PAPER NAME

Pengaruh Ragam menu dan Kualitas Makanan Prata Waroeng 8 Terhadap Kepuasan Konsumen.docx

AUTHOR

Lufita Devi Novriana

WORD COUNT

8146 Words

CHARACTER COUNT

49580 Characters

PAGE COUNT

37 Pages

FILE SIZE

204.6KB

SUBMISSION DATE

Dec 20, 2023 6:02 PM GMT+7

REPORT DATE

Dec 20, 2023 6:03 PM GMT+7

37% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 21% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 30% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Small Matches (Less then 15 words)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang ini aspek bisnis merupakan salah satu aspek yang mengalami perkembangan secara pesat. Banyak pihak yang memulai usaha bisnis nya mulai dari bisnis skala kecil maupun skala besar. Menurut Margaretha pada tahun 2004 didalam jurnal (Andre Alkahfi & M. Nawawi, 2022) Dunia bisnis yang berkembang pesat menghadirkan tantangan sekaligus ancaman bagi pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang ingin memperoleh dan mengembangkan keunggulan bersaing harus bisa menawarkan produk atau jasa yang lebih unggul dari pesaingnya, misalnya dengan harga yang lebih rendah dari pesaingnya, waktu pengiriman yang lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik. Memulai sebuah bisnis memerlukan ide dan konsep tujuan yang jelas sehingga bisnis yang dijalankan menghasilkan keuntungan serta mencapai target awal yang telah ditentukan. Keuntungan juga diperoleh dari aspek pemasaran yang tepat, yaitu dengan cara memahami hal yang sedang menjadi selera dimasyarakat umum. Sehingga aspek pemasaran harus dipersiapkan secara matang sebelum membangun sebuah bisnis agar sasaran target yang dituju dapat tercapai.

Salah satu bisnis usaha yang berkembang di masa sekarang ialah usaha kuliner. Kuliner Indonesia perlahan mulai mendunia karena memiliki citarasa yang beragam dan unik. Penyajian secara tradisional dengan menggunakan daun pisang, janur (daun kelapa yang masih kucup), dan daun pandan menarik perhatian banyak kalangan dari mancanegara (Utami, 2018). Mengingat perkembangan dari kuliner tersebut, ini merupakan peluang bagi pribadi yang memiliki keinginan dalam membangun usaha kuliner ini. Seiring berkembang nya zaman, maka hal ini tentunya berdampak pula pada selera dan minat konsumen. Hal ini akan menjadi peluang yang sangat besar bagi pihak bisnis kuliner dengan cara terus berinovasi dengan menciptakan makanan yang disajikan dengan unik sehingga bisa menarik perhatian dan menciptakan rasa penasaran kepada konsumen. Sehingga konsumen akan terus-menerus mencari tahu informasi mengenai produk tersebut kemudian datang berkunjung untuk menikmati produk yang disajikan. Tentunya ini akan menimbulkan hal positif yaitu terciptanya hubungan baik yang terjadi antar konsumen dengan pemilik usaha kuliner tersebut.

Bisnis usaha kuliner tentunya sangat erat dengan kebutuhan manusia. Di era yang serba instan dan praktis ini tentunya juga akan berdampak pada aktifitas dan kebutuhan manusia.

demi memenuhi kebutuhan pangan, konsumen di masa sekarang lebih memiliki minat dengan menikmati produk dari restoran cepat saji. Tentunya hal ini memiliki dampak yang baik bagi konsumen yaitu bisa menghemat waktu dan konsumen tidak perlu bersusah payah dengan menyiapkan segala bahan untuk memasak. Dengan adanya restoran cepat saji, konsumen hanya datang dan memesan menu yang diinginkan, dengan tidak perlu menunggu waktu lama hidangan datang dan siap untuk dinikmati.

Bisnis usaha di bidang kuliner ini tentunya memiliki cakupan yang luas, khususnya kuliner di negara kita yaitu Indonesia. Indonesia yang terbentang dari Sabang sampai Merauke tentunya memiliki banyak ragam bahasa, suku, ras dan setiap daerahnya memiliki ciri khas masing-masing apalagi dalam segi makanan khas daerahnya. Makanan khas setiap daerah memiliki cita rasa mulai dari yang manis dan legit, berlemak, penuh dengan rempah maupun sampai yang pedas sekalipun. Tentunya hal ini menambah nilai keunikan dari cita rasa kuliner Indonesia tersebut.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki perkembangan di bagian wisata kuliner ialah kota Batam yang terletak di Kepulauan Riau. Menurut Widjaja pada tahun 2020 didalam jurnal (Anggraini & Yana, 2022) Bagian penting dari nilai pariwisata daerah merupakan makanan, baik sebagai makanan ataupun untuk dijadikan hadiah oleh-oleh makanan khas. Selain sekedar untuk dijadikan oleh-oleh, makanan khas daerah juga dapat dikembangkan secara kualitas dan kuantitas sehingga dapat dijual ke daerah yang lain hingga ke para pendatang. Letak geografis suatu wilayah dapat mempengaruhi jenis makanan khas daerah wilayah tersebut. Kota Batam yang merupakan bagian dari daerah Riau Kepulauan yang dipisahkan di antara beberapa pualau ini terkenal dengan hasil kekayaan laut nya salah satunya yaitu *seafood* yang segar. Sehingga ini menjadi daya tarik sendiri yang dimiliki oleh Kota Batam untuk menarik wisatawan untuk datang berkunjung.

Salah satu makanan juga yang terkenal dan menjadi daya tarik dari Kota Batam ini sendiri ialah Prata. Prata merupakan roti yang memiliki bentuk hampir serupa dengan roti canai hanya saja memiliki teknik menggorengnya saja yang berbeda. Pada roti canai memerlukan minyak yang banyak dalam proses penggorengannya sedangkan prata hanya memerlukan minyak yang lebih sedikit. Dalam mengonsumsi prata biasanya disandingkan dengan kuah kari sebagai kuah nya. Namun seiring berkembangnya zaman mengikuti mengikuti selera masyarakat, prata mulai berinovasi mulai dari yang manis seperti prata pisang keju coklat, prata tiramisu, prata pisang keju maupun prata dengan rasa gurih misalnya prata telor yang tetap dinikmati dengan kuah kari. Hal ini menjadi salah satu aspek persaingan bisnis usaha kuliner yaitu untuk terus

berinovasi memahami selera masyarakat agar produknya tetap dapat dinikmati di berbagai kalangan.

Prata Waroeng 8 merupakan salah satu usaha bisnis prata yang cukup terkenal di Kota Batam. Prata waroeng 8 ini sudah berdiri sejak tahun 1978 dan sudah memiliki beberapa cabang, diantaranya cabang Tiban, cabang Bengkong dan cabang Batu Aji. Prata Waroeng 8 memiiliki cabang pusat yaitu Prata Waroeng 8 Tiban. Prata Waroeng 8 ini menjadi cabang pusat dikarenakan memiliki lingkungan tempat restoran yang luas kemudian banyaknya konsumen yang lebih memilih Prata Waroeng 8 cabang Tiban ini dalam menikmati kelezatan yang dimiliki oleh hidangan prata ini. Penikmat Prata Waroeng 8 Tiban terdapat dari berbagai jenis kalangan mulai dari yang muda hingga lansia sekalipun. Ini dikarenakan menu yang disajikan di Prata Waroeng 8 Tiban disesuaikan dengan selera masyarakat untuk semua kalangan sehingga menu yang disajikan di Prata ini dapat dinikmati oleh siapapun.

Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Narasumber Prata Waroeng 8 Tiban yaitu Pak Aah Sumardi. Prata Waroeng 8 Tiban memiliki menu yang bervariasi baik dari makanan maupun minuman yang disediakan. Hal ini menjadi bukti bahwa Prata Waroeng 8 Tiban benar-benar memahami selera konsumen nya. Adapun menu yang menjadi *best seller* di Prata Waroeng 8 Tiban ialah teh tarik dan prata telur. Beberapa pelanggan yang datang memesan salah satu diantara kedua menu *best seller* tersebut sebagai hidangannya.

Adapun cara untuk memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya, terutama ketika perusahaan ini menawarkan berbagai macam produk (Kotler & Armstrong, 2017) variasi menu juga merupakan salah satu aspek yang menentukan kepuasan konsumen. Setiap bisnis usaha kuliner harus memahami bahwa konsumen yang datang memiliki minat dan selera yang berbeda-beda. Oleh karena itu, dengan menyediakan menu yang bervariasi ini akan memudahkan bisnis kuliner untuk menarik minta konsumen.

