

ven lianto

pengaruh citarasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ikan bakar ayang ka

 Yayasan Vitka

Document Details

Submission ID

trn:oid::7704:74283026

Submission Date

Dec 17, 2024, 4:23 PM GMT+7

Download Date

Dec 17, 2024, 4:24 PM GMT+7

File Name

template jurnal JIRK copy.docx

File Size

2.2 MB

15 Pages

4,238 Words

26,566 Characters

36% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Small Matches (less than 15 words)

Top Sources

- 33%  Internet sources
- 15%  Publications
- 24%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

33%  Internet sources
15%  Publications
24%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

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

1	Internet	
bajangjournal.com		17%
2	Internet	
jurnal.stieww.ac.id		3%
3	Internet	
ejournal.iaimbima.ac.id		2%
4	Submitted works	
Konsorsium 4 Perguruan Tinggi Swasta on 2023-04-15		2%
5	Internet	
jurnaluniv45sby.ac.id		1%
6	Internet	
journal.yrpioku.com		1%
7	Internet	
ejournal.stiesia.ac.id		1%
8	Submitted works	
Konsorsium 4 Perguruan Tinggi Swasta on 2023-04-13		1%
9	Internet	
repositori.uma.ac.id		1%
10	Internet	
repository.stikes-yrsds.ac.id		1%
11	Internet	
journal.uinsi.ac.id		1%

12	Submitted works	vitka on 2022-08-08	1%
13	Internet	jimfeb.ub.ac.id	1%
14	Internet	journal.areaai.or.id	0%
15	Internet	repositori.umsu.ac.id	0%
16	Internet	download.garuda.kemdikbud.go.id	0%
17	Internet	www.coursehero.com	0%
18	Submitted works	Universitas Diponegoro on 2016-09-05	0%
19	Internet	jurnalprodi.idu.ac.id	0%
20	Submitted works	unars on 2023-06-14	0%
21	Internet	repository.unpas.ac.id	0%
22	Publication	Venny Adhita Octaviani, Imam Asrori. "ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY DA...	0%
23	Internet	core.ac.uk	0%
24	Internet	repository.radenintan.ac.id	0%
25	Internet	repository.unmuhpnk.ac.id	0%

26

Internet

ejournal.bsi.ac.id

0%

27

Submitted works

vitka on 2022-05-11

0%



Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Direstoran Ikan Bakar Ayang Kabupaten Lingga

Oleh

Ven Lianto¹, Agung Edy Wibowo²

¹Prodi Manajemen Kuliner/Politeknik Pariwisata Batam

²Perencanaan dan pengembangan pariwisata

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

Article History:

Received:

Revised:

Accepted:

Keywords: cita rasa, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Abstract: penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan direstoran ikan bakar ayang kabupaten lingga. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Dengan mengidentifikasi masalah yang didapat berupa ketidakkonsistenan rasa bumbu, lambatnya pelayanan pada jam sibuk, dan bahan baku yang tidak stabil. teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah google form dan didapatkanlah responden sebanyak 94 menggunakan rumus slovin. Dari hasil yang telah diteliti dan didapat bahwa cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengujian hipotesis dengan data yang dikumpulkan melalui survei kepada pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana cita rasa yang baik berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. (2) Kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang baik oleh pegawai restoran dapat meningkatkan kepuasan. (3) Selain itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, mengindikasikan bahwa kombinasi keduanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. temuan ini memberikan wawasan penting bagi manajemen restoran untuk terus meningkatkan aspek cita rasa dan pelayanan guna mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang mempunyai kesempatan besar dan hasil yang menjanjikan bagi pelaku usahanya. Bisnis kuliner adalah salah satu bisnis yang bergerak di bidang makanan baik dalam proses pembuatan, penyajian hingga penjualan produk tertentu kepada customer. Seiring berjalannya waktu bisnis kuliner pun menjadi semakin variatif, seperti kuliner manca negara, kuliner lokal, maupun kuliner-kuliner unik hasil dari kreatifitas kreasi pelaku usaha

itu sendiri (Almeida et al., 2016). Banyaknya bisnis kuliner memaksa para pembisnis untuk terus bersaing agar tetap bertahan oleh maraknya persaingan antar pelaku usaha, baik dalam segi produk yang di tawarkan, cita rasa, dan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan sampai mempengaruhi daya Tarik pelanggan.

