

## ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS MAKANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN KAMPOENG KITA

**Yonas Stefen**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Atma Jaya

**Efendi**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Atma Jaya

Diterima 10 Desember 2018

Disetujui 18 Desember 2018

*Abstract-Berbagai restoran berupaya untuk terus meningkatkan pelayanan mereka kepada para konsumen agar konsumen merasa puas. Tidak berhenti dengan kualitas layanan saja, kualitas makanan dan kualitas lingkungan fisik restoran menjadi faktor-faktor penting agar konsumen dapat merasa puas dengan restoran yang dikunjungi. Berdasarkan hal tersebut, dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas makanan dan juga kualitas lingkungan terhadap kepuasan konsumen restoran Kampong Kita.*

*Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 144 responden di restoran Kampong Kita. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik probability sampling. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas makanan dan kualitas lingkungan fisik memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.*

**Kata Kunci:** *Lingkungan, Pelayanan, Makanan, Kepuasan Konsumen, Restoran*

### **I. Pendahuluan**

Dalam era globalisasi akhir-akhir ini dunia harus memiliki misi yang jelas untuk membawa usahanya ke arah yang lebih baik dan siap dengan berbagai perubahan situasi lingkungan, kebutuhan, dan harapan masyarakat yang tidak menentu. Bila dunia usaha tidak mengikuti arus globalisasi maka akan tertinggal jauh diantara para pesaing yang semakin kompetitif. Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah restoran karena kualitas pelayan dapat mempengaruhi pola perilaku konsumen selanjutnya. Oleh karena itu, pihak perusahaan berupaya untuk terus meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan mereka kepada para konsumennya. Perusahaan perlu untuk memahami hal apa yang dibutuhkan oleh para konsumennya sehingga kebutuhan para konsumen tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka atau bahkan melebihi harapan mereka. Dengan demikian, konsumen akan merasa puas serta menciptakan niat bagi konsumen untuk datang kembali ke restoran tersebut. Kepuasan konsumen merupakan faktor pendorong dan keberhasilan suatu bisnis. namun dewasa ini konsumen tidak hanya memilih pelayanan yang memuaskan, namun mereka juga mulai memilih restoran dengan tempat yang nyaman dan juga kualitas makanan yang baik. Pada intinya, kualitas pelayanan suatu restoran, lingkungan dan juga kualitas makanan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yang kemudian menciptakan loyalitas konsumen. Hal ini tentu akan berdampak pada keberlangsungan restoran itu sendiri dan membawa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Penelitian ini diarahkan untuk mengetahui sepak terjang daripada Restoran Kampong Kita yang berlokasi di daerah Pantai Indah Kapuk dimana beberapa restoran sudah mulai

bertumbuh pesat. Penulis bermaksud untuk meninjau Restoran Kampoeng Kita dapat bersaing dengan pelaku bisnis kuliner lainnya melalui kualitas pelayanan, lingkungan yang tersedia dan juga kualitas makanan yang disajikan kepada konsumennya untuk membangun kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dan pada gilirannya akan meningkatkan laba restoran tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Restoran Kampoeng Kita, dengan judul: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik dan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Kampoeng Kita.”

## II. Tinjauan Literatur

### Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2006, p.372) definisi jasa adalah: “A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything”.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2007, p.15) definisi jasa adalah: “An act or performance that creates benefits for customers by bringing about a desired change in-or on behalf of-the recipient”.

Berdasarkan pengertian di atas, jasa merupakan suatu tindakan atau kinerja yang menciptakan manfaat bagi konsumen atau memberikan kepuasan kepada konsumen. Jasa bersifat abstrak, tidak dapat dilihat, dicium, dan diraba sebelum jasa itu dibeli. Oleh karena itu, jasa hanya dapat dikonsumsi bersamaan ketika jasa itu diberikan sehingga tidak menimbulkan kepemilikan.