Kelengkapan produk juga sama hal nya dengan keberagaman menu yang disediakan oleh sebuah bisnis makanan. Menurut Gede pada tahun 2022 didalam jurnal (Sumantri, 2023) Keunikan dari menu yang bervariasi dapat menjadikan konsumen sebagai pengalaman yang cukup memberikan kesan bagi pelanggan sehingga variasi menu makanan ialah sebuah faktor yang memberikan dampak pada keputusan pembelian pelanggan. Seseorang yang sudah menetapkan untuk melakukan pembelian atas suatu barang atau jasa terdapat banyak faktor yang dapat memberikan dorongan dan menjadikan pertimbangan bagi konsumen dalam menetapkan keputusan untuk membeli produk diantaranya perilaku konsumen sendiri. Keberagaman menu dapat dilihat dari segi keunikan, tampilan, rasa maupun cara penyajian menu tersebut kepada konsumen sehingga menambah rasa penasaran

dan rasa ingin memenuhi selera. Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap keuntungan suatu bisnis makanan, ketika pelanggan memiliki kepuasan dan terjalinnya hubungan baik dengan pelanggan maka akan terjadi *repeat order* pada bisnis makanan tersebut.

Kualitas produk merupakan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen. Kualitas produk sendiri adalah suatu pemahaman mengenai produk yang di tawarkan seorang pedagang yang memiliki nilai jual sesuai dengan kualitas yang tidak dipunyai oleh merek lain. Maka dari itu, perusahaan merek selalu berfokus terhadap kualitas produk serta melakukan perbandingan dengan produk merek perusahaan lain. Kualitas produk dicerminkan dengan bagus atai tidaknya dalam hal kehandalan, daya tahan, kemajuan, kemudahan pengemasan, kekuatan, reparasi produk dan lain sebagainya (Aprita Nur Maharani & Ali Alam, 2022) Kualitas makanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas jika memiliki pengalaman membeli yang berkesan sehingga akan menimbulkan *repeat order* kepada bisnis usaha makanan tersebut. Sehingga hal ini akan memberikan keuntungan yang besar pada bisnis usaha tersebut serta mendapat kesan dan penilaian yang baik pula oleh setiap konsumen. Kualitas produk yang baik tentunya berdampak baik juga terhadap perusahaan. Ketika suatu bisnis usaha menyajikan produk mereka dengan baik dan memenuhi eskpetasi kosnumen sehingga hal ini tentunya berdampak baik pada bisnis udaha tersebut.

Kemudian adapun permasalahan selanjutnya ialah berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa konsumen Prata Waroeng 8 dan beberapa hasil *review* dari aplikasi GoFood dan GrabFood bahwa adanya beberapa alasan dari konsumen mengenai kepuasan pada produk yang dinikmati. Konsumen merasa tidak puas dengan kuah prata nya seperti kuahnya terkadang terasa sedikit asam dan rasanya tidak konsisten. Beberapa juga terjadi salah orderan, misalnya konsumen memesan menu nasi goreng melalui aplikasi GoFood tetapi berbeda dengan yang dipesan ketika makanan telah diantar ke alamat tujuan. Konsumen juga pernah ketika *dine-in* memesan nasi goreng tidak pedas namun yang datang nasi goreng pedas. Beberapa dari konsumen memiliki tanggapan yang sama seperti porsi makanan yang terkadang berubah-ubah atau tidak konsisten. Jika masalah seperti ini dibiarkan tentunya akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban ini.

Kesimpulan dari faktor yang telah diuraikan di atas sebelumnya yaitu ragam menu dan kualitas makanan yang disajikan apakah akan selalu berpengaruh kepada kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan masalah yang terjadi kepada konsumen usaha Prata Waroeng 8 ini, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ragam menu dan Kualitas Makanan Prata Waroeng 8 Terhadap Kepuasan Konsumen”.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus kepada pengaruh ragam menu dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian

Ini dapat diuraikan menjadi:

1. Bagaimana pengaruh ragam menu di Prata Waroeng 8 terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh kualiatas makanan yang disajikan di Prata Waroeng 8 terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimana pengaruh ragam menu dan kualiatas makanan yang disajikan di Prata Waroeng 8 terhadap kepuasan konsumen?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Adanya pengaruh ragam menu di Prata Waroeng 8 terhadap kepuasan para konsumen.
2. Adanya pengaruh kualitas makanan di Prata Waroeng 8 terhadap kepuasan konsumen.
3. Adanya pengaruh ragam menu dan kualitas makanan di Prata Waroeng 8 terhadap kepuasan para konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Bagi penulis

Untuk mengetahui adanya hubungan antara ragam menu dan kualitas makanan yang disajikan terhadap kepuasan konsumen

1.5.2 Bagi institusi pendidikan

Untuk menambah wawasan tentang hal- hal yang menjadi aspek masalah yang dihadapi dalam menjalankan suatu bisnis usaha makanan dalam mendapatkan kepuasan para konsumen khususnya dari segi ragam menu dan kualitas makanan yang disajikan.

1.5.3. Bagi tempat penelitian

Untuk menjadi bahan masukan kepada usaha bisnis makanan ini sehingga tetap menjadi pilihan makanan yang terbaik pada setiap konsumen yang mendatanginya.

1.5.4. Bagi Masyarakat

Untuk menjadi informasi bagi masyarakat mengenai permasalahan yang diteliti.

1.5.5. Bagi Mahasiswa

Untuk menjadi acuan atau pedoman penelitian selanjutnya di Prata Waroeng 8 Tiban.

1.6 Definisi Masalah

Penulis terlebih dahulu akan menjelaskan beberapa pengertian penting yang berhubungan dengan judul penelitian:

1.6.1. Pengaruh

Pengaruh merupakan sesuatu hal yang memiliki dampak kepada sesuatu yang lain. Dalam penelitian ini, adapun pengaruh yang diteliti ialah ragam menu dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen.

1.6.2. Ragam Menu

Ragam menu merupakan pilihan menu yang dapat disajikan kepada setiap konsumen. Setiap konsumen memiliki selera yang berbeda-beda. Jika suatu restoran menyajikan menu yang beragam maka ini menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk datang mengunjungi restoran tersebut. Menu yang beragam membuat para konsumen bisa menyantap dan memilih menu sesuai dengan selera masing-masing.

1.6.3. Kualitas Makanan

Kualitas makanan merupakan mutu atau nilai dari makanan yang disajikan dari sebuah bisnis usaha kuliner. Restoran yang baik merupakan restoran yang memperhatikan kualitas produk dari proses pembuatannya hingga sampai ke para konsumen. Semakin baik kualitas produk maka semakin baik pula tanggapan dari para konsumen yang datang di restoran tersebut.

1.6.4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen terhadap suatu produk atau makanan yang dinikmati. Apabila konsumen datang untuk menikmati makanan di sebuah restoran dan semuanya sesuai dengan yang diharapkan maka dari itu

akan terciptanya rasa puas dari konsumen tersebut terhadap restoran yang konsumen tersebut datangi.

1.6.5. Prata Waroeng 8 Tiban

Prata waroeng 8 Tiban merupakan salah satu usaha bisnis makanan prata yang terletak di Kepulauan Riau, Kota Batam, Kecamatan Sekupang, Tiban Centre. Prata waroeng 8 ini merupakan tempat peneliti melakukan penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori Ragam Menu

2.1.1. Definisi Ragam Menu

Perusahaan harus bisa mengambil keputusan yang tepat untuk menentukan varian menu dalam menyajikan makanan dan minuman di restoran tersebut, karena dengan adanya penawaran pelayanan dari rumah makan atas macam-macam menu masakan, dalam arti menu yang lengkap mulai dari rasa, jenis makanan dan minuman serta ketersedian produk setiap saat, hal tersebut akan dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan suatu pembelian dan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam menu sesuai dengan keinginan mereka (Silvia & Sanjaya, 2022).

