

PAPER NAME

"Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Produk Seafood khas Melayu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelam Coffee & Seafood Resto Batam

AUTHOR

NAJWA DUTA ALMADINA

WORD COUNT

8944 Words

CHARACTER COUNT

55668 Characters

PAGE COUNT

55 Pages

FILE SIZE

581.3KB

SUBMISSION DATE

Jan 26, 2023 12:51 PM GMT+7

REPORT DATE

Jan 26, 2023 12:52 PM GMT+7

● **46% Overall Similarity**

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

- 35% Internet database
- 14% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 31% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Small Matches (Less than 15 words)

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Batam merupakan salah satu kota yang terletak strategis karena berada di jalur pelayaran internasional dan berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia. Hal tersebut membuat Batam menjadi salah satu kota dengan pertumbuhan ekonomi terpesat di Indonesia. Saat ini Batam menjadi penyumbang wisatawan mancanegara nomor dua di Indonesia, dengan peningkatan infrastruktur yang dilakukan saat ini dapat mendongkrak kembali angka kedatangan, sehingga Batam menjadi nomor satu di Republik Indonesia (Ahmadi Sultan, 2022). Ada berbagai macam sektor penggerak ekonomi seperti sektor perdagangan dan jasa. Maka daripada itu persaingan antar para pelaku ekonomi seperti perhotelan, restoran, transportasi serta biro perjalanan semakin ketat seiring dengan peningkatan produk dan jasa yang sejenis. Kota Batam terkenal dengan destinasi wisatanya. Oleh karena itu, banyak wisatawan asing yang singgah demi menikmati wisata pantai dan berbelanja di Kota Batam. Selain wisata pantai dan pusat perbelanjaan, Batam juga menjadi surganya wisata kuliner dengan cita rasa yang khas dan unik. Berada di geografis kepulauan menjadikan Batam kaya akan hasil laut, membuat para pelaku bisnis tertarik melakukan bisnis kuliner restoran khas *seafood*.

Wisata kuliner restoran *seafood* Kota Batam adalah salah satu bisnis terpopuler seiring gaya hidup masyarakat berkembang. Setiap bisnis mempunyai tujuan untuk mengembangkan usahanya. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha mempertahankan laba bisnis dengan cara meningkatkan penjualan produknya. Ada banyak hal-hal yang dapat mempengaruhi pembelian suatu produk, salah satunya ialah restoran menawarkan beragam macam menu kuliner *seafood* yang otentik serta produk yang akan dijual memiliki kualitas terbaik. Hal tersebut membuat persaingan restoran semakin ketat. Pemilik dan manajer restoran mencoba mempertahankan pelanggan yang sudah ada sambil menarik pelanggan baru. Maka daripada itu, adalah kunci terpenting yang harus dijaga oleh pemilik bisnis kuliner adalah kualitas produk serta variasi menu.

Menurut Drysdale dan Aldrich dikutip dari (Hamida Siti & Kokom Komariah, 2018) menjelaskan secara terminologi pada sebuah menu didasarkan pada dua alasan pertama, menu digunakan untuk menjelaskan sebuah produk dan kedua adalah menu digunakan untuk menjelaskan produk apa yang dijual.

Menurut Kotler dan Amstrong dikutip dari (Fadliandika, 2018) kualitas produk diartikan sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau diimplisitasikan. Salah satu keunggulan kompetitif adalah kualitas produk yang dapat memuaskan keinginan konsumen. Dalam membeli produk, konsumen selalu berharap agar barang yang dibeli dapat memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya.

Pelaku usaha kuliner *seafood* di Kota Batam tersebar di penjuru sudut kota. Menurut *Google Ratings* pada tahun 2022 ada sebanyak 150 restoran khas *seafood* di Batam. Salah satunya ialah *Pelam Coffee & Seafood Resto* terletak di jalan KH. Ahmad Dahlan, Daerah Kampung Tua, Tanjung Riau, Kecamatan Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Restoran ini hadir menawarkan bermacam variasi menu *seafood* seperti Kakap berendam, Selikur sambal picit, Lebam asam pedas, Bawal bintang bakar dan sebagainya. Menu-menu makanan tersebut masuk dalam kategori *seafood* khas Melayu yang dimana memakai bahan-bahan dengan nama menu yang otentik.