Tindakan individu dalam menikmati makanan yang dikonsumsi pasti akan dinilai dari rasa makanan yang dinamakan cita rasa. yaitu merupakan suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan dan minuman, yang mana terdapat sensasi rangsangan serta stimulus yang berasal dari eksternal maupun internal dan kemudian di rasakan oleh mulut (Reed et al., 2019). Rasa yang enak tentu saja akan menarik banyak pelanggan dan cita rasa yang lezat akan memberikan kesan yang memuaskan. Rasa merupakan tanggapan saraf yang bersumber dari berbagai panca indra yang ada pada manusia untuk merasakan suatu perasaan yang subjektif, lidah merupakan salah satu indra perasa manusia yang dapat mengidentifikasi rasa menjadi beberapa kategori seperti pahit, asam, manis, asin, umami, panas dan juga dingin. Cita rasa selalu melibatkan indra perasa berupa lidah sebagai perasa, rasa dapat dikenali oleh kuncup-kuncup cecapan yang terletak pada papilla yaitu noda darah jingga pada lidah, farinx yaitu pelata bagian langit-langit yang lunak maupun keras seperti yang di ungkapkan oleh (Sianturi et al., 2021).

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

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

Kepuasan juga berarti suatu perasaan senang dan kecewa yang ada di setiap individu setelah mereka membandingkan bayangan terhadap produk tertentu, pelayanan, atau suatu tempat dengan kinerja atau hasil yang di peroleh. Dengan terpenuhinya kepuasan konsumen sangat berguna dalam untuk meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Menurut (Abdul Gofur, 2019) yang di kutip dari Tjipno (2015) kepuasan konsumen adalah rasa nyaman konsumen ketika mendapatkan hasil

produk yang dipilih berkualitas lebih baik dari pada hasil produk yang tidak di pilih dengan kualitas buruk atau lebih buruk.

Restoran ikan bakar ayang adalah salah satu usaha kuliner lokal dikabupaten lingga, kecamatan singkep yang pertama kali di buka sejak tahun 2012. Awal nya restoran ini buka di jl pramuka, dabo singkep, kabupaten lingga. Namun seiring berkembangnya usaha yang semakin maju dan lokasi. Awal yang kurang strategis, restoran ikan bakar ayang di pindahkan ke tempat yang lebih strategis dengan lokasi yang lebih luas dan parkir yang memadai yaitu di jalan raja ali haji, yang dihinput oleh kampung baru dan bukit abun. Restoran ini ialah hanya pekerjaan sampingan dari sang pemilik usaha yang awalnya berprofesi sebagai buruh gudang akan tetapi dengan perkembangan usaha yang pesat, bapak yanto selaku pemilik usaha memutuskan untuk fokus dan mendalami usaha restoran tersebut. Mengusung konsep cita rasa lokal yang khas, restoran ikan bakar ayang menjadi destinasi favorite bagi pecinta hidangan laut. Keistimewaan restoran terletak pada bumbu racikan khas yang diciptakan langsung oleh sang pemilik usaha. Rahasia bumbu inilah yang menjadikan setiap hidangan memiliki cita rasa dan autentik, berbeda dari kompetitor lain di daerah tersebut. Restoran ini tidak hanya menawarkan rasa yang nikmat, tetapi juga memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan bagi setiap pelanggan yang datang. menyajikan makanan yang mampu meningkatkan selera makan penikmat makanan laut terutama seafood, menu yang dimiliki oleh Restoran Ikan Bakar Ayang seperti ikan pari bakar, ikan selar bakar, ikan gelame bakar, ikan kakap merah bakar, ikan bulat bakar dan masih banyak lagi menu yang ada di restoran ikan bakar ayang. Karna mayoritas masyarakat di sana berprofesi sebagai nelayan, dan ikan merupakan komoditas utama.