Menurut Astuti et al. (2019) dalam jurnal (Timo & Timor, 2021) menunjukkan bahwa variasi menu dan cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti variasi menu dan cita rasa yang tinggi cenderung akan

memberikan kepuasan bagi konsumen. Ketika suatu restoran menyajikan menu yang bervariasi kepada konsumen itu menandakan bahwa restoran tersebut memahami setiap konsumen yang datang ke tempatnya mempunyai selera yang berbeda-beda. Ketika memiliki menu yang bervariasi juga selaras dengan cita rasa yang tinggi ini akan mnejadi nilai tambahan bagi kepuasan konsumen yang datang ke rostoran tersebut

Menurut Rosa dan Soetanto pada tahun 2006 di dalam jurnal (Virghina, 2023) menu adalah daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan konsumen dan dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha. Menu juga dapat dijadikan basis konsumen dalam membuat pilihan makanan, menu yang dibuat dengan baik dapat mengarahkan perhatian konsumen pada barang yang dijual lebih banyak.

2.1.2. Indikator Ragam Menu

Menurut John H.I dan Maria J.T dalam jurnal (Permana et al., 2022) Indikator tentang variasi menu sebagai berikut :

1. Jenis pilihan menu makanan dan minuman. Beragam menu pilihan dari makanan dan minuman. Jika makanan ada makanan yang berkuah, goreng dan kukus atau rebus. Sedangkan minuman mulai dari minuman ringan sampai berat, seperti teh, kopi, jus dan sop buah.

2. Rasa makanan dan minuman. Rasa yang dihasilkan oleh makanan dan minuman tersebut, apakah sebanding dengan harga dan tampilan menu yang dijual oleh cafe.

3. Presentasi makanan dan minuman. Komposisi bahan yang digunakan dalam membuat suatu menu makanan dan minuman. Seperti berapa kandungan gram tiap bahan dalam makanan dan minuman.

4. Ukuran porsi makanan dan minuman. Banyaknya jumlah makanan dan minuman yang disajikan. Jika makanan misalnya 1 porsi, 2 porsi atau bahkan cafe menyajikan makanan 1 porsi namun isinya sedikit. Sedangkan minuman disajikan muali dari 10 Oz, 12 Oz, 14 Oz atau 16 Oz.

2.2. Teori Kualitas Makanan

2.2.1. Definisi Kualitas Makanan

Menurut Yamit (2010) pada jurnal (Rahayu et al., 2022) kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas tidak hanya terdapat pada barang atau jasa saja, tetapi juga termasuk dalam produk makanan.

Kualitas produk merupakan sesuatu hal yang harus diperhatikan dengan baik. Penggunaan nilai sebagai ciri penampilan atau pelaksanaan item merupakan bagian penting dari sistem perusahaan untuk mencapai keunggulan yang terus berkembang. Keunggulan suatu produk atau jasa tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh usaha tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen (Virghina, 2023).

2.2.2. Indikator Kualitas Makanan

Terdapat beberapa indikator untuk mengukur kualitas makanan (Baihaky et al., 2022):

1. Warna dari bahan –bahan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi.

2. Penampilan, makanan harus terlihat baik saat disajikan, dimana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting.

3. Porsi, memiliki porsi standard dalam setiap penyajian halaman.

4. Bentuk, bentuk makanan memainkan peran penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi.

2.3. Teori Kepuasan Konsumen

2.3.1. Definisi Kepuasan Konsumen

Sebuah perusahaan yang menjalankan bisnis baik itu perusahaan manufaktur atau jasa pasti memiliki pelanggan. Pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis. Oleh sebab itu banyak perusahaan yang mengutamakan kepuasan dari pelanggan dalam mengelola bisnisnya. Kepuasan pelanggan akan memberikan dampak yang besar bagi perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung (Timo & Timor, 2021)

Kepuasan Konsumen merupakan aspek utama dalam pemasaran suatu produk khususnya yang memiliki kualitas baik dan brand yang terkenal. Gagasan sentral memberikan kemudahan dalam pemasaran dan dapat dipercaya oleh pembeli dari segi kualitas dan manfaaatnya setelah memberikan penilaian terhadap suatu produk. Hal ini membuktikan bahwa rasa puas konsumen terhadap suatu brand, tidak akan mudah berpaling dari brand tersebut. Pembeli yang loyal terhadap suatu merek dibuktikan dengan continue dalam membeli produk tersebut dan tidak mudah tertarik dengan produk lain meskipun lebih unggul serta dengan harga yang lebih murah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor kepuasan pelanggan dilihat dari kualitas produk dan harga suatu barang (Aprita Nur Maharani & Ali Alam, 2022)

2.3.2. Indikator Kepuasan Konsumen

Adapun indikator kepuasan konsumen menurut (Safitri et al., 2022)

1. Terpenuhinya keinginan konsumen

2. Kemampuan perusahaan melayani konsumen dibandingkan kompetitor

3. Konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain

4. Konsumen akan membeli kembali

2.4. Kajian Empiris

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini menjadi bahan referensi penulis yaitu mengenai varias menu dan kepuasan konsumen sebagai berikut:

NO	Nama Penelitian	Judul	Variabel	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	(Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, Asyifa Sofira, 2021)	Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya	Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	Harga, promosi dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Indomie.	Penelitian Penulis dan penelitian pembanding sama-sama menggunakan kualitas produk sebagai variabel (x)	Penelitian pembanding melakukan penelitian bertempat di PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe sedangkan Penelitian penulis bertempat di Prata Waroeng 8

		Wirasentosa Kabanjahe				
2	(Silvia & Sanjaya, 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa Dan Varian Menu Ayam Geprek Abu Ahda Terhadap Minat Beli Konsumen	Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Varian Menu dan Minat Beli Konsumen	Kualitas Pelayanan, cita rasa dan varian menu pada Ayam Geprek Abu Ahda secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen	Penelitian Penulis dan penelitian pembanding sama-sama menggunakan variasi menu sebagai variabel (X)	Penelitian Pembanding menjadikan aspek minat beli konsumen sebagai variabel (Y) nya sedangkan penelitian penulis menggunakan aspek kepuasan konsumen sebagai variabel (Y) nya.
3	(Permana et al., 2022)	Pengaruh Variasi Menu Dan Atmosfer Café Terhadap Keunggulan Bersaing (Survei Pada Konsumen Volkswagen Café di Tasikmalaya)	Variasi Menu, Atmosfer Café dan Keunggulan Bersaing	Secara simultan variasi menu dan atmosfer cafe memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Konsumen Volkswagen Café di Kota Tasikmalaya, dimana keduanya merupakan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan keunggulan bersaing	Peneliti sama-sama mengambil aspek variasi menu sebagai variabel (X) nya.	Kedua peneliti memiliki tempat penelitian yang berbeda. Peneliti pembanding bertempat di Volswagen Café sedangkan peneliti penulis bertempat di Prata Waroeng 8
4	(Rahayu et al., 2022)	Pengaruh Kualitas Makanan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan	Kualitas Makanan, Pelayanan dan Kepuasan Konsumen	Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas makanan dan pelayanan secara bersama-sama juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan	Penelitian pembanding dan penelitian penulis sama-sama menggunakan aspek kualitas makanan sebagai variabel	Peneliti pembanding melakukan penelitian yang bertenpat di Awan Sewu Hotel sedangkan peneliti penulis melakukan

		Tamu Banquet Awan Sewu Hotel		terhadap kepuasan tamu, memberikan pengertian bahwa semakin pihak Awan Sewu Hotel mampu menghidangkan makanan yang berkualitas	(X) dan aspek kepuasan konsumen sebagai variabel (Y)	penelitian yang bertempat di Prata Waroeng 8
5	(Aprileny et al., n.d.)	Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere Dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen: Restoran Bijin Nabe By Tsukada Nojo Plaza Senayan, Jakarta)	Variasi Menu, Store Atmosphere, Citarasa dan Keputusan Pembelian.	Variasi menu, store atmosphere dan citarasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian di restoran bijin nabe.	Peneliti pembanding dan peneliti penulis sama-sama menggunakan aspek variasi menu sebagai variable (X)	Peneliti pembanding menggunakan aspek keputusan pembelian sebagai variabel (Y) nya sedangkan peneliti penulis menggunakan aspek kepuasan konsumen pada variabel (Y) nya