Berikut adalah daftar produk *seafood* dan harga yang ada di *Pelam Coffee & Seafood Resto* tersebut :

Tabel 1. 1 Daftar Penjualan Produk *Seafood* *Pelam Coffee & Seafood Resto*

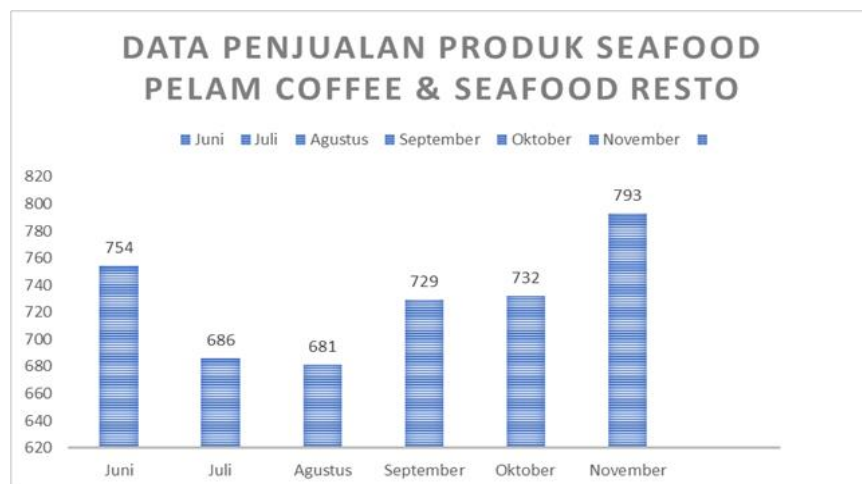
1.	<i>Seafood</i> Ikan Kakap	Berendam/Asam pedas/Asam Manis/Bakar Bumbu Kuning	Rp.20,000/100g
	<i>Seafood</i> Ikan Bawal Bintang	Berendam/Asam pedas/Bakar Bumbu Kuning	Rp.22,000/100g
	<i>Seafood</i> Ikan Lebam	Berendam/Bakar Bumbu Kuning	Rp.15,000/100g
	<i>Seafood</i> Ikan Saba	Bakar Bumbu Kuning dipadu sambal kasturi	Rp.95,000/ekor
	<i>Seafood</i> Ikan Sembilang	Asam Pedas	Rp.15,000/100g
	<i>Seafood</i> Ikan Selikur	Berendam/Sambal Picit	Rp.30,000/porsi besar Rp.25,000/porsi kecil
2.	<i>Seafood</i> Udang	Telur Asin	Rp.65,000/porsi
		Asam Manis	Rp.65,000/porsi
		Mentega	Rp.65,000/porsi
3.	<i>Seafood</i> Sotong	Goreng Tepung	Rp.50,000/porsi
		Masak Hitam	Rp.40,000/porsi

4.	Sup	Tomyam	Rp.35,000/porsi
5.	Seafood Kerang Dara	Masak Kecap	Rp.35,000/porsi
6.	Seafood Ranjungan	Saos Padang/Lada Hitam	Rp.17,000/porsi kecil Rp.18,000/porsi sedang Rp.19,000/porsi besar

Sumber. Pelam Coffee & Seafood Resto Batam – Diolah Peneliti (2022)

Menurut Data penjualan produk *seafood* selama 6 bulan, Ikan Kakap Berendam, Ikan Bawal Bintang Asam Pedas, dan Udang Telor Asin adalah top 3 best seller dari bulan Juni-Juli 2022. Berdasarkan hasil observasi peneliti, variasi menu di restoran ini beragam membuat Pelam Coffee & Seafood Resto memiliki rasa unik dan citra berbeda dari restoran *seafood* lainnya yang berdekatan di wilayah Tanjung Riau yakni RM. Kak ROS Seafood, Tsania Seafood, Kampung Laut Seafood.