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

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

Gambar 1. Data hasil produksi ikan pertahun tahun 2021
Tabel di atas menunjukkan data hasil produksi ikan yang di peroleh dari dinas perikanan kabupaten lingga. Pada tahun 2019, total produksi ikan mencapai 36.254,60 ton, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 33.400,83 ton, dengan selisih sebesar 2.853,77 ton atau sekitar 7,9%. Produksi ikan di kabupaten lingga di dominasi oleh hasil penangkapan,



budidaya laut, budidaya tawar dan budidaya payau. Ketiga sektor ini menjadi sumber utama bahan baku, khususnya di restoran ikan bakar ayang .

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada bulan agustus tahun 2024 di restoran ikan bakar ayang, terdapat beberapa faktor yang menjadi masalah utama. Salah satunya ialah ketidakkonsistensian rasa bumbu yang dihasilkan dari proses proses memasak , yang disebabkan penggunaan arang yang kurang tepat. Menurut pemilik usaha arang yang biasa digunakan ialah arang yang terbuat dari kayu bakau karena bagi pemilik usaha arang yang di hasilkan dari pohon bakau cenderung memiliki panas yang stabil serta awet dan konsistensinya panas yang merata. Namun, demikian pula jika menggunakan jenis pohon yang berbeda maka menghasilkan hasil yang berbeda pula, sehingga memengaruhi kualitas rasa dan bumbu yang disajikan. Selain itu, kualitas pelayanan menjadi masalah penting. Pada saat jam sibuk, pelayanan cenderung lambat, terutama ketika restoran sedang ramai pembeli. Banyak pelanggan yang tidak terlayani dengan baik. Hal ini menghambat kelancaran operasional dan turut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Dan yang terakhir yaitu bahan baku, ketersediaan bahan baku seperti ikan segar sering kali tidak stabil, pemilik usaha menyampaikan bahwa terkadang mereka sedikit kesulitan mendapatkan ikan dengan kualitas yang baik, terutama pada saat cuaca buruk yang menghambat para nelayan dalam melaut.

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

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

LANDASAN TEORI

Cita rasa

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

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

kualitas pelayanan

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



raih apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran ikan bakar ayang ini baik dan sesuai dengan ekspektasi dan harapan konsumen, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan kurang baik dan tidak sesuai maka kepuasan konsumen akan menurun.

kepuasan pelanggan

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

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) metode adalah cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan pekerjaan agar tercapai sesuatu yang dikehendaki. Menurut sugiyono yang diambil dari (Wardani, 2020) penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode untuk penelitian populasi dan sampel tertentu. serta data menggunakan instrumen penelitian, analisis statistik yang memiliki tujuan dapat mengetahui pengaruh cita rasa (X_1), kualitas pelayanan (X_2), terhadap kepuasan pelanggan (Y).

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

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

Populasi dan sampel

populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembeli atau konsumen yang sudah pernah membeli atau mengonsumsi makanan yang ada di restoran ikan bakar ayang dengan menggunakan kuisioner yang di sebarakan melalui *google form* sedangkan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kategori yang di pilih berupa konsumen mulai dari jenis kelamin, umur, frekuensi berkunjung, dan jenis pekerjaan.

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

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

Keterangan :

N = ukuran populasi

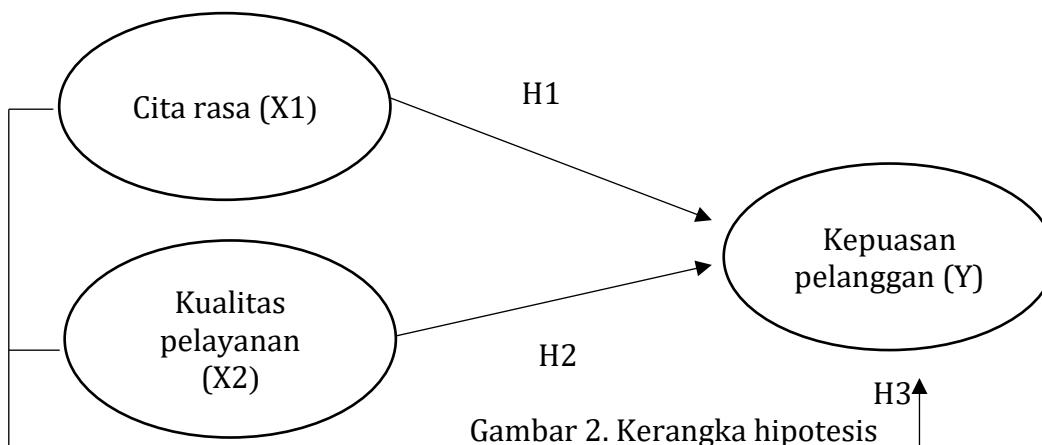
n = ukuran sampel

e = tingkat kelongaran (0.1)