Menurut Kotler dan Keller (2006), ada lima kategori bauran jasa yang ditawarkan :

1. *Pure tangible good*– penawaran yang terdiri dari barang-barang utama seperti sabun, pasta gigi. Tidak ada jasa yang mendampingi produk.
2. *Tangible good with accompanying services*– yaitu barang yang didampingi oleh satu atau lebih jasa. Contohnya membeli mobil kemudian ada jasa servis gratis untuk jangka waktu tertentu.
3. *Hybrid*– proporsi antara barang dan jasa seimbang. Contohnya adalah restoran
4. *Major service with accompanying minor goods and services*– layanan utama dengan layanan tambahan atau barang pendukung. Misalnya tinggal di hotel dapat sabun gratis
5. *Pure service*– hanya menjual jasa saja seperti *baby-sitting*, psikoterapi, pijat.

Menurut Kotler dan Amstrong (2010) terdapat empat karakteristik utama dari jasa, yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)  
Jasa itu tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi. Bila barang adalah suatu objek, alat, material, atau benda; justru jasa merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja, atau usaha.
2. Tak terpisahkan (*inseparability*)  
Kegiatan jasa tidak bisa dipisahkan dengan pemberi jasa, baik perorangan ataupun organisasi serta perangkat mesin atau teknologi.

3. Keanekaragaman (*heterogenity*)  
Bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh manusia dan mesin/peralatan berbeda-beda. Tiga langkah untuk meningkatkan kualitas kontrol adalah : (1) mempekerjakan karyawan yang baik dan memberikan pelatihan, (2) standardisasi proses kinerja jasa di seluruh organisasi, dan (3) memonitor kepuasan konsumen.
4. Tidak tahan lama (*perishability*)  
Jasa berbeda dengan produk, jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau dipakai kemudian di masa yang akan datang. Jasa harus segera diberikan kepada konsumen pada saat itu.

Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2007, p.200), ‘Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.’

Sedangkan menurut Zeithaml dan Bitner (2003, p.120) pengertian kualitas layanan sebagai berikut “Mutu pelayanan merupakan penyampaian pelayanan yang baik atau sangat baik jika dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan.”

Menurut Hardjosoedarmo (1996) suatu perusahaan dikatakan berorientasi pada kualitas apabila :

1. Memusatkan perhatian pada upaya memuaskan pelanggan
2. Melakukan perbaikan berkelanjutan dan jangka panjang dalam seluruh proses dan output-output organisasi.
3. Mengambil langkah-langkah untuk melibatkan seluruh karyawan dalam upaya memperbaiki mutu.

Karena pelanggan adalah yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menemukan kualitasnya dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

### ***Kepuasan Konsumen***

Terdapat beberapa definisi tentang kepuasan, menurut Zeithaml dan Bitner (2003, p.86) “*Satisfaction is the consumer’s fulfillment response. It is a judgement that a product or service feature, or the product or service itself, provides a pleasurable level of consumption-related fulfillment*”.

Kotler dan Armstrong (2010, p.37) selanjutnya mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai “*the extend to which product’s perceived performance matches a buyer’s expectations*”.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan dapat terjadi apabila kinerja dari suatu produk atau jasa sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen atau mampu melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen.

Sedangkan, ketidakpuasan dapat terjadi apabila kinerja produk atau jasa itu tidak sesuai dengan harapan konsumen atau dibawah harapan konsumen. Sumber harapan konsumen jasa terdiri dari beberapa sumber seperti pengalaman sebelumnya, *word-of-mouth*, dan iklan. Secara umum, konsumen akan membandingkan jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan.

Perusahaan yang sukses menambahkan manfaat ke konsumennya tidak hanyamemuaskan mereka tetapi juga harus memberikan kejutan dan kesenangan bagi konsumennya. Memuaskan pelanggan adalah masalah melebihi harapan.

### ***Kualitas Makanan***

Menurut Griffin, Ebert dan Renald (2006) kualitas makanan dipengaruhi oleh :

- a. Penampakan yang meliputi ukuran & bentuk, warna, kilap dan juga kekentalan
- b. Tekstur yang dapat diketahui dengan cara diraba menggunakan jari (*finger feel*) dan atau perabaan dengan mulut (*mouth feel*)
- c. Cita rasa yang merupakan respon ganda dari indera penciuman.
- d. Faktor tersembunyi yang meliputi, nilai gizi produk, kandungan logam berbahaya, kandungan bahan beracun dan juga jumlah serta jenis mikroba yang terdapat pada bahan makanan tersebut.