Tabel 1. 2 Daftar Penjualan Produk Seafood Pelam Coffee & Seafood Resto



Sumber. Pelam Seafood & Coffee Resto

Sesuai hasil wawancara dengan Rozani selaku pemilik Pelam Coffee & Seafood Resto peneliti mendapatkan informasi bahwa mayoritas pelanggan Pelam Coffee & Seafood Resto telah melakukan pembelian lebih dari sekali

karena citra rasa khas Melayu serta harga yang di tawarkan juga terjangkau untuk makan bersama keluarga maupun berpasangan. Peneliti juga mendapatkan kendala mengenai distribusi stok produk ikan. Disaat musim hujan dan angin kencang, stok ikan akan mengalami penurunan bahkan tidak dapat sama sekali. Alhasil pihak restoran harus menunggu nelayan menjaring ikan dikarenakan lebih memilih ikan hasil tangkap *fresh* ketimbang ikan yang dijual di pasar. Selain itu, Restoran juga mengalami kesulitan dikarenakan tidak menjual ikan hidup mengakibatkan kendala terhadap pelayanan *On the Spot*. Konsumen harus *booking* terlebih dahulu agar produk *seafood* yang telah beku dapat *defrosting* sehingga dapat diolah dengan sempurna. Hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas ikan. Produk *seafood* tersebut harus diperhatikan agar ketika diolah, ikan dalam keadaan layak dikonsumsi. Pada akhirnya, konsumen merasa tidak puas karen menunggu lama datang makanan yang telah dipesan. Oleh karena itu poin-poin di atas berpengaruh kepada tingkat kepuasan konsumen. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu variasi menu dan kualitas produk.

Menurut (M.H. Gery, 2018), Kepuasan konsumen merupakan sebagai tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen dikatakan dapat memuaskan konsumen jika kinerja sesuai dengan harapannya, lalu merasa puas dan senang. Hal tersebut membuat konsumen membeli sebuah produk secara berulang-ulang kali. Jika kinerja tidak sesuai dengan harapannya, maka akan timbul perasaan kecewa dan tidak puas dan pada akhirnya konsumen tidak berkunjung kembali.

Berdasarkan definisi diatas bahwa variasi menu dan kualitas produk merupakan salah satu hal terpenting dalam sebuah bisnis dimana ketika pelanggan puas dengan produk yang diberikan, maka pelanggan akan membelinya terus-menerus. Pelanggan akan berbicara dengan orang lain tentang pengalaman disaat mencoba produk. Di sisi lain, jika pelanggan tidak puas maka akan cenderung mencari produk lain yang pada akhirnya, bisnis mengalami kerugian karena kalah bersaing dengan restoran lainnya. Maka, peneliti memilih judul **“Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Produk *Seafood* khas Melayu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pelam *Coffee & Seafood* Resto Batam”**. Berdasarkan variabel-variabel tersebut diharapkan dapat mempengaruhi eksistensi sebuah bisnis dalam melakukan strategi pemasaran terkait dengan faktor determinan terhadap kepuasan konsumen.

1.2 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan agar terjadi perbedaan terhadap pemahaman mengenai masalah yang akan diteliti sekaligus mempermudah peneliti dalam menjelaskan penelitian untuk penyelesaian Proyek Akhir. Agar peneliti dapat bekerja sesuai dengan fokus yang diteliti, maka batasan masalah adalah sebagai berikut :

1. Meliputi informasi seputar variasi menu *seafood* khas Melayu Pelam *Coffee & Seafood Resto*.
2. Meliputi informasi seputar kualitas produk *seafood* khas Melayu Pelam *Coffee & Seafood Resto*.
3. Meliputi informasi seputar variasi menu *seafood* khas melayu Pelam *Coffee & Seafood Resto*.