2.5. Kerangka Berpikir

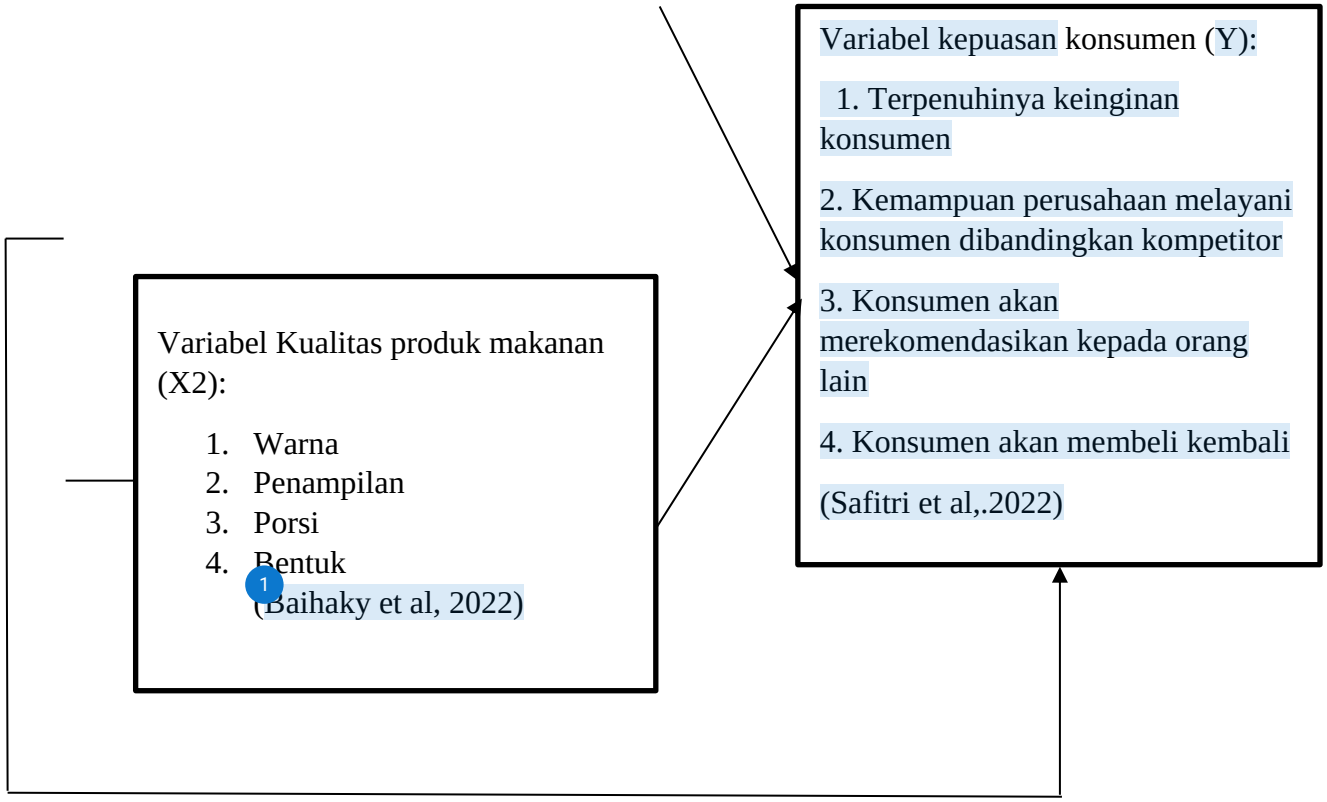
Variabel Ragam menu (X1):

1. Jenis pilihan menu makanan dan minuman.

2. Rasa makanan dan minuman.

3. Presentasi makanan dan minuman.

4. Ukuran porsi makanan dan minuman.



2.6. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang dimiliki. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_1: Ragam Menu (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban

H_0: Ragam Menu (X_1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban

H_2: Kualitas makanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban

H_0: Kualitas makanan (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban

H_3: Ragam Menu (X_1) dan Kualitas makanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban

H_0: Ragam Menu (X_1) dan Kualitas makanan (X_2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan teknik pengumpulan informasi yang diperlukan untuk merumuskan atau memecahkan masalah penelitian. Desain penelitian menjadi dasar dalam melakukan penelitian. Berkaitan dengan judul yang dipilih oleh peneliti yaitu "Pengaruh Variasi Menu Makanan dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban" maka diperlukan data mengenai adanya hubungan dari variasi menu makanan dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif.

Metode kuantitatif melibatkan proses pengumpulan, analisis, interpretasi, dan penulisan hasil sebuah penelitian. Metode khusus ada baik dalam penelitian survei maupun eksperimen

itu berhubungan dengan mengidentifikasi sampel dan populasi, menentukan strategi penyelidikan, pengumpulan dan menganalisis data, menyajikan hasil, membuat interpretasi, dan menulis penelitian dalam cara yang konsisten dengan survei atau studi eksperimental (Creswell, John W 2009) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka dalam pengumpulan datanya maupun pembuatan sampelnya. Jadi apabila data telah terkumpul maka data tersebut akan Diolah menggunakan metode-metode statistik atau kalkulasi sehingga dapat diperoleh kesimpulan dan saran dari data yang telah didapatkan.

Menurut Sugiyono pada tahun 2015 dalam jurnal (Pahlawan et al., 2022) metode kuantitatif digunakan ketika :

1. Apabila masalah yang menjadi topik sudah tampak.
2. Jika peneliti ingin menemukan lebih banyak lagi informasi. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang dapat menghimpun informasi yang luas tetapi tidak mendalam.
3. Bila ingin mengetahui pengaruh suatu hal terhadap hal tertentu. metode eksperimen cocok digunakan.
4. Untuk menguji hipotesa penelitian.
5. Untuk validasi dan akurasi data. Bila ragu akan validitas pengetahuan, teori, dan produk tertentu.

3.2.Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono pada tahun 2013 dalam jurnal (Pahlawan et al., 2022) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi , terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini ialah konsumen Prata Waroeng 8 yang melakukan pembelian pada julan Juli-September 2023. Hal ini dikarenakan dari data yang didapat peneliti setelah melakukan wawancara dengan owner pembelian prata yang terus mengalami peningkatan dari Bulan Juli-September 2023. Namun karena keterbatasan sumber waktu dan tenaga yang tersedia, maka peneliti mengambil data populasi satu bulan terakhir yaitu bulan september di Prata Wareong 8 Tiban ini yang berjumlah 1.997 konsumen.

3.2.2.1 Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Slovin memasukan unsur kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakannya dalam persentase misalnya 5 % (Abdullah, 2015)

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

Keterangan:

n = ukuran sampel/jumlah responden

N= ukuran populasi

e = populasi *error* 5%

Maka perhitungan dalam menentukan ukuran jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin ialah sebagai berikut:

$$n = \frac{\mathbf{1.997}}{\mathbf{1 + 1.997\,(0,05)^2}}$$

$$n = \frac{\mathbf{1.997}}{\mathbf{1 + 1.997\,.\,0,0025}}$$

$$n = 338 \text{ responden}$$

Jadi jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 338 responden yaitu konsumen yang telah pernah melakukan pembelian produk di Prata Waroeng 8 Tiban ini. Adapun rentan usia dari responden tersebut ialah 17-40> tahun mengingat makanan prata ini bisa dikonsumsi untuk semua kalangan.

3.3.Operasional Variabel

3.3.1. Operational Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala aspek atau kegiatan yang dipelajari oleh peneliti untuk memperoleh informasi dan ditarik kesimpulannya.

1. **Variabel bebas atau *(Independen Variabel)*** merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu Ragam Menu (X_1) dan kualitas produk menu (X_2)
2. **Variabel Terikat *(Dependen Variable)*** Variabel yang dapat berubah karena adanya pengaruh variabel bebas (variabel X). Variabel dependen sering disebut sebagai variabel efek. Dalam penelitian ini variabel terikatnya ialah kepuasan konsumen (Y)

3.3.2. Skala Pengukuran Variabel

Proses penilaian suatu objek yang di teliti, yaitu dengan cara membagikan angket kepada responden. Adapun tahap dalam pengisian angket ini yaitu peneliti membagikan pertanyaan dengan menggunakan link, kemudian responden akan otomatis masuk ke google form dengan pertanyaan yang sudah disiapkan. Responden mengisi pertanyaan tersebut berdasarkan dengan pengalaman mereka ketika menikmati hidangan di Prata Waroeng 8 ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan skala likert dalam memberikan peniliaian terhadap kuesioner yang diberikan.

Skala Likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur. Dalam menggunakan skala Likert ini responden diminta untuk menyatakan sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju terhadap setiap pernyataan, skala Likert biasanya menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi ditengah (tiga) (Abdullah, 2015).

Tabel 3.1 skala likert kuesioner Prata Waoreng 8.

Kriteria	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.3.3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Adapun data kuantitatif yang diperoleh yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen Prata waroeng 8 Tiban.