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

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

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



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

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

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji kualitas data

a. uji validitas

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

Gambar tabel 1.1 hasil uji validitas

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

Sumber : data spss (2024)

Dari hasil tabel 1.1 analisis pengujian validitas dengan 22 butir pertanyaan yang di mulai dari cita rasa, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan perbandingan R hitung $> R$ table dapat disimpulkan bahwa pernyataan dianggap valid.

b. uji reliabilitas

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

Gambar tabel 1.2 tabel uji reliabel

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

Sumber : data spss (2024)

Dari hasil tabel 1.2 diatas analisis pengujian reliabel di atas terlihat nilai *cornbach alpha* dari masing-masing variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,6 yang berarti seluruh butir pernyataan dari variabel seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji asumsi klasik

a. uji normalitas

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

Gambar tabel 1.3 hasil uji normalitas

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

Sumber : data spss (2024)

Hasil uji pada gambar tabel 1.3 diatas menunjukkan nilai asymp.sig. (2-tailed) sebesar 0,152 lebih besar dari 0.05 (alpha) sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran data memiliki distribusi normal.

b. uji multikolinearitas

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

Gambar tabel 1.4 hasil uji multikolinearitas

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

a. Dependent Variable: KEUASANPELANGGAN

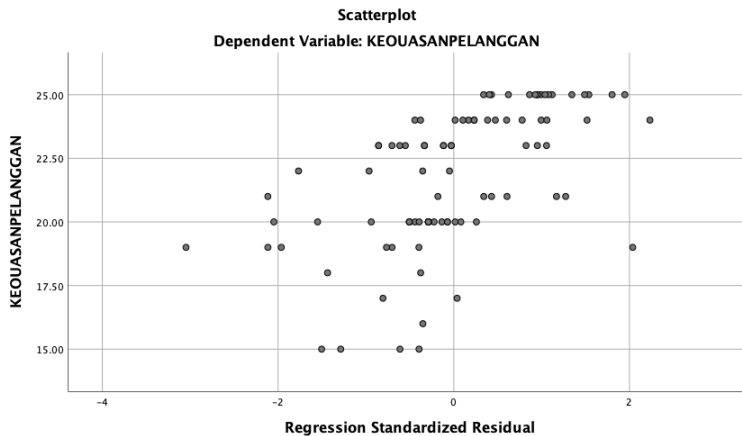
Sumber : data spss(2024)

Dari tabel 1.4 di atas menunjukkan nilai VIF masing-masing variabel adalah variabel cita rasa (X_1) sebesar 1.762, kualitas pelayanan (X_2) sebesar 1,762 maka dapat diketahui bahwa nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan tidak lebih kecil dari 10 Maka model ini tidak terjadi masalah multikolinearitas diantara variabel independen dalam penelitian ini..

c. uji heterokedastisitas

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

gambar tabel 1.5 hasil uji Heteroskedastisitas



Sumber : data spss (2024)

Dari gambar tabel 1.5 di atas grafik scatterplot diketahui bahwa pada model ini tidak terjadi heteroskedastisitas, karena tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat di simpulkan data diatas tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji hipotesis

Gambar tabel 1.6 hasil uji koefisien determinasi (R)

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

Sumber : data spss (2024)

Pada tabel 1.6 di atas menunjukan nilai R bernilai 0,816. Hal ini memiliki arti bahwa hubungan antara cita rasa, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 81,6%. Sedangkan *adjusted R² square* sebesar 0,659 yang memiliki arti 65,9% variabel kepuasan

pelanggan dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel cita rasa dan kualitas pelayanan, dan sisanya 34,9% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

Gambar tabel 1.7 hasil uji T

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

a. Dependent Variable: KEUASANPELANGGAN

Sumber : data spss (2024)

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

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

a. nilai konstanta 1.136 memberi arti cita rasa (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sama dengan nol maka variabel kepuasan pelanggan akan bernilai 1.136 poin.

b. variabel cita rasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. koefisiensi cita rasa bernilai 0.344 artinya jika X_1 naik satu poin maka variabel Y naik sebesar 0.344 (34,4%).

c. variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. koefisiensi kualitas pelayanan bernilai 0.242 artinya jika X_2 naik satu poin maka variabel Y naik sebesar 0,242 (24,2%).