1.3 ¹¹ Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variasi menu *seafood* khas Melayu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen saing Pelam *Coffee & Seafood Resto* di Kota Batam?
2. Apakah Kualitas Produk *seafood* khas Melayu berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen Pelam *Coffee & Seafood Resto* di Kota Batam?
3. Apakah antara variasi menu dan kualitas produk yang dominan terhadap kepuasan konsumen Pelam *Coffee & Seafood Resto* di ⁷⁰ Batam?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisa pengaruh variasi menu *seafood* khas Melayu terhadap kepuasan konsumen Pelam *Coffee & Seafood* Resto di Batam.
2. Mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk *seafood* khas Melayu terhadap kepuasan konsumen Pelam *Coffee & Seafood* Resto di Batam
3. Dari analisa tersebut diharapkan dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen Pelam *Coffee & Seafood* Resto berdasarkan faktor variasi menu dan kualitas produk.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari Penelitian dibagi menjadi 3, yaitu sebagai berikut :

1. ¹¹ Bagi Penulis

Menambah wawasan atau pengalaman dalam melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk berkunjung kembali ke restoran.

2. Manfaat untuk Institusi

Menambah referensi dan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya dengan pendekatan yang sama.

3. Manfaat untuk Pemilik Usaha

Untuk mengetahui pentingnya kualitas produk dan ragam menu yang dijual di restoran untuk menarik ulasan dari konsumen untuk meningkatkan penjualan restoran.

1.6 Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman, definisi istilah penting dianggap perlu untuk digunakan dalam penelitian ini. Maka perlu memberikan batasan-batasan istilah tersebut sebagai berikut :

1. ²⁵ Variasi Menu

Variasi menu merupakan varian menu yang disediakan oleh pemilik usaha kuliner untuk memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan.

2. ¹⁹ Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan dan nilai-nilai lainnya.

3. *Seafood*

⁵³ *Seafood* atau makanan laut adalah sebutan untuk makanan berupa hewan dan tumbuhan laut yang ditangkap, dipancing, diambil dari laut maupun hasil budidaya seperti ikan, moluska, *crustacea*, *echinodermata*, ubur-ubur, dan rumput laut.

4. ⁵ Masakan Melayu

Masakan Melayu adalah masakan dari etnis Melayu yang dapat ditemukan di Indonesia bagian Sumatra dan Kalimantan, Malaysia, Singapura, Brunei, Thailand Selatan, dan Filipna Selatan. Ciri utama dari masakan tradisional Melayu adalah menggunakan rempah-rempah yang cukup banyak dan santan.

5. ⁵⁰ Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Variasi Menu

2.3.1 Definisi Variasi Menu

Menu adalah daftar hidangan yang disiapkan untuk disajikan sebagai makanan. Dalam hal ini, menu bisa disebut sebagai ¹⁴ susunan makanan dan minuman yang dapat disajikan pada saat makan. Pengertian lain dari sebuah menu adalah daftar makanan yang bisa dipesan atau daftar makanan yang akan disajikan. Menu itu sendiri berasal dari kata perancis “*Le Menu*” yang berarti menyajikan daftar menu makanan atau minuman untuk para tamu.

⁷³ Salah satu unsur kunci dalam persaingan bisnis kuliner adalah ragam menu yang disediakan oleh rumah makan. Variasi menu atau keragaman menu maupun produk memiliki bermacam-macam interpretasi dari beberapa ahli. Kata variasi sudah tidak asing di mata para pakar ekonomi karena variasi menu adalah salah satu bagian strategi yang digunakan di dunia perkulineran.

Menurut Botti & Iyengar dikutip dari (Wilujeng & Mudzakkir, 2015), ⁴² keragaman produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi. Alternatif pilihan yang lebih bervariasi untuk konsumen dapat mendorong kepuasan konsumen.

Menurut Drysdale dan Aldrich dikutip (Hamida Siti & Kokom Komariah, 2018) menjelaskan ¹⁴ secara terminologi pada sebuah menu didasarkan pada dua alasan pertama, menu digunakan untuk menjelaskan sebuah produk dan kedua adalah menu digunakan untuk menjelaskan produk apa yang dijual.

Menurut Endar Sugiarto dan Sulartiningrum dikutip dari (Ali, 2021), menu adalah daftar makanan yang telah dipersiapkan serta sudah tersedia. Sedangkan menurut Manuntun dikutip dari (Adriyanti, 2018) ⁶⁷ Menu adalah sebuah pedoman yang menyiapkan makanan atau hidangan bahkan merupakan penuntun bagi mereka yang akan menikmati hidangan tersebut.

