suatu tempat dengan kinerja atau hasil yang di peroleh. Dengan terpenuhinya kepuasan konsumen sangat berguna dalam untuk meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Menurut (Abdul Gofur, 2019) yang di kutip dari Tjipno (2015) kepuasan konsumen adalah rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil produk yang dipilih berkualitas lebih baik dari pada hasil produk yang tidak di pilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk.

Usaha kuliner ini telah berdiri sejak tahun 2012 yang telah berpindah tempat satu kali yang awalnya berada di Jalan Pramuka, Dabo Singkep, Kabupaten Lingga. Yang sekarang telah pindah ke jalan Raja Ali Haji, kecamatan singkep, kabupaten lingga. Restoran ikan bakar ayang adalah restoran lokal yang memberikan pelayanan yang cepat dan rasa yang memuaskan bagi pelanggan yang datang ke restoran tersebut. Dengan menggunakan bumbu yang di ciptakan oleh ownernya membuat cita rasa yang ada di restoran tersebut sangat khas, salah satu hal yang memengaruhi cita rasa menurut wawancara yang penulis lakukan yaitu mempertahankan kesegaran ikan yang didapat yang pasar lokal, ikan yang di dapat juga adalah yang ditangkap oleh nelayan setempat.

Restoran ikan bakar ayang selalu memberikan makanan yang mampu meningkatkan selera makan penikmat makanan laut terutama seafood, menu yang dimiliki oleh Restoran Ikan Bakar Ayang seperti ikan pari bakar, ikan selar bakar, ikan gelame bakar, ikan kakap merah bakar, ikan bulat bakar dan masih banyak lagi menu yang ada di restoran ikan bakar ayang. Karna mayoritas masyarakat di sana berprofesi sebagai nelayan ikan merupakan komoditas utama, berikut adalah tabel hasil perikanan di kabupaten lingga mulai dari budidaya hingga penangkapan langsung dari laut.

Kecamatan Subdistrict	Produksi (ton)/ Production (tonnage)	
	2019	2020
(1)	(2)	(3)
Penangkapan/Capture	36 149,99	33 358,34
Budidaya/Aquaculture	104,61	42,49
Budidaya Laut/Sea Aquaculture	81,55	25,16
Budidaya Air Tawar/Fresh Water Aquaculture	9,21	9,28
Budidaya Payau/Brackish Aquaculture	13,85	8,05
Kabupaten Lingga	36 254,60	33 400,83

Sumber/Source: Dinas Perikanan (Diskan) Kabupaten Lingga/Departement of Fisheries of Lingga Regency

Gambar 1. Data hasil produksi ikan pertahun tahun 2021

Penelitian ini berfokus pada pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga. Dalam era persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial yang menentukan keberlangsungan usaha. Cita rasa masakan yang lezat dan pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan dua elemen utama yang dapat memengaruhi persepsi dan pengalaman puas pelanggan saat berkunjung ke tempat makan. Restoran ikan Bakar Ayang yang dikenal dengan menu ikan bakar yang khas dan cita rasa yang menggugah selera, memiliki potensi besar untuk menarik pelanggan. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga konsistensi cita rasa serta memberikan pelayanan yang memuaskan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana cita rasa makanan dan kualitas pelayanan berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan dengan metode kuantitatif. Selain itu, temuan ini akan menjadi dasar bagi manajemen untuk merumuskan strategi perbaikan dalam hal produk dan layanan, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan, serta menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin dinamis. Penelitian ini juga akan memberikan wawasan bagi pelaku usaha kuliner lain dalam mengoptimalkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan, penelitian ini akan mengumpulkan informasi tentang persepsi mereka terhadap cita rasa makanan dan kualitas pelayanan serta kepuasan yang diterima.

Alasan penulis memilih lokasi tersebut karena berdasarkan akses nya dapat dicapai dengan tidak terlalu sulit (4 jam perjalanan kapal dari ibu kota kepulauan riau) oleh karena itu penulis memilih judul: “Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di restoran Ikan Bakar Ayang Kabupaten Lingga “

LANDASAN TEORI

Cita rasa

Cita rasa merupakan proses pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut untuk menciptakan rasa yang unik. Cita rasa juga memiliki atribut yang mencakup penampilan(*plating*), aroma (*flavour*), tekstur(*texture*), dan suhu(*temperature*).