Kualitas makanan sangat penting untuk diketahui baik produsen atau konsumen untuk mengetahui mutu bahan makanan tersebut apakah layak konsumsi atau tidak untuk menjamin kesehatan dan keselamatan konsumen dan kelangsungan usaha produsen (Qin & Pyrbatok, 2009).

### ***Lingkungan Fisik***

Lingkungan jasa merupakan sebuah tempat berlangsungnya proses penyampaian jasa antara penyedia jasa dengan pelanggan. Faktor-faktor yang terdapat pada lingkungan tersebut dapat menjadi pengaruh yang signifikan pada persepsi mengenai seluruh kualitas jasa yang disampaikan para penyedia jasa. Kualitas lingkungan fisik yaitu sebuah kualitas yang ada di dalam lingkungan di mana proses pelayanan itu terjadi. Dan kualitas ini terdiri dari (Brady dan Cronin, 2001) :

- a. Kondisi lingkungan : yaitu kondisi yang dapat memberikan kenyamanan yang berkenaan dengan aspek nonvisual
- b. Desain : yaitu hubungan dengan tata letak atau arsitektur ruangan
- c. Faktor sosial : yaitu jumlah konsumen lain yang berada di dalam lingkungan pelayanan

Menurut Boom & Bitner (1982) lingkungan fisik mempunyai dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

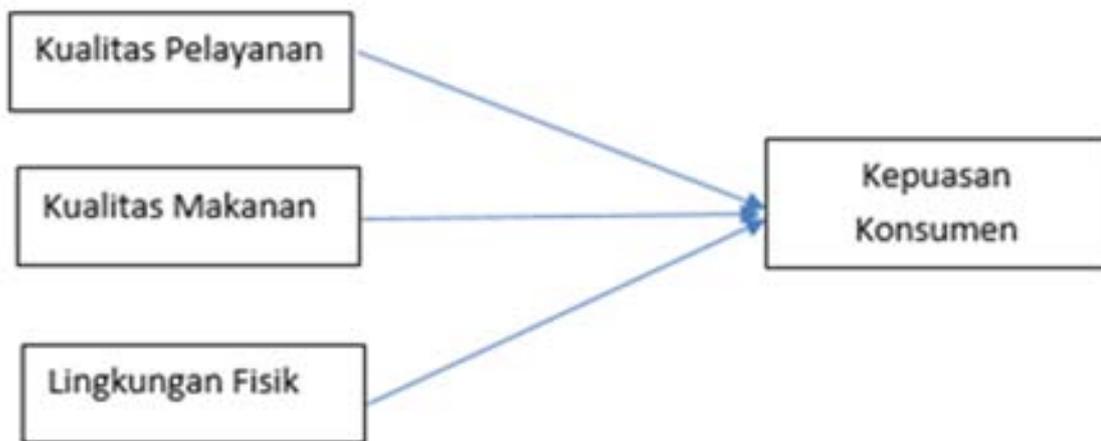
Bitner (1982) mengklasifikasikan lingkungan fisik ke dalam 3 dimensi yaitu :

- a. Ambient condition : terdiri dari suhu, kebisingan, music, bau dan pencahayaan. Semua faktor ini ,mempengaruhi perasaan seseorang untuk merespon terhadap jasa yang diberikan.
- b. Spatial/ layout and functionally : spatial layout merujuk pada bagaimana mesin, perlengkapan dan mebel ditata. Functionally adalah kemampuan barang-barang tersebut untuk memfasilitasi pemenuhan tujuan konsumen dan karyawan.
- c. Signs, symbol and artifacts : benda-benda yang digunakan untuk komunikasi tersirat

maupun tersurat mengenai tempat tertentu kepada para pengguna jasa. Contoh : tanda penunjuk toilet

### **Model Penelitian**

Model penelitian dibawah menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik merupakan variabel independen yang dapat berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen yang menjadi variabel dependen.