Menurut Santoso Dikutip dari (Mellyana, 2021), ³⁹ variasi menu dapat diartikan sebagai varian makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner yang dapat dibedakan berdasarkan bahan makanan, resep masakan, cara pengolahan, sampai dengan jenis makanan dalam suatu hidangan.

Dari penjelasan di atas bisa diambil kesimpulan jika ²⁵ variasi menu Variasi menu merupakan variasi hidangan yang disediakan oleh pemilik bisnis kuliner, sehingga memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan.

2.3.2 Indikator Variasi Menu

Di masa kini dengan meningkatnya taraf hidup suatu negara, maka kebutuhan manusia akan pangan juga meningkat. Manusia tidak hanya memiliki kebutuhan untuk makan, mereka juga membutuhkan makanan yang bergizi, lezat dan menarik. Untuk mencapai penataan hidangan yang sempurna dan memenuhi persyaratan higienis, diperlukan keterampilan khusus, yaitu kemampuan mempersiapkan menu.

Menurut Zielke dikutip dari (Wilujeng & Mudzakkir, 2015), keragaman produk merupakan persepsi konsumen yang dibagi menjadi beberapa dimensi penting yang meliputi di bawah berikut :

1 Persepsi Keragaman Harga Produk

²⁰ Persepsi keragaman harga produk merupakan penilaian konsumen terhadap berbagai harga produk yang ditawarkan pada berbagai tingkat kategori.

2 Keragaman Kualitas Produk

Keragaman kualitas produk merupakan penilaian konsumen terhadap berbagai kualitas produk yang ditawarkan pada berbagai kategori.

3 Keragaman Jenis Produk

Keragaman jenis produk merupakan penilaian konsumen terhadap berbagai jenis produk yang ditawarkan pada berbagai kategori.

4 Keragaman Tampilan Produk

Keragaman tampilan produk merupakan penilaian konsumen terhadap tampilan produk yang ditawarkan pada berbagai kategori.

2.2 Teori Kualitas Produk

2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

⁵ Kata produk berasal dari bahasa Inggris *product* yang berarti sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya. Dalam bisnis, produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. ²³ Kualitas tidak hanya terdapat pada barang atau jasa saja, tetapi juga termasuk dalam produk makanan. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. ⁴⁴ Produk yang ditawarkan oleh restoran akan berpengaruh terhadap kegiatan restoran mulai dari desain, sistem produksi dan operasi, dan program pemasaran sistem distribusi, iklan dan tenaga pekerja.

Menurut Kotler dan Keller dikutip dari (Felix, 2020),⁴⁷ produk merupakan sebagai apa pun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diakuisisi, digunakan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut Kotler & Armstrong dikutip dari (Kosasih Angelina & Liu Fifi, 2015),⁷⁴ kualitas adalah karakteristik dari produk dengan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas merupakan totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan.

³ Kualitas Makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga (Margaretha S & Japarianto Edwin, 2012).

⁴⁸ Kualitas Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Tjiptono & Chandra, 2016).

⁵ Kualitas produk dinilai pada kemampuan barang, jasa atau keduanya dalam memberikan kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. Penilaian terhadap kualitas produk dapat sejara objektif maupun subjektif. Penilaian objektif melihat kepada pandangan produsen terhadap kegiatan produksi. Kualitas produk secara objektif dinilai melalui tingkat produksi dan penawaran. Sedangkan penilaian subjektif dinilai dari pandangan konsumen. Kualitas produk ditentukan oleh tingkat keinginan atau harapan dari konsumen terhadap produk yang dihasilkan produsen. Kualitas produk dalam pandangan produsen termasuk

dalam penilaian dari dalam perusahaan, sedangkan penilaian dari konsumen termasuk penilaian dari luar perusahaan (Daga, 2017).

Dari penjelasan di atas bisa diambil kesimpulan jika kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan.