Cita rasa adalah hasil kolaborasi 5 macam indera pada manusia, yaitu indera perasa, indera penciuman, indera perabaan, indera penglihatan, dan indera pendengaran. Indera penciuman dapat merasakan faktor pertama, sementara sel-sel sensorik lidah dapat merasakan dua faktor terakhir yang disebutkan. a.) bau: bau ialah elemen penting dalam cita rasa makanan karena dapat memberikan petunjuk tentang makanan yang sedang di konsumsi b.) rasa: rasa berbeda dari aroma dan lebih terkait panca indera rasa yaitu lidah. Rasa diidentifikasi dan dibedakan melalui kuncup-kuncup kecil yang terletak pada papila lidah yang merupakan yang berwarna jingga. c.) rangsangan mulut : selain komponen cita rasa di atas, hal penting lainnya adalah sensasi yang dirasakan seseorang setelah mengonsumsi makanan tertentu(Indrayani & Syarifah, 2020). Menurut (Melda et al., 2020) ciri khas dari cita rasa itu sendiri adalah warna, suhu, tekstur dari makanan, bau, dan tingkat kematangan. Keenam atribut dari cita rasa harus diimbangi dengan baik agar pelanggan menerima kepuasan penuh. Menurut (Restu Ningsih et al., 2022) pentingnya cita rasa adalah untuk memastikan konsumen dapat memenuhi kebutuhan mereka dan membuat rasa menjadi

faktor penting, para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang unik untuk setiap masakannya agar terkenal dikalangan masyarakat. Cita rasa yang baik membuat seseorang dapat menilai apakah makanan tersebut layak di konsumsi atau tidak.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan, salah satu bagian penting yang harus diperhatikan oleh setiap pengusaha adalah kualitas pelayanan yang dapat bersaing dipasar untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan dari konsumen. Berikut adalah Indikator kualitas pelayanan atau sebuah metode yang digunakan untuk mengukur bagaimana kualitas pelayanan yang di berikan kepada *customer*, indikator yang di gunakan biasanya bisa berbeda menurut konteks dan tujuannya. Berikut menurut (Kotler et al, 2020) mengemukakan ada 5 indikator dari kualitas pelayan : 1.) Keandalan (reliability) Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat serta konsisten. 2.) Ketanggapan (responsiveness) Ketanggapan adalah suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan. 3.) Empati (empathy) Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersfist individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan upaya memahami keinginan konsumen 4.) Jaminan (assurance) Jaminan adalah mengukur kemampuan dan kesopanan kaaryawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. 5.) Berwujud (tengibles) Berwujud adalah penampilan Fasilitas fisik, peralatan yang baik yang digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Sehingga dapat dimengerti bahwa sebuah kepuasan konsumen akan di raih apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran ikan bakar ayang ini baik dan sesuai dengan ekspektasi dan harapan konsumen, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang baik dan tidak sesuai maka kepuasan konsumen akan menurun.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut (Gita Cahyani & Sitohang, 2016) yang dikutip dari adisaputro menjelaskan bahwa kepuasan adalah suatu rasa atau perasaan individu yang menjadi senang atau kecewa yang di peroleh dari hasil perbandingan antara kinerja produk yang di hubungkan dengan ekspektasi. Berikut adalah beberapa indikator kepuasan pelanggan menurut (Wijayanti, 2023) 1.) kualitas produk adalah salah satu indikator kepuasan pelanggan, produk yang baik dan sesuai dengan value akan di terima dengan baik oleh konsumen pada saat menggunakan atau membeli produk tertentu 2.) kualitas pelayanan juga menjadi indikator seperti yang di jelaskan bahwa kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sebuah pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman yang positif kepada konsumen yang membuat kesan baik pada kesan pertamanya 3.) aksesibilitas produk adalah kemudahan pelanggan dalam mengakses produk, hal ini penting untuk di perhatikan karena jika produk sulit didapatkan maka akan menurunkan kepuasan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) metode adalah cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan pekerjaan agar tercapai sesuatu yang dikehendaki. Menurut sugiyono yang diambil dari (Wardani, 2020) penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode

untuk penelitian populasi dan sampel tertentu. serta data menggunakan instrumen penelitian, analisis statistik yang memiliki tujuan dapat mengetahui pengaruh cita rasa (X1), kualitas pelayanan (X2), terhadap kepuasan pelanggan (Y1).