1. Data Primer

   Data primer diperoleh dengan penyebaran kuesioner, observasi, dan wawancara kepada responden yaitu konsumen Prata waroeng 8 Tiban yang pernah datang untuk membeli produk.

2. Data Sekunder

   Data sekunder merupakan data yang sumbernya sudah ada. Data sekunder tersebut seperti jurnal, buku, dokumen maupun daftar pustaka yang berhubungan dengan judul penelitian.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian "Pengaruh ragam menu dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban" yaitu menggunakan metode kuisioner, wawancara, observasi dan dokumentasi.

3.4.1. Kuesioner

Metode kuesioner merupakan metode dengan cara memberikan pertanyaan kepada para responden yang akan dituju. Pertanyaan tersebut akan diberikan kepada konsumen Prata Waroeng 8 Tiban sehingga memperoleh keterangan mengenai informasi yang diinginkan. Peneliti membagikan kuesioner yang digunakan menggunakan google form.

3.4.2. Wawancara

Metode wawancara merupakan metode yang dilakukan secara lisan antara peneliti dan narasumber yang akan dituju. Adapun informasi yang diperoleh yaitu peneliti melakukan wawancara langsung bersama Narasumber dari Prata Waroeng 8 Tiban yaitu Pak Aah Sumardi dan pemilik dari Prata Waroeng 8 Tiban ini yaitu Pak Tamrin bin Yahya dengan tujuan agar mendapat informasi mengenai hal yang sedang diteliti.

3.4.3. Observasi

Observasi adalah tindakan mengamati suatu obyek tertentu secara langsung pada lokasi penelitian. Pengamatan ini juga mencakup pencatatan secara sistematis seluruh tanda-tanda subjek yang diteliti. Adapun lokasi penelitian ini ialah Prata Waroeng 8 Tiban.

3.4.4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan fakta data yang berbentuk dokumentasi. Adapun dokumentasi umumnya berbentuk surat izin penelitian, catatan penelitian, maupun foto dan video yang dilakukan penulis selama penelitian di Prata Waroeng 8 Tiban.

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif merupakan pengumpulan data melalui studi observasional atau wawancara. Analisis deskriptif ini meemiliki metode yang lebih objektif dan terstruktur yaitu dapat berupa tabel matriks atau laporan yang nilainya dapat diukur.

3.5.2. Uji Validitas dan Realibitas

Uji Validitas dan Realibitas sangat diperlukan untuk mengetahui kesungguhan dan keseriusan responden dalam menjawab pertanyaan saat mengisi kuisioner yang telah diberikan. Kedua pengujian ini dapat dijelaskan sebagai berikut

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas adalah untuk menyatakan sejauhmana data yang didapatkan melalui instrumen penelitian (dalam hal ini kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur (Abdullah, 2015) . Uji validasi berguna memeriksa keakuratan dan ketelitian kinerja meteran yang digunakan, yaitu apakah alat ukur yang digunakan sudah sesuai untuk mengukur sesuatu yang akan diukur. Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah:

1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data kuesioner valid
2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data kuesioner tidak valid.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Ragam Menu (X_1)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Item 1	Prata Waroeng 8 Tiban memiliki menu yang banyak	0,718	0,106	Valid
Item 2	Prata Waroeng 8 Tiban memiliki inovasi dalam menyediakan menu baru	0,726	0,106	Valid
Item 3	Prata Waroeng 8 Tiban menyajikan makanan yang dapat diterima oleh lidah konsumen	0,677	0,106	Valid
Item 4	Prata Waroeng 8 Tiban menyajikan menu yang menggugah selera	0,791	0,106	Valid
Item 5	Harga variasi menu sesuai dengan porsi makanan	0,765	0,106	Valid

Adapun uji validitas variabel X_1 yang menggunakan 5 butir pertanyaan dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berikut ditampilkan hasil uji validitas Variabel X_2:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Item 1	Prata Waroeng 8 Tiban memiliki rasa produk yang enak, lezat dan penuh cita rasa	0,737	0,106	Valid
Item 2	Prata Waroeng 8 Tiban menyajikan menu makanan yang sesuai dengan standar	0,783	0,106	Valid
Item 3	Makanan di Prata Waroeng 8 Tiban memiliki rasa sesuai dengan yang diinginkan	0,789	0,106	Valid
Item 4	Makanan di Prata Waroeng 8 Tiban memiliki rasa yang konsisten	0,787	0,106	Valid
Item 5	Prata Waroeng 8 Tiban menyajikan makanan dengan tingkat kematangan makanan yang sesuai dan sangat pas untuk di konsumsi	0,769	0,106	Valid

Adapun uji validitas variabel X_2 yang menggunakan 5 butir pertanyaan dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berikut akan ditampilkan uji validitas dari variabel Y:

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Item 1	Saya tertarik membeli produk di Prata Waroeng 8 Tiban karena memiliki banyak pilihan menu	0,778	0,106	Valid
Item 2	Prata Waroeng 8 Tiban memiliki pelayanan yang baik	0,773	0,106	Valid
Item 3	Saya bersedia merekomendasikan Prata Waroeng 8 Tiban kepada orang lain	0,825	0,106	Valid
Item 4	Prata Waroeng 8 Tiban dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan dari menu yang dan kualitas yang ditawarkan	0,790	0,106	Valid
Item 5		0,776	0,106	Valid

	Saya akan membeli kembali produk yang ditawarkan Prata Waroeng 8 Tiban			

Uji validitas Variabel Y diatas menggunakan 5 butir pertanyaan dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur itu digunakan berulang kali, langkah lain jangan dijadikan alat untuk mengukur panjang karena tiap-tiap langkah tidak sama panjangnya (Abdullah, 2015). Uji Reliabilitas merupakan pemeriksaan secara konsisten terhadap instrumen yang digunakan untuk mengukur data yang diperoleh. Jika pengukuran dilakukan beberapa kali namun hasilnya tetap sama, ini bukti bahwa data tersebut konsisten dan tervalidasi.

Tabel 3.6 Hasil Reliabilitas

Variabel	*Cronbach Alpha*	N of Item	Keputusan
Ragam Menu	0,789	5	Reliabel
Kualitas Produk	0,832	5	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,847	6	Reliabel

Tabel diatas menunjukan bahwa Ragam Menu (X_1) dan Kualitas Makanan (X_2) memiliki Cronbarch Alpha diatas 0,06 sehingga data kuesioner yang dimiliki adalah reliabel.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan juga untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal, ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, diantaranya: dengan kertas peluang normal, uji chi-kuadrat, uji Liliefors, dengan teknik kolmogrov,smirnov, dan dengan SPSS (Abdullah, 2015). Uji normalitas yaitu menguji apakah variabel dependen dalam model regresi adalah variabel independen atau keduanya memiliki distribusi data normal atau distribusi statistik pada sumbu diagonal dari plot distribusi normal yang dibuat menggunakan perhitungan regresi SPSS.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji data yang memiliki nilai sig >0,005 maka cara mendeteksi ada atau tidaknya heterosdekastisitas yaitu dengan cara melakukan Scatter plot menggunakan uji glajser.

3. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas ditujukan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antara variabel bebas atau independen dalam model regresi tersebut.

3.5.4. Analisis Regresi Linear Berganda

1. Uji Pengaruh Parsial

Dalam pengujian ini berguna untuk mengetahui bagaimana adanya keterkaitan masing-masing antar variabel (X) dan variabel (Y).

2. Pengaruh Serempak

Dalam pengujian ini bertujuan untuk menentukan pentingnya hubungan antara semua variabel independen dan variabel dependen. Apakah variabel independen dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen.

3.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Prata Waroeng 8 yang terletak di JL. Gajah Mada Blok K, No.2, RW.3, Tiban Indah, Kecamatan Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan, mulai dari bulan Juli 2023 sampai dengan bulan September 2023.

BAB IV
PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pembahasan

4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden ialah identitas yang dimiliki oleh respon dari penelitian ini, yaitu meliputi jenis kelamin dan usia. Adapun tujuan dari karakteristik responden ini ialah memberi gambaran atau penjelasan mengenai responden dari kuesioner penelitian ini yaitu pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban dengan rentan usia 17-40> yang berjumalh 338 responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

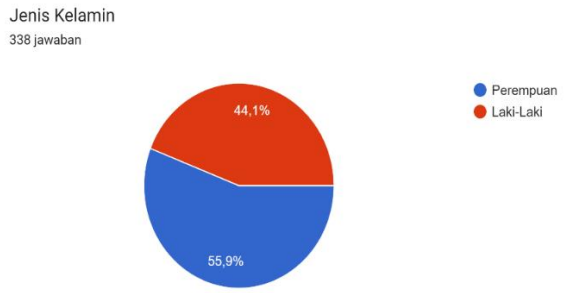
No	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Presentase
1	Laki-Laki	149	44,1%
2	Perempuan	189	55,9%
Total		**338**	**100%**

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas hasil dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari kuesinoner penelitian yang dilakukan peneliti terhadap 338 responden, dengan presentase laki-laki 41% dan presentase perempuan 55,9% maka dapat disimpulkan presentase responden perempuan lebih besar dari presentase laki-laki.