**Gambar 1. Model Penelitian**

### **III. Metode Penelitian**

#### **Sampel dan Prosedur**

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011, p.122).

Adapun jenis *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling sistematis*. *Sampling sistematis* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut, Misalnya anggota populasi terdiri dari 100 orang. Dari semua anggota diberi nomor urut, yaitu nomor 1 sampai dengan nomor 100. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan nomor ganjil saja, genap saja, atau kelipatan bilangan tertentu (Sugiyono, 2011, p.125)

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen restoran Kampoeng Kita. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009, p.115). Jumlah populasi restoran Kampoeng Kita dalam seminggu mencapai 225 pengunjung. Hasil jumlah sampel yang didapat dalam kurun waktu 14 hari adalah 144 responden

*Operasionalisasi Variabel*

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Referensi
Faktor Lingkungan Fisik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LF1 Restoran memiliki desain interior dan juga eksterior yang menarik</li> <li>• LF2 Musik yang dimainkan di dalam restoran menyenangkan</li> <li>• LF3 Area untuk makan sangat bersih</li> <li>• LF4 Pelayan berpakaian rapi dan sopan</li> </ul>	Ryu, Lee, Kim (2008)
Faktor Kualitas Makanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KM1 Makanan yang disajikan lezat</li> <li>• KM2 Makanan yang disajikan bernutisi</li> <li>• KM3 Restoran menawarkan berbagai macam menu</li> <li>• KM4 Restoran menawarkan makanan yang segar</li> <li>• KM5 Makanan menimbulkan wangi yang menarik</li> <li>• KM6 Presentasi daripada makanan sangat menarik secara visual</li> </ul>	Ryu, Lee, Kim (2008)
Faktor Kualitas Jasa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KJ1 Pelayan menyajikan makanan sesuai pesanan</li> <li>• KJ2 Pelayan memberikan servis yang cepat</li> <li>• KJ3 Pelayan selalu bersedia membantu konsumen</li> <li>• KJ4 Pelayan memberikan kenyamanan disaat berinteraksi dengan mereka</li> </ul>	Ryu, Lee, Kim (2008)
Kepuasan Konsumen :	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KK1 Konsumen puas dengan keseluruhan pengalam di restoran</li> </ul>	Ryu, Lee, Kim (2008)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KK2 Secara keseluruhan, restoran membuat konsumen senang</li> <li>• KK3 Konsumen benar-benar menikmati berada di dalam restoran</li> <li>• KK4 Konsumen yakin bahwa makan di Restoran Kampoeng Kita adalah pilihan yang tepat</li> </ul>	

*Teknik Pengumpulan Data*

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer. Kuesioner itu sendiri adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011, p.192).

Perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$K = \frac{N}{n}$$

$$K = \frac{225}{144} = 1,5625 \text{ (pembulatan menjadi 2)}$$

Jadi setiap orang ke-2 akan diberikan 1 kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen restoran Kampoeng Kita. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009, p.115). Jumlah populasi restoran Kampoeng Kita dalam seminggu mencapai 225 pengunjung.

Adapun ukuran sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003). Berikut adalah rumusnya:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{225}{1 + 225(5\%)(5\%)}$$

$$n = \frac{225}{1 + 0,5625}$$

$$n = 144$$

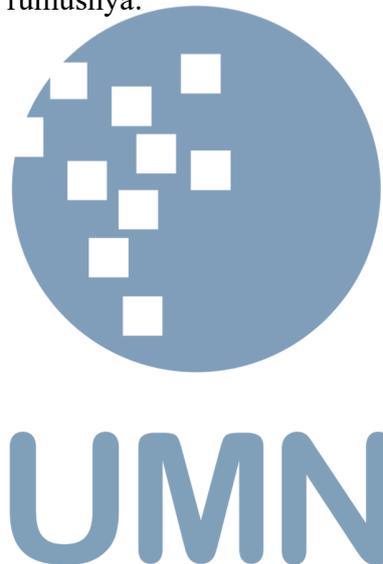
Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentase tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah 5%

Hasil jumlah sampel yang didapat dalam kurun waktu 14 hari adalah 144 responden



#### IV. Teknik Analisis

##### *Uji Pre-test*

Penulis melakukan pre-test dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden yang sudah pernah makan di restoran Kampoeng Kita. Uji pre-test ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang digunakan telah reliabel dan valid. Uji pre-test dilakukan dengan melakukan dua uji yaitu uji reliabilitas dan uji validitas.