Metode penulisan kuantitatif merupakan metode pendekatan ilmiah yang memandang suatu masalah dalam penelitian dapat di klasifikasikan, bersifat konkrit, dapat teramati dan terukur, serta hubungan antar variabel bersifat sebab akibat di mana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik (Sutanjar & Saryono, 2019).

Populasi dan Sampel

Menurut sugiyono (2013:115) yang diambil dari (Triputranto, 2020) Definisi populasi merujuk pada area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga dapat ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah para pelanggan Restoran Ikan Bakar Ayang di Kabupaten Lingga.

Teknik pengambilan anggota sampel pada penelitian ini akan menggunakan metode *nonprobability sampling*. Dengan teknik *puposive sampling*, menurut (Wibowo & Gunawan, 2022) *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, yaitu para konsumen atau pelanggan yang pernah membeli dan mengonsumsi makanan dan masakan yang ada di restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga.

Penelitian ini menggunakan jenis pengukuran variabel *likert scale* atau skala likert. Menurut (Iswanto, 2021) yang di kutip dari janti Skala Likert adalah alat ukur yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terkait suatu peristiwa atau fenomena sosial, maka variabel dapat diukur dan dijabarkan menjadi pernyataan berdasarkan indikator variabel. Skala likert yang di gunakan adalah nilai 1 sampai 5 dengan contoh di bawah ini

Tabel 1 gambar skala likert

No	Skala	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup setuju	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Menurut wawancara yang dilakukan oleh peneliti yang bertujuan untuk mengetahui berapa jumlah pengunjung satu bulan terakhir pada restoran ikan bakar ayang adalah sekitar 1500 orang dengan rata-rata minimal 50 orang perhari yang dikalikan satu bulan dan didapatkan hasil diatas, untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

N = ukuran populasi

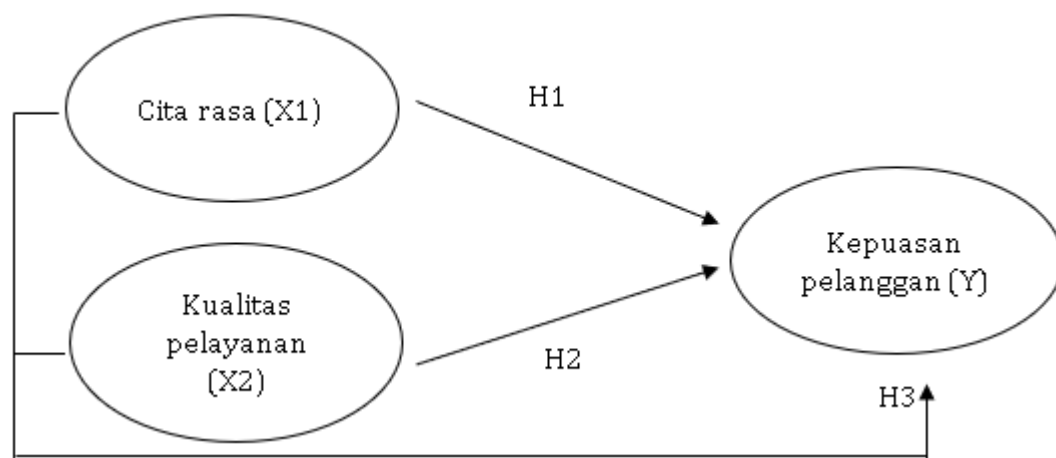
n = ukuran sampel

e = tingkat kelongaran (0.1)

$$n = \frac{1500}{1+(1500)(0,1)^2} = \frac{1500}{1+(1500)(0,01)} = \frac{1500}{16} = 93,75 = 94$$

Dari perhitungan di atas, diperoleh ukuran sampel minimal sebesar 93,75 dengan tingkat kesalahan 10%. Peneliti memilih tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 10% karena semakin tinggi tingkat kesalahan yang diterima, semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan (Sarwono, 2006). Oleh karena itu, ukuran sampel yang akan digunakan adalah 94 responden.