2.2.2 Indikator Kualitas Produk

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2016) indikator yang mempengaruhi kualitas produk makanan yaitu :

1. Warna

Warna dari makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa agar tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi.

2. Penampilan

Makanan harus baik untuk dilihat saat berada di piring, di mana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran serta kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik ataupun tidak untuk dinikmati.

3. Porsi

Untuk setiap penyajian makanan harus ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*.

4 Bentuk

Bentuk makanan menjadi peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi, misalnya wortel yang dipotong dengan bentuk *dice* digabung dengan selada yang dipotong *chiffonade* yang merupakan potongan yang tidak beraturan pada sayuran.

5 Temperatur

Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya. Temperatur juga bisa mempengaruhi rasa misalnya rasa manis pada sebuah makanan akan lebih terasa saat makanan tersebut masih hangat sementara rasa asin pada sup akan kurang terasa pada saat sup masih panas.

6 Tekstur

Ada beberapa macam tekstur makanan seperti halus atau kasar, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tingkat tipis dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dari reseptor mulut.

7 Aroma

Aroma adalah reaksi indera penciuman dari konsumen yang akan mempengaruhi konsumen sebelum menikmati makanan.

8 Tingkat Kematangan

Tingkat kematangan akan mempengaruhi tekstur dari makanan. Misalnya, makanan seperti *steak* memiliki tingkat kematangan

berbeda ketika konsumen memiliki preferensi untuk tingkat kematangan.

37 9 Rasa

Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

2.3 Teori Kepuasan Konsumen

9 2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Dalam keputusan pembelian setiap konsumen tidak hanya berhenti sampai di proses konsumsi, namun konsumen tersebut selanjutnya akan memberikan evaluasi terhadap pembelian produknya dan proses evaluasi tersebut memberikan hasil atas rasa puas dan tidak puas terhadap produknya, apabila konsumen puas, kepuasan tersebut akan terdorong untuk melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Kepuasan konsumen menurut (Kotler & Keller, 2016), Kepuasan merupakan perasaan seseorang yang senang ataupun sebaliknya karena membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang didapatkan dengan harapan. Bila kinerja suatu produk jauh dari harapan, maka konsumen akan menjadi tidak puas. Namun bila kinerja suatu produk sama atas apa yang diharapkan, maka konsumen akan puas. Jika melebihi harapan, konsumen menjadi sangatlah puas.

2.3.2 Indikator Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian yang telah dilakukan (Bilro & Loureiro, 2020) ada empat indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

1. Kepuasan atas produk yang ditawarkan.

Ketika konsumen puas akan produk yang ditawarkan oleh pihak pengelola

2. Kepuasan atas layanan yang diberikan.

Ketika konsumen puas atas layanan yang diberikan oleh pihak pengelola.

3. Kesesuaian spesifikasi atas produk yang diterima dengan yang diharapkan.

Ketika konsumen menerima spesifikasi produk sesuai dengan yang diharapkan.

4. Kesesuaian atas kinerja dan layanan yang diberikan.

Ketika pihak pengelola memberikan layanan yang sesuai dengan konsumen.

2.4 Kajian Empiris

Untuk mempertajam analisa dalam penelitian maka peneliti menggunakan beberapa referensi jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan tentang variasi menu dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Berikut ini beberapa kajian empiris dari penelitian atau jurnal

75 terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian
1.	(Anggraini & Yana, 2022)	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat, dan Kualitas makanan Khas Melayu Terhadap Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner di Kota Batam	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas makanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Penelitian Kuantitatif
2.	(Sari Nurvitay, 2020)	Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa, Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Sawasdee Thai Seafood Restaurant Multatuli	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, cita rasa, dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian Pelanggan Sawasdee Thai Seafood Restaurant Multatuli. Variabel cita rasa menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Citra merek, cita rasa, dan variasi produk memberikan kontribusi sebesar 88,5% dalam terbentuknya keputusan pembelian pelanggan. Citra merek, cita rasa, dan variasi produk memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian pelanggan.	Penelitian Kuantitatif