##### **Uji Reliabilitas**

Menurut Uyanto (2009) kuesioner dapat dikatakan reliabel jika memberikan hasil *score* yang konsisten pada setiap pengukuran. Uji reliabilitas yang digunakan dengan teknik Alpha Cronbach. Pengujian ini dilakukan untuk jenis data interval. Menurut Nunnally and Bernstein,

1978 (dalam Uyanto, 2009) pengukuran skala yang reliabel sebaiknya memiliki angka alpha cronbach minimal 0,7.

### Uji Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan didalamnya mampu mengukur apa yang diinginkan. Pengukuran validitas menggunakan korelasi *Pearson* dengan nilai validitas minimal 0,3 (Ghozali, 2011).

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011, p. 160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dilakukan untuk menguji kenormalan distribusi data, dimana data yang normal atau terdistribusi secara normal akan memusat pada nilai rata-rata dan median. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar data terdistribusi secara normal dalam variabel di dalam penelitian ini. Data yang baik yang dapat dipakai dalam suatu penelitian adalah data yang telah terdistribusi secara normal, dengan ketentuan sebagai berikut :

- Nilai  $Z > 0,05$  artinya data terdistribusi normal
- Nilai  $Z < 0,05$  artinya data tidak terdistribusi normal

#### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011, p. 105), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Metode pengujian yang dipergunakan adalah metode dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi dimana VIF tidak boleh melebihi nilai 10. Jika nilai VIF mempunyai nilai lebih dari 10 maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinieritas.

### Metode Analisis Data

#### Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi sederhana merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana dimana terdapat lebih dari satu variabel independen  $x$  (Uyanto, 2009). Rumus matematis dari analisis regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel Dependen

$a$  = Konstanta

*Independent Variable* :

$x_1$  = Lingkungan Fisik

$x_2$  = Kualitas Makanan

$x_3$  = Kualitas Pelayanan

**Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Hal tersebut dapat dilihat dari table ANOVA yaitu dengan melihat nilai signifikansinya.

Apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ( 5%) maka  $H_a$  diterima dan sebaliknya nilai signifikansi lebih dari 0,05 ( 5% ) maka  $H_0$  diterima. Adapun kriteria yang digunakan untuk menolak  $H_0$  ( menerima  $H_1$  ) dalam pengujian ini apabila :  $F_{hitung} > F_{tabel}$

**Uji Hipotesis**

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi empat hipotesis, yaitu:

- a. Hipotesis 1
  - $H_{0.1} : \beta = 0$  : Tidak terdapat pengaruh dari lingkungan fisik, kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Kampoeng Kita.
  - $H_{a.1} : \beta \neq 0$ : Terdapat pengaruh dari lingkungan fisik, kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Kampoeng Kita.
- b. Hipotesis 2
  - $H_{0.1} : \beta = 0$  : Tidak terdapat pengaruh dari lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen di restoran Kampoeng Kita.
  - $H_{a.1} : \beta \neq 0$ : Terdapat pengaruh dari lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen di restoran Kampoeng Kita.
- c. Hipotesis 3
  - $H_{0.2} : \beta = 0$  : Tidak terdapat pengaruh dari kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Kampoeng Kita.
  - $H_{a.2} : \beta \neq 0$ : Terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Kampoeng Kita.
- d. Hipotesis 4
  - $H_{0.2} : \beta = 0$  : Tidak terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Kampoeng Kita.
  - $H_{a.2} : \beta \neq 0$  : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Kampoeng Kita