Adapun kerangka hipotesis yang digunakan oleh peneliti seperti yang terlihat pada gambar 2 berikut



Gambar 2. Kerangka hipotesis

H¹.) Citarasa (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) restoran ikan bakar ayang kabupaten lingaa kabupaten lingga?

H².) Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga?

H³.) Citarasa (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga?

Teknik analisis

Menurut (Wibowo & Gunawan, 2022), statistik deskriptif menjelaskan cara pengumpulan dan ringkasan data, yang kemudian dianalisis untuk mencari frekuensi, nilai rata-rata, nilai tengah, modus, dan rentang data. Alat analisis akhir dalam pengujian ini adalah regresi linear berganda, yang akan diuji terlebih dahulu melalui uji validitas, reliabilitas, serta beberapa uji asumsi klasik untuk memenuhi syarat *best linear unbiased estimator* (BLUE).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji kualitas data

a. uji validitas

Uji validitas ditujukan untuk mengukur validitas dari berbagai item atau instrumen. kuisioner yang tidak valid haruslah di buang atau disingkirkan karena jika tidak valid yang berarti kuisioner tersebut tidak dapat dipercayai. Metode pengambilan keputusan dari uji ini dengan melihat korelasi, item di nyatakan valid jika $R\text{-hitung} > R\text{-table}$ begitu juga sebaliknya jika $R\text{-hitung} < R\text{-table}$ maka pernyataan atau pertanyaan kuisioner dinyatakan tidak valid dan harus disingkirkan.

Gambar Tabel 2. Hasil Uji Validitas

NO	R HITUNG		R TABLE	keterangan	NO	R HITUNG		R TABLE	keterangan
1	0,822	>	0,202	Valid	13	0,713	>	0,202	Valid
2	0,639	>	0,202	Valid	14	0,408	>	0,202	Valid
3	0,625	>	0,202	Valid	15	0,653	>	0,202	Valid
4	0,605	>	0,202	Valid	16	0,633	>	0,202	Valid
5	0,536	>	0,202	Valid	17	0,667	>	0,202	Valid
6	0,795	>	0,202	Valid	18	0,826	>	0,202	Valid
7	0,822	>	0,202	Valid	19	0,707	>	0,202	Valid
8	0,803	>	0,202	Valid	20	0,752	>	0,202	Valid
9	0,759	>	0,202	Valid	21	0,836	>	0,202	Valid
10	0,683	>	0,202	Valid	22	0,755	>	0,202	Valid
11	0,745	>	0,202	Valid					
12	0,659	>	0,202	Valid					

Sumber: data spss (2024)

Dari hasil tabel 1.2 analisis pengujian validitas dengan 22 butir pertanyaan yang di mulai dari cita rasa, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan perbandingan $r\text{-hitung} > r\text{-table}$ dapat disimpulkan bahwa pernyataan dianggap valid.

b. uji reliabilitas

Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kualitas dan konsistensi dari alat ukur jika pengukuran diulang adalah definisi dari uji reliabilitas. Dengan melihat nilai dari cronbach alpa hasil pengujian dinilai baik jika nilai reliabilitasnya berada diatas angka 0,6.

Tabel 3 Tabel Uji Reliabel

variabel	NILAI CORNEACH ALPHA		kesimpulan
cita rasa	.806	> 0,6	reliabel
kualitas pelayanan	.865	> 0,6	reliabel
kepuasan pelanggan	.832	> 0,6	reliabel

Sumber: data spss (2024)

Dari hasil tabel 1.3 diatas analisis pengujian reliabel di atas terlihat nilai *cornbach alpha* dari masing-masing variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,6 yang berarti seluruh butir pernyataan dari variabel seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji asumsi klasik

a. uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah data dari hasil pengujian berdistribusi normal atau tidak, hasil pengujian akan dilihat dari nilai signifikansi. Data dinyatakan tidak normal jika nilai signifikansi bernilai $> 0,05$.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56963260
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.059
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: data spss (2024)

Hasil uji pada gambar tabel 1.4 diatas menunjukkan nilai asymp.sig. (2-tailed) sebesar 0,152 lebih besar dari 0.05 (alpha) sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran data memiliki distribusi normal.

b. uji multikolinearitas

Tujuan dari pengujian model regresi adalah untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel independen. Hasil pengujian ini akan dievaluasi menggunakan nilai toleransinya atau nilai variance inflation (VIF).