Berikut data berdasarkan grafik:

Gambar 4.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Usia	Frekuensi (orang)	Presentase
1	17-25	206	60,9%
2	25-40	73	21,6%
3	40>	59	17,5%
Total		**338**	**100%**

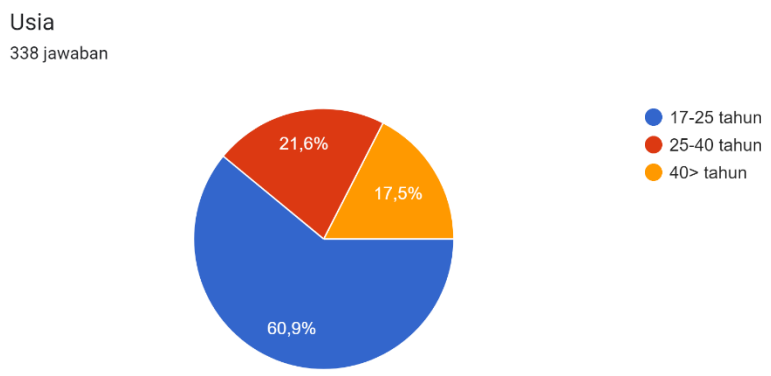
Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas hasil dari karakteristik responden berdasarkan umur, dapat dilihat frekuensi tertinggi terletak di rentan usia 17-25 tahun dengan presentasi 60,9% dengan jumlah 206 orang responden. Dari hasil observasi yang dilakuakan peneliti, banyaknya remaja yang datang mengunjungi Prata Waroeng 8 Tiban ini disaat

jam makan siang, dengan harga yang terjangkau dan tempat makan yang cukup luas maka dapat dijadikan sarana yang tepat untuk makan siang bersama teman-teman. Kemudian frekuensi yang kedua yaitu di rentan usia 25-40 tahun dengan presentasi 21,6% dengan jumlah 73 orang responden. Hal ini dikarenakan banyaknya pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban menikmati menu yang disajikan bersama keluarga dan kerabat, dengan variasi menu yang dimiliki maka ini menjadikan tempat bersantap yang cocok untuk dinikmati oleh keluarga dan kerabat terdekat. Kemudian frekuensi yang ketiga yaitu di rentan usia 40> tahun dengan presentasi 17,5% dengan jumlah 59 orang responden.

Berikut data berdasarkan grafik:

Gambar 4.2 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Umur



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

4.1.2. Deskripsi Hasil Penelitian

1). Ragam Menu

Adapun hasil tanggapan responden berdasarkan pernyataan yang berjumlah 5 butir pada variabel X_1 (Ragam Menu) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3 Skala Data Ragam Menu

Kode	Frekuensi Jawaban Responden										Mean
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
X1.1	0	0	0	0	28	8.3	178	52.7	132	39.1	4.30
X1.2	0	0	3	0.9	48	14.2	146	43.2	141	41.7	4.26
X1.3	1	0.3	0	0	21	6.2	157	46.4	159	47.0	4.40
X1.4	0	0	2	0.6	18	5.3	156	46.2	162	47.9	4.42
X1.5	1	0.3	2	0.6	28	8.3	136	40.2	171	50.6	4.40
Total											**21.78**
Mean Variabel											**4.35**

Keterangan:

X_1.1 Prata Waroeng 8 memiliki menu yang banyak

X_1.2 Inovasi dalam menyediakan menu baru

X_1.3 Prata Waroeng 8 menyajikan makanan yang diterima oleh lidah.

X_1.4 Prata Waroeng 8 menyajikan menu yang menggugah selera

X_1.5 Harga variasi menu sesuai dengan porsi makanan

Warna merah merupakan rata-rata terendah dan warna biru merupakan rata-rata tertinggi

Jadi berdasarkan tabel diatas dengan nilai mean 4.35 menandakan bahwa penilain responden terhadap variabel ragam menu (X_1) di Prata Waroeng 8 Tiban berada di daerah positif.

2). Kualitas Makanan

Adapun hasil tanggapan responden berdasarkan pernyataan yang berjumlah 5 butir pada variabel X_2 (Kualitas Makanan) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4 Skala Data Kualitas Makanan

Kode	Frekuensi Jawaban Responden										Mean
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
X2.1	0	0	1	0.3	19	5.6	189	55.9	129	38.2	4.32
X2.2	1	0.3	1	0.3	27	8	158	46.7	151	44.7	4.35
X2.3	1	0.3	1	0.3	28	8.3	152	45	156	46.2	4.37
X2.4	0	0	2	0.6	31	9.2	140	41.4	165	48.8	4.38
X2.5	1	0.3	1	0.3	21	6.2	150	44.4	165	48.8	4.41
Total											**21.83**
Mean Variabel											**4.36**

Keterangan:

X_2.1 Prata Waroeng 8 memiliki rasa produk yang enak, lezat dan penuh cita rasa

X_2.2 Prata Waroeng 8 menyajikan menu makanan yang sesuai dengan standar

X_2.3 Makanan di Prata Waroeng 8 Tiban memiliki rasa sesuai dengan yang diinginkan

X_2.4 Makanan di Prata Waroeng 8 Tiban memiliki rasa yang konsisten

X_2.5 Prata Waroeng 8 Tiban menyajikan makanan dengan tingkat makanan yang sesuai dan sangat pas untuk di konsumsi

Jadi berdasarkan tabel diatas dengan nilai mean 4.36 menandakan bahwa penilain responden terhadap variabel kualitas makanan (X_2) di Prata Waroeng 8 Tiban berada di daerah positif.

3). Kepuasan Konsumen

Adapun hasil tanggapan responden berdasarkan pernyataan yang berjumlah 5 butir pada variabel Y (Kepuasan Konsumen) yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5 Skala Data Kepuasan Konsumen

Kode	Frekuensi Jawaban Responden										Mean
	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	
Y1.1	0	0	4	1.2	26	7.7	182	53.8	126	37.3	4.27
Y1.2	2	0.6	1	0.3	32	9.5	134	39.6	169	50.0	4.38
Y1.3	2	0.6	1	0.3	21	6.2	145	42.9	169	50.0	4.42
Y1.4	0	0	1	0.3	30	8.9	142	42	165	48.8	4.39
Y1.5	2	0.6	2	0.6	24	7.1	148	43.8	162	47.9	4.38
Total											21.84
Mean Variabel											4.36

Keterangan:

$Y_{1.}1$ Saya tertarik membeli produk di Prata Waroeng 8 karena memiliki banyak pilihan menu

$Y_{1.}2$ Prata Waroeng 8 memiliki pelayanan yang baik

$Y_{1.}3$ Saya bersedia merekomendasikan Prata Waroeng 8 kepada orang lain

$Y_{1.}4$ Prata Waroeng 8 dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan dari menu yang dan kualitas yang ditawarkan

$Y_{1.}5$ Saya akan membeli kembali produk yang ditawarkan Prata Waroeng 8

Jadi berdasarkan tabel diatas dengan nilai mean 4.36 menandakan bahwa penilain responden terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 Tiban berada di daerah positif

4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Park Gletser

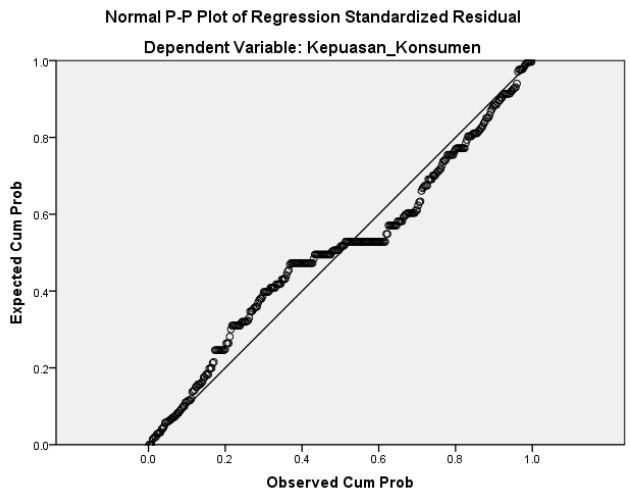
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Predicted Value
N		338
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.00000000
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		1.643
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 4.7 Hasil Uji Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan data output hasil uji normalitas pada *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test bahwa* nilai Asymp. Sig (2 tailed) lebih besar 0.05 maka data berdistribusi normal. Kemudian pada Uji *Normal P-P Plot of Regression Standarized Residual* dapat dilihat penyebaran titik-titik berada disekitar garis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model berdistribusi normal.

2). Hasil Uji Multikolinieritas

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ragam_Menu	.418	2.391
	Kualitas_Makanan	.418	2.391

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Uji Multikolinieritas adalah dengan melihat adanya korelasi yang kuat anatara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan tabel data hasil uji multikolinieritas diatas antara variabel ragam menu (X_1) dan kualitas makanan (X_2) memiliki nilai *tolerance* >0,10 dan nilai VIP <10,00 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas didalam model regresi

.

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Park Glejser)

Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas

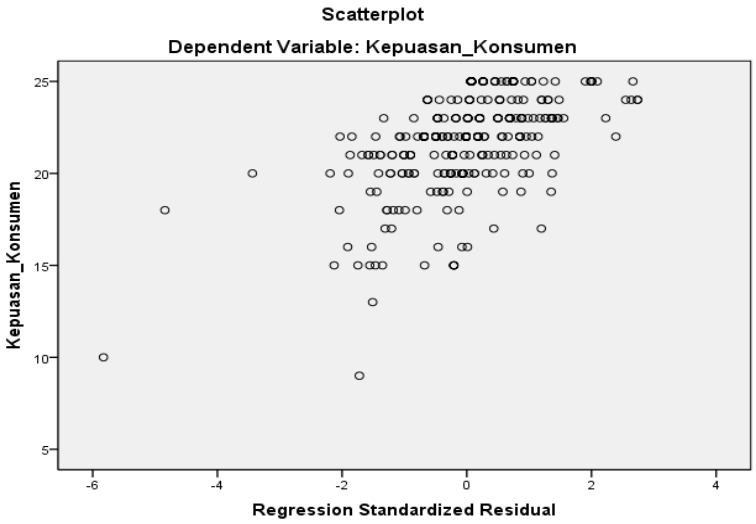
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.242E-16	.736		.000	1.000
	Ragam_Menu	.000	.050	.000	.000	1.000
	Kualitas_Makanan	.000	.048	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: Absolud_Residual

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Tabel 4.10 Hasil Uji Sactterplot



Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasalkan tabel hasil uji heterokedastisitas melalui uji *Park Glejser* adapun taraf signifikasi antara variabel ragam menu (X_1) dan kualitas makanan (X_2) yaitu >0,50, kemudian dengan melalui uji *Scatterplot* dapat dilihat pada titik-titik pada *Scatterplot* yang menyebar secara acak. Maka dapat ditarik kesimpulan tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas diantara kedua varaibel.

4.1.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.891	.736		1.212	.226
	Ragam_Menu	.272	.050	.245	5.481	.000
	Kualitas_Makanan	.689	.048	.646	14.437	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Data diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan linear sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 0.891 + 0.272X_1 + 0.689X_2}$$

1) Nilai konstanta 0,891 yang artinya variabel independen ragam menu (X_1) dan kualitas makanan (X_2) dianggap nol maka kepuasan konsumen (Y) pada Prata Waroeng 8 sebesar 0,891.
2) Koefisien regresi ragam menu (X_1) sebesar 0,272 yang artinya jika ragam menu meningkat 1 skala dalam jawaban responden maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada Prata Waroeng 8 sebesar 0,272 dengan variabel-variabel lain atau dianggap konstan.
3) Koefisien regresi kualitas makanan (X_2) sebesar 0,689 yang artinya jika ragam menu meningkat 1 skala dalam jawaban responden maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada Prata Waroeng 8 sebesar 0,689 dengan variabel-variabel lain atau dianggap konstan.

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukan hasil analisis persamaan regresi berganda variabel X terhadap variabel Y dimana koefisien jalur variabel kualitas makanan (0,689) lebih tinggi dibandingkan variabel ragam menu (0,272) arrtinya kualitas makanan lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4.1.5 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Adapun cara memperoleh hasil Ttabel dengan cara mengetahui jumlah responden penelitian yaitu 338, kemudian menggunakan taraf signifikan sebesar 5% maka:

Ttabel $= (\frac{\alpha}{2}(n - k - 1))$

$= (0{,}025 : (338 - 2 - 1)$

$= 0{,}025 : 335$

$= 0{,}00007463$

Keterangan:

α = Tingkat kesalahan

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel X yang digunakan

Tabel 4.12 Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.891	.736		1.212	.226
	Ragam_Menu	.272	.050	.245	5.481	.000
	Kualitas_Makanan	.689	.048	.646	14.437	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Dari tabel 4.12 diatas menunjukan bahwa :

1) Variabel Ragam menu (X_1)

   Diketahui nilai sig. variabel ragam menu (X_1) 0.000 > 0.05 dan nilai Thitung 5.481 > 0.000074 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka ragam menu (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban.

2) Variabel Kualitas Makanan (X_2)

   Diketahui nilai sig. variabel kualitas makanan (X_2) 0.000 > 0.05 dan nilai Thitung 14,437 > 0.000074 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka kualitas makanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban.

2. Hasil Uji Pengaruh Serempak (Uji F)

Uji F adalah untuk mengetahui hubungan antara X dan Y apakah variabel X1 dan X2 benar-benar berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y. Uji F digunakan untuk mengetahui signifikasi pengaruh variabel bebas X_1, X_2, X_3 terhadap variabel terikat Y secara bersamaan (Konsumen et al., 2019).

df_1 = (k-1) = (3-1) = 2

df_2 = (n-k) = (338-3) = 335

F_{tabel} df_1 2; df_2 335 = 1.967

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel

1= Jumlah Variabel Dependen

Penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi *IBM SPSS Statistic 19 dalam memperoleh* F_{hitung}, kemudian dibandingkandengan F_{tabel} berjumlah 1.967 pada tingkat kesalahan 5%.

Tabel 4.13 Hasil Uji r

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1743.250	2	871.625	429.326	.000[a]
	Residual	680.123	335	2.030		
	Total	2423.373	337			

Berdasarkan taabel 4.13 diatas, diperoleh nilai F adalah 429.326, maka F_{hitung} 429.326 > Ftabel 1.967. Kesimpulam dari perbandingan tersebut ialah ragam menu dan kualitas makanan berpnegaruh secara simultan atau bersama-sama dengan kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban.

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848[a]	.719	.718	1.425

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Makanan, Ragam_Menu

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

1) **Nilai R**

Berdasarkan tabel diatas, hubungan antara variabel ragam menu (X_1) dan variabel kualitas makanan (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 84,8%. Maka hasil ini menunjukan hubungan antara variabel kuat.

2) **Nilai R^2 (R square)**

Berdasarkan tabel diatas, nilai R^2 atau R *square* sebesar 71,9%. Maka pengaruh variabel ragam menu (X_1) dan variabel kualitas makanan (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 sebesar

71,9% dan sisanya 28,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Pengaruh Ragam Menu (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil dari penelitian menunjukan bahwa ragam menu (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 Tiban. Berdasarkan hasil data yang diperoleh hasil Uji T, didapatkan T_{hitung} ragam menu (X_1) 5,481 > Ttabel 0,00007. Adapun variabel ragam menu (X_1) memiliki mean sebesar 4,35 yang berpengaruh positif. Maka hal ini menunjukan bahwa variabel ragam menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi mempunyai indikasi bahwa setiap peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban dipengaruhi oleh ragam menu, namun ragam menu dapat menjadi pertimbangan strategi Prata Waroeng 8 dalam meningkatkan pembelian.

Hasil dari penelitian ini serupa dengan penelitian (Wahyuni et al., 2023) menyatakan bahwa variasi menu memiliki hubungan dengan tingkat kepuasan karena dalam perencanaan menu perlu adanya penyusunan menu yang beragam seperti penggunaan bahan makanan dan teknik pengolahan yang bervariasi, maka semakin bervariasi juga menu yang dapat disajikan, sehingga konsumen merasa semakin puas. Penyusunan menu dapat dikatakan juga sebagai rotasi menu, jika dalam rotasi menu terdapat pengulangan bahan makanan dan teknik pengolahan pada periode 1 siklus menu maka akan membuat para konsumen merasa bosan dan tidak puaskarena menu yang disajikan kurang bervariasi.

4.2.2 Pengaruh Kualitas Makanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil dari penelitian menunjukan bahwa kualitas makanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 Tiban. Berdasarkan hasil data yang diperoleh hasil Uji T, didapatkan T_{hitung} kualitas makanan (X_2) 14,347 > Ttabel 0,00007. Adapun variabel kualitas makanan (X_2) memiliki mean sebesar 4,36 yang berpengaruh positif. Maka hal ini menunjukan bahwa variabel kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi mempunyai indikasi bahwa setiap peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban dipengaruhi oleh kualitas makanan, namun kualitas makanan dapat menjadi pertimbangan strategi Prata Waroeng 8 dalam meningkatkan pembelian.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian (Rahayu et al., 2022) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kualitas makanan diantaranya adalah dengan

memperhatikan warna, penampilan, porsi, bentuk, temperature, tekstur, aroma, tingkat kematangan dan rasa. Agar pelanggan tersebut puas, maka harus dapat mampu menyajikan rasa makanan tersebut sesuai selera konsumen. Bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, salah satunya adalah perhatian terhadap kualitas produk.

4.2.3 Pengaruh Ragam Menu (X_2) Kualitas Makanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Penelitian ini juga melihat pengaruh antara varaibel ragam menu (X_1) dan kualitas makanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian hasil uji determinasi nilai R^2 atau R *square* sebesar 71,9%. Maka pengaruh variabel ragam menu (X_1) dan variabel kualitas makanan (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 sebesar 71,9% dan sisanya 28,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan data analisis yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat diambil kesimpulan:

1. Ragam menu (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sehingga mempunyai indikasi bahwa setiap peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban dipengaruhi oleh ragam menu, namun ragam menu dapat menjadi pertimbangan strategi Prata Waroeng 8 dalam meningkatkan pembelian.

2. Kualitas makanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PrataWaroeng 8 Tiban. Hal ini dapat dilihat dengan adanya beberapa faktor seperti rasa kuah prata yang terkadang tidak konsisten. Beberapa juga terjadi salah orderan, misalnya konsumen memesan menu nasi goreng melalui aplikasi GoFood tetapi berbeda dengan yang dipesan ketika makanan telah diantar ke alamat tujuan. Maka hal ini menunjukan bahwa variabel

kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi mempunyai indikasi bahwa setiap peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban dipengaruhi oleh kualitas makanan, namun kualitas makanan dapat menjadi pertimbangan strategi Prata Waroeng 8 dalam meningkatkan pembelian.

3. Kedua variabel yaitu ragam menu (X_1) dan kualitas makanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 Tiban. Oleh karena itu, kedua faktor ini merupakan faktor penting maka harus diperhatikan agar meningkatnya kualitas konsumen.

5.2 Saran

Beradasarkan hasil penelitian dari pengaruh ragam menu dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di Prata Waroeng 8 Tiban didasarkan pada pernyataan nilai terendah maka disarankan beberapa hal berikut:

5.2.1 Bagi Pihak Prata Waroeng 8 Tiban

1. Ragam Menu (X_1)

Berdasarkan pernyataan yang dengan nilai terendah dari variabel ragam menu ialah "Prata Waroeng 8 memiliki inovasi dalam menyediakan menu baru". Pada *survey* yang dilakukan peneliti pada Prata Waroeng 8 Tiban solusi untuk permasalahan ini ialah Prata Waroeng 8 Tiban perlu memberi inovasi pada menu yang disajikan kepada konsumen dengan memahami bagaimana minat dan selera masyarakat atau pengunjung nya di segala usia. Maka dengan memiliki inovasi menu, meningkat pula kepuasan konsumen sehingga menghasilkan keuntungan pula pada Prata Waroeng 8 Tiban.

2. Kualitas Makanan (X_2)

Berdasarkan pernyataan yang dengan nilai terendah dari variabel kualitas makanan "Prata Waroeng 8 memiliki rasa produk yang enak, lezat dan penuh cita rasa". Maka solusi untuk permasalahan ini ialah Prata Waoeng 8 Tiban memperhatikan kualitas makanan sebelum disajikan kepada pengunjungnya, dengan memperhatikan prosedur tata cara mengolah makanan yang baik seperti tingkat kematangan, rasa yang sesuai dengan lidah para pengunjung maka tercapai kepuasan konsumen. Kemudian dengan menerapkan standarisasi dan

konsistensi dalam pengolahan menu di Prata Waroeng 8 Tiban ini sehingga setiap karyawan yang akan mengolah produk akan bisa mengikuti SOP yang telah ditentukan. Maka dari itu konsistensi baik dari rasa, aroma maupun penyajian tetap terjaga dan konsumen pun merasa puas

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan pernyataan yang dengan nilai terendah dari variabel kepuasan konsumen "produk di Prata Waroeng 8 karena memiliki banyak pilihan menu" maka Prata Waroeng 8 Tiban perlu menyediakan menu yang bervariasi, dengan menyediakan menu yang bervariasi menandkana bahwa Prata Waroeng 8 memehami bahwa setiap konsumen yang datang memiliki selera yang berbeda-beda. Dengan memiliki menu yang bervariasi maka meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga meningkat juga pendapatan yang diperoleh oleh Prata Waroeng 8 Tiban ini.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan agar menambah variabel lainnya selain ragam menu dan kualitas makanan, dikarenakan penelitian yang dilakukan peneliti ini merupakan penelitian pertama yang dilakukan di Prata Waroeng 8 Tiban. Sehingga dapat menambah wawasan bagi siapa saja yang membaca penelitian ini.

37% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 21% Internet database
- Crossref database
- 30% Submitted Works database
- 6% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	vitka on 2023-04-12 Submitted works	21%
2	idr.uin-antasari.ac.id Internet	2%
3	ejurnal.esaunggul.ac.id Internet	<1%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	<1%
5	journal.iaisambas.ac.id Internet	<1%
6	Muhammad Andre Alkahfi, Zuhrinal M Nawaw. "Peran Etika Bisnis dala... Crossref	<1%
7	ejournal.undiksha.ac.id Internet	<1%
8	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet	<1%

9	Universitas International Batam on 2022-09-12 Submitted works	<1%
10	repository.uinjambi.ac.id Internet	<1%
11	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet	<1%
12	digilib.unila.ac.id Internet	<1%
13	Universitas Putera Batam on 2019-06-19 Submitted works	<1%
14	dspace.uii.ac.id Internet	<1%
15	vitka on 2022-12-20 Submitted works	<1%
16	etheses.iainponorogo.ac.id Internet	<1%
17	Universitas Putera Batam on 2023-01-26 Submitted works	<1%
18	journal.univpancasila.ac.id Internet	<1%
19	jurnal.dharmawangsa.ac.id Internet	<1%
20	Universitas Putera Batam on 2019-11-07 Submitted works	<1%

21	Universitas Muria Kudus on 2017-03-15 Submitted works	<1%
22	Universitas Putera Batam on 2021-01-13 Submitted works	<1%
23	vitka on 2022-12-28 Submitted works	<1%
24	Universitas Putera Batam on 2019-05-24 Submitted works	<1%
25	e-journal.uajy.ac.id Internet	<1%
26	docplayer.info Internet	<1%
27	vitka on 2022-10-04 Submitted works	<1%
28	Universitas Putera Batam on 2021-01-14 Submitted works	<1%
29	elibs.unigres.ac.id Internet	<1%
30	journal.btp.ac.id Internet	<1%
31	unikal on 2023-11-21 Submitted works	<1%
32	economicsbosowa.unibos.id Internet	<1%

33	General Sir John Kotelawala Defence University on 2019-10-07 Submitted works	<1%
34	repository.usd.ac.id Internet	<1%
35	vitka on 2023-04-12 Submitted works	<1%
36	Universitas Putera Batam on 2021-03-15 Submitted works	<1%
37	fachruramadhan.blogspot.com Internet	<1%
38	media.neliti.com Internet	<1%
39	Universitas Diponegoro on 2018-08-05 Submitted works	<1%
40	Universitas Putera Batam on 2020-12-03 Submitted works	<1%
41	core.ac.uk Internet	<1%