**V. Hasil dan Pembahasan****Analisis Data****Analisis Karakteristik Responden**

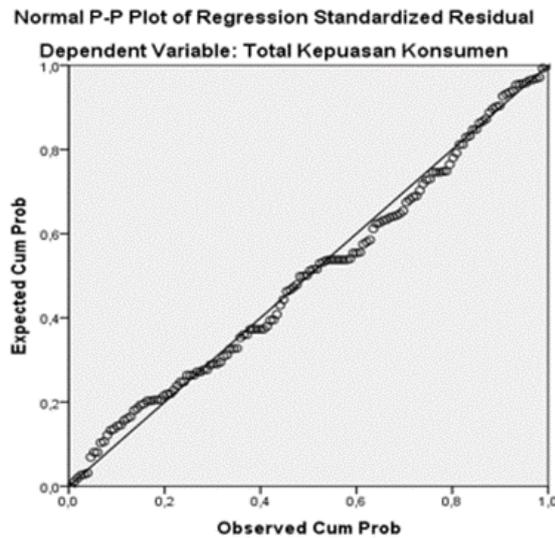
Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada 144 responden. Berdasarkan 144 kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh responden maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 4.3: Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Jumlah	%
1	Jenis Kelamin		
	a. Laki-Laki	69	47,9%
	b. Perempuan	75	52,1 %
	Total	144	100 %
2	Usia		
	a. 17 - 25 tahun	26	18,1 %
	b. 26 - 35 tahun	25	17,4 %
	c. 36 - 45 tahun	61	42,4 %
	d. >45 tahun	32	22,2 %
	Total	144	100 %
3	Pendidikan		
	a. SD	02	1,4 %
	b. SMP	04	2,8 %
	c. SMA	35	24,3 %
	d. S1	93	64,6 %
	e. S2	9	6,3 %
	f. S3	1	0,7 %
	Total	144	100 %
4	Pekerjaan		
	a. Pelajar atau mahasiswa	18	12,5 %
	b. Ibu Rumah Tangga	42	29,2 %
	c. Karyawan / Karyawan	23	16,0 %
	d. Wiraswasta atau pengusaha	57	39,6 %
	e. Lainnya...	4	2,8 %
	Total	144	100 %
5	Pengeluaran per Bulan		
	a. < Rp 1.000.000	15	10,4 %
	b. Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000	22	15,3 %
	c. Rp 2.000.001 – Rp 3.500.000	21	14,6 %
	d. Rp 3.500.001 – Rp 5.000.000	24	16,7 %
	e. > Rp 5.000.000	62	43,1 %
	Total	144	100 %
6	Frekuensi Kunjungan		
	a. > 1 kali / minggu	0	0 %
	b. 1 kali / minggu	22	15,3 %
	c. 1 kali / bulan	27	18,8 %
	d. 1 kali / 2 bulan	27	18,8 %
	e. 1 kali / 3 bulan	32	22,2 %
	f. 1 kali / 6 bulan	36	25,0 %
	Total	144	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 69 responden (47,9%) adalah Laki-Laki dan sisanya 75 responden (52,1%) adalah Perempuan. Mayoritas pengunjung Kampoeng Kita berusia 36-45 tahun sebanyak 61 responden dan 32 responden berusia >45 tahun sedangkan sisanya sebanyak 26 responden berusia 17-25 tahun dan sebanyak 25 responden berusia 26-35 tahun. Dari data di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menyenangi pendidikan S1 dengan jumlah sebesar 93 responden sementara 35 responden menyenangi pendidikan SMA. Rata-rata responden yang berkunjung ke Kampoeng Kita berprofesi sebagai wiraswasta yaitu sebesar 57 responden (39,6%), sebesar 42 responden (29,2%) merupakan ibu rumah tangga. Dan juga karyawan/karyawati sebesar 23 responden, pelajar/mahasiswa sebanyak 18 responden. Dari segi pengeluaran per bulan, dapat dilihat bahwa mayoritas responden sebanyak 62 responden (43,1%) pengeluaran per bulannya di atas Rp 5.000.000. Rata-rata frekuensi kunjungan responden adalah 1 kali/6 bulan sebanyak 36 responden (25,0%) sebanyak 32 responden (22,2%) datang sekitar 1 kali/3 bulan.