Gambar tabel 1.5 hasil uji multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	CITA RASA	.568	1.762
	KUALITAS PELAYANAN	.568	1.762
a. Dependent Variable: KEUASANPELANGGAN			

Sumber: data spss (2024)

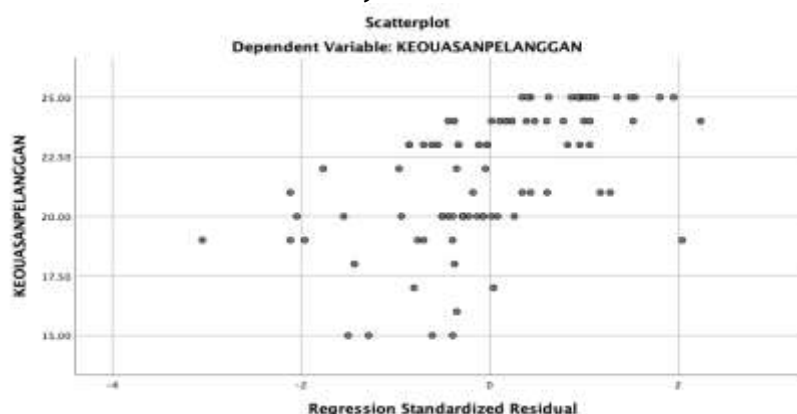
Dari tabel 1.5 di atas menunjukkan nilai VIF masing-masing variabel adalah variabel cita rasa (X1) sebesar 1.762, kualitas pelayanan (X2) sebesar 1,762 maka dapat diketahui bahwa nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan tidak lebih kecil dari 10 Maka

model ini tidak terjadi masalah multikolinearitas diantara variabel independen dalam penelitian ini.

c. uji heterokedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menguji perbedaan varians dalam residual dari sebuah model regresi. Jika varians residualnya sama, hasil pengujian menunjukkan homoskedastisitas. Sebaliknya, jika varians residualnya berbeda, maka hasilnya menunjukkan heteroskedastisitas. Jika tidak terdapat heteroskedastisitas, model regresi tersebut dianggap baik.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data spss (2024)

Dari gambar tabel 1.6 di atas grafik scatterplot diketahui bahwa pada model ini tidak terjadi heteroskedastisitas, karena tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat di simpulkan data diatas tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji hipotesis

Tabel 7 hasil uji koefisien determinasi (R)

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.816 ^a	.667	.659	1.58679	.667	90.972	2	91	.000
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, CITA RASA									
b. Dependent Variable: KEOUASANPELANGGAN									

Sumber: data spss (2024)

Pada tabel 7 di atas menunjukkan nilai R bernilai 0,816. Hal ini memiliki arti bahwa hubungan antara cita rasa, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 81,6%. Sedangkan *adjusted R² square* sebesar 0,659 yang memiliki arti 65,9% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel cita rasa dan kualitas pelayanan, dan sisanya 30,1% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Tabel 8 hasil uji T

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.136	1.534		.740	.461
	CITA RASA	.344	.061	.451	5.617	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.242	.044	.446	5.546	.000

a. Dependent Variable: KEOUASANPELANGGAN

Sumber: data spss (2024)

Uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Model dapat disusun dalam persamaan

$$Y = 1.136 + 0.344X_1 + 0.242X_2$$

- nilai konstanta 1.136 memberi arti cita rasa (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sama dengan nol maka variabel kepuasan pelanggan akan bernilai 1.136 poin.
- variabel cita rasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. koefisiensi cita rasa bernilai 0.344 artinya jika X_1 naik satu poin maka variabel Y naik sebesar 0.344 (34,4%).
- variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. koefisiensi kualitas pelayanan bernilai 0.242 artinya jika X_2 naik satu poin maka variabel Y naik sebesar 0,242 (24,2%).