Dari tabel 1.7 diketahui nilai dari T hitung cita rasa (X_1) sebesar $5,617 > 1,986$ pada T table, yang berarti variabel cita rasa (X_1) sebesar 5,617 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y), bahwa semakin meningkatkan cita rasa (X_1) maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan (Y) demikian diambil kesimpulan bahwa hipotesis pertama **diterima**.

Di ketahui juga nilai T hitung pada variabel kualitas pelayanan sebesar $5,546 > 1,986$ T table, yang variabel kualitas pelayanan (X_2) 5,546 berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, bahwa semakin meningkatkan kualitas pelayanan (X_2) maka akan semakin meningkat pula kepuasan pelanggan (Y) demikian diambil kesimpulan bahwa hipotesis kedua **diterima**.

Gambar tabel 1.8 hasil uji F

ANOVA^a

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

a. Dependent Variable: KEOUASANPELANGGAN

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

Sumber : data spss (2024)

Dari hasil uji hipotesis ketiga pada tabel 1.8 diatas yaitu cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga, bahwa nilai F hitung 90,972 > nilai F table (3,097) dapat juga dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menemukan cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, nilai sig 0,000 < 0,05. Artinya, dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan restoran ikan bakar ayang kabupaten lingga.

KESIMPULAN

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

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



DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- [2] Almeida, C. S. de, Miccoli, L. S., Andhini, N. F., Aranha, S., Oliveira, L. C. de, Artigo, C. E., Em, A. A. R., Em, A. A. R., Bachman, L., Chick, K., Curtis, D., Peirce, B. N., Askey, D., Rubin, J., Egnatoff, D. W. J., Uhl Chamot, A., El-Dinary, P. B., Scott, J.; Marshall, G., Prensky, M., ... Santa, U. F. De. (2016). latar belakang bisnis kuliner. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 5(1), 1689–1699.
<https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipat.iapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseysociety.com/downloads/reports/Educa>
- [3] Gita Cahyani, F., & Sitohang, S. (2016). 1 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Rise Manajemen*, 5(3), 1–19.
- [4] Gumilang, A. (2017). Pelayanan Kualitas Produk Dan Jasa. *Unikom*, 15(2), 1–23.
<https://elibrary.unikom.ac.id/>
- [5] Indrayani, P., & Syarifah, T. (2020). Pengaruh harga, cita rasa, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada usaha kue pia Fatimah Azzahra di Kecamatan Tanjung Tiram. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 2(1), 57–66.
- [6] Kotler et al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan peserta. *Jurnal Ekonomi*, XX(Xx), 1–5.
- [7] Melda, M., Arini, E., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Keragaman Produk, Cita Rasa Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *(JEMS) Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(2), 143–149. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i2.918>
- [8] Reed, D., Mainland, J., & Arayata, C. (2019). Sensory nutrition: The role of taste in the reviews of commercial food products. *Physiology & Behavior*, 209, 112579.
<https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2019.112579>
- [9] Restu Ningsih, M. R., Susanti, R., & Sumaryanto. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Sharing Karanganyar. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(3), 281–291.
- [10] Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1803>



- 1 [11] Sutanjar, T., & Saryono, O. (2019). Pengaruh Motivasi, Kepemimpinan dan Disiplin Pegawai terhadap Kinerja Pegawai. *Journal of Management Review*, 3(2). <https://jurnal.unigal.ac.id/managementreview/article/view/2514>
- 1 [12] Wardani, Y. K. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.
- [13] Wibowo, A. E., & Gunawan, A. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364>
- [14] Wijayanti, naning nur. (2023). 7 Indikator Kepuasan Pelanggan Dengan Cara Mengukurnya. In *Niagahoster*. <https://www.niagahoster.co.id/blog/indikator-kepuasan-pelanggan/>