**Uji Asumsi Klasik**  
**a. Uji Normalitas**



**Gambar 2. Uji Normalitas**

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan hal ini menunjukkan pola distribusi normal dan model regresi memenuhi distribusi normalitas.

**Uji Multikorelasi**

Dari uji multikorelasi didapatkan nilai *VIF* untuk total kualitas lingkungan fisik sebesar 1,431 total kualitas makanan sebesar 2,053 serta kualitas jasa sebesar 1,677 dan dari variabel tersebut tidak ada nilai *VIF* >10, yang berarti bahwa variabel-variabel independen tersebut tidak terjadi *multicollinearity* (atau tepatnya hanya *low collinearity*)

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Pengujian Regresi Linier Berganda dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (Kualitas Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen).

Tabel 4.5: Model Summary Persamaan Regresi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,661 <sup>a</sup>	,436	,424	1,58472	1,797

a. Predictors: (Constant), Total Kualitas Jasa, Total Kualitas Lingkungan Fisik, Total Kualitas Makanan

Dependent Variable: Total Kepuasan Konsumen

Hasil output SPSS di atas menunjukkan nilai *R square* 0,436 dimana diartikan variabilitas kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, lingkungan fisik dan kualitas makanan sebesar 43,6%. Dan sebesar 56,4% variabilitas kepuasan konsumen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4.6: Anova Persamaan Regresi

Berdasarkan uji ANOVA atau uji F, maka dapat didapatkan probabilitas signifikansi yang

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	272,162	3	90,721	36,124	,000 <sup>b</sup>
	Residual	351,588	140	2,511		
	Total	623,750	143			

Berdasarkan uji ANOVA atau uji F, maka dapat didapatkan probabilitas signifikansi yang lebih rendah dari 0.05 (0.000), maka  $H_0$  ditolak. Dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi kualitas makanan, lingkungan fisik dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan konsumen.

a. Dependent Variable: Total Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Total Kualitas Jasa, Total Kualitas Lingkungan Fisik, Total Kualitas Makanan

Tabel 4.7: Koefisien Persamaan Regresi

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,844	,768		2,401	,018		
	Total Kualitas Lingkungan Fisik	,225	,083	,206	2,715	,007	,699	1,431
	Total Kualitas Makanan	,146	,072	,184	2,024	,045	,487	2,053
	Total Kualitas Jasa	,341	,070	,402	4,898	,000	,596	1,677

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan pada kolom Sig. mempunyai nilai *P-value* sebesar 0.000 (< 0.05) sehingga dapat disimpulkan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas lingkungan memiliki nilai 0,007 (<0,05) sehingga pengaruhnya signifikan. Kualitas makanan memiliki nilai sebesar 0,045 (<0,05) sehingga pengaruhnya pun signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variable kualitas lingkungan fisik, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian persamaan regresi linier berganda yang didapat adalah

$$Y = 1,844 + 0,225X_1 + 0,146X_2 + 0,341X_3$$

Persamaan linier berganda ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif dari kualitas layanan, kualitas makan, dan kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen. Jika nilai variabel kualitas layanan, kualitas lingkungan fisik dan kualitas makanan naik, maka nilai variabel kepuasan konsumen pun akan naik.

## VI. Pembahasan

Dalam melakukan penelitian, mayoritas responden berasal dari kalangan menengah keatas dimana hal ini dapat dilihat dari jumlah pengeluaran per bulan yang sebesar 43,1% memiliki pengeluaran diatas dari Rp 5.000.000,00 dengan rata-rata berumur 36 – 45 tahun.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada 144 responden pengunjung restoran Kampoeng Kita di Pantai Indah Kapuk dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas lingkungan fisik, kualitas makanan dan kualitas pelayanan, (penulis meneliti proses interaksi antara karyawan dengan konsumen) secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian penulis berbeda dengan penelitian hasil penelitian Hong dan Prybutok (2007), yang menunjukkan bahwa kualitas jasa tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, melainkan hanya variabel kualitas makanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh berbedanya jenis restoran yang diteliti, penulis melakukan penelitian pada restoran vegetarian yang memberikan pelayanan lebih banyak kepada konsumen, sedangkan penelitian daripada Hong dan Prybutok (2007) melakukan penelitian pada restoran cepat saji. Pada restoran cepat saji dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan lebih minim dibandingkan dengan restoran pada umumnya, dimana restoran cepat saji menggunakan sistem *self-service* sehingga ini membuat kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada penelitian Hong dan Prybutok (2007). Booms and Bitner (1982) mengatakan bahwa kualitas lingkungan fisik restoran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini sejalan dengan hasil daripada penelitian penulis.

Maka dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas lingkungan fisik dan kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di restoran Kampoeng Kita.

## VII. Simpulan

### *Kesimpulan*

Penelitian ini dilakukan untuk dengan maksud untuk menjawab rumusan masalah serta tujuan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan, kualitas lingkungan fisik dan kualitas jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Kampoeng Kita.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Kampoeng Kita.
3. Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Kampoeng Kita.
4. Kualitas lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Kampoeng Kita.

### *Saran*

Dari pembahasan dan simpulan di atas, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Kampoeng Kita untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu :

1. Pada hasil penelitian diketahui bahwa kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka dari itu alangkah baiknya restoran Kampoeng Kita mengubah eksteriornya agar dapat lebih menarik perhatian pengunjung dengan memberikan hiasan yang lebih menarik seperti patung atau pot bunga. Eksterior restoran kampoeng kita yang sekarang masih terlihat *plain*.

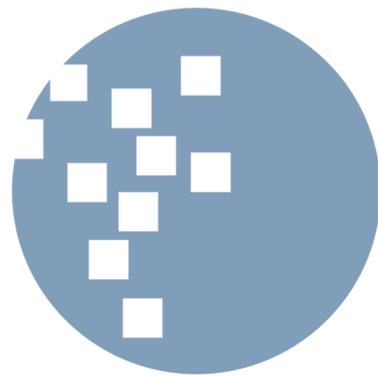
2. Restoran Kampoeng Kita hendaknya terus melakukan antisipasi terhadap semakin berkembangnya bisnis kuliner yang dapat menjadi ancaman terhadap kelangsungan restoran itu sendiri. Salah satunya adalah dengan mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah baik selama ini dan membuat konsumen lebih nyaman dengan memberikan keramahan dan senyuman. Dari segi sumber daya manusianya dapat ditingkatkan kualitasnya dengan memberikan pelatihan bagi karyawan berkenaan dengan hal-hal yang menyangkut pelayanan konsumen.
3. Meskipun sudah memiliki kualitas makanan yang membuat konsumen puas, namun tidak ada salahnya lebih meningkatkan lagi kualitas makanannya, salah satu caranya dengan menjaga kesegaran daripada bahan-bahan pokok dan non-pokok dengan menambahkan mesin pendingin.

### IX. Sumber Referensi

- Booms, Bernard H. and Mary J. Bitner (1982), "Marketing Services by Managing the Environment," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 23 (May), 35-9.
- Brady, Michael. K, & Cronin Jr, J. Joseph, (2001). *Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach*. *Journal of Marketing*. 65. p.34-49
- Griffin, Ricky W., Ebert, dan Renald J. (2006). *Business* (8th ed.). New Jersey : Prentice Hall
- Ghozali, Imam H. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardjosoedarmo, Soewarso. (1996). *Dasar-dasar Total Quality Management*. Jakarta: Andi
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (13<sup>th</sup> ed. ). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). *Marketing Management* (12<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice hall.
- Lovelock, CH., & Wirtz, J. (2007). *Services Marketing* (6<sup>th</sup> ed.). USA: Pearson Prentice Hall.
- Qin Hong, & Pyrbutok, Victor R. (2009). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in fast-food restaurants. *International Journal of quality & service sciences*. Vol 1. No.1, pp.78-95.
- Ryu, Kisang, Lee Hye-Rin, Kim Gon Woon (2009). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), pp.200-223
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi ( Mixed Method )*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Uyanto, S.S. (2009). *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Zeithaml, Valerie A., & Bitner, Mary J. (2003). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm* (3<sup>th</sup> ed.). New York: Mc Graw. Hill.



UMN