Dari tabel 1.8 diketahui nilai dari T hitung cita rasa (X_1) sebesar $5,617 > 1,986$ pada T table, yang berarti variabel cita rasa (X_1) sebesar 5,617 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y), bahwa semakin meningkatkan cita rasa (X_1) maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan (Y) demikian diambil kesimpulan bahwa hipotesis pertama **diterima**. Di ketahui juga nilai T hitung pada variabel kualitas pelayanan sebesar $5,546 > 1,986$ T table, yang variabel kualitas pelayanan (X_2) 5,546 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, bahwa semakin meningkatkan kualitas pelayanan (X_2) maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan (Y) demikian diambil kesimpulan bahwa hipotesis kedua **diterima**.

Tabel 9 hasil uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	458.116	2	229.058	90.972	.000 ^b
	Residual	229.128	91	2.518		
	Total	687.245	93			

a. Dependent Variable: KEOUASANPELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, CITA RASA

Sumber: data spss (2024)

Dari hasil uji hipotesis ketiga pada tabel 1.9 diatas yaitu cita rasa dan kualitas

pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga, bahwa nilai F hitung $90,972 > \text{nilai F table } (3,097)$ dapat juga dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menemukan cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, nilai sig $0,000 < 0,05$. Artinya, dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka di tarik beberapa kesimpulan pada pengujian pengaruh cita rasa, kualitas pelayanan, terhadap kepuasan pelanggan pada restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga:

(1) hasil pengujian hipotesis pertama menunjukan variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga, yang artinya cita rasa yang diberikan oleh perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. (2) Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga, yang artinya semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pegawai restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. (3) Hasil pengujian hipotesis menunjukan variabel cita rasa, kualitas pelayanan berpengaruh bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga, yang artinya semakin baik cita rasa dan kualitas pelayanan yang diberikan akan meningkatkan kepuasan kepada pelanggan di sana.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- [2] Almeida, C. S. de, Miccoli, L. S., Andhini, N. F., Aranha, S., Oliveira, L. C. de, Artigo, C. E., Em, A. A. R., Em, A. A. R., Bachman, L., Chick, K., Curtis, D., Peirce, B. N., Askey, D., Rubin, J., Egnatoff, D. W. J., Uhl Chamot, A., El-Dinary, P. B., Scott, J.; Marshall, G., Prenskey, M., ... Santa, U. F. De. (2016). latar belakang bisnis kuliner. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 5(1), 1689–1699.
<https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa>
- [3] Gita Cahyani, F., & Sitohang, S. (2016). 1 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Rise Manajemen*, 5(3), 1–19.
- [4] Gumilang, A. (2017). Pelayanan Kualitas Produk Dan Jasa. *Unikom*, 15(2), 1–23.
<https://elibrary.unikom.ac.id/>
- [5] Indrayani, P., & Syarifah, T. (2020). Pengaruh harga, cita rasa, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada usaha kue pia Fatimah Azzahra di Kecamatan Tanjung Tiram. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 2(1), 57–66.

- [6] Kotler et al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan peserta. *Jurnal Ekonomi*, XX(Xx), 1–5.
- [7] Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *(JEMS) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 143–149. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i2.918>
- [8] Reed, D., Mainland, J., & Arayata, C. (2019). Sensory nutrition: The role of taste in the reviews of commercial food products. *Physiology & Behavior*, 209, 112579. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2019.112579>
- [9] Restu Ningsih, M. R., Susanti, R., & Sumaryanto. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Sharing Karanganyar. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(3), 281–291.
- [10] Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1803>
- [11] Sutanjar, T., & Saryono, O. (2019). Pengaruh Motivasi, Kepemimpinan dan Disiplin Pegawai terhadap Kinerja Pegawai. *Journal of Management Review*, 3(2). <https://jurnal.unigal.ac.id/managementreview/article/view/2514>
- [12] Wardani, Y. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- [13] Wibowo, A. E., & Gunawan, A. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364>
- [14] Wijayanti, naning nur. (2023). 7 Indikator Kepuasan Pelanggan Dengan Cara Mengukurnya. In *Niagahoster*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/indikator-kepuasan-pelanggan/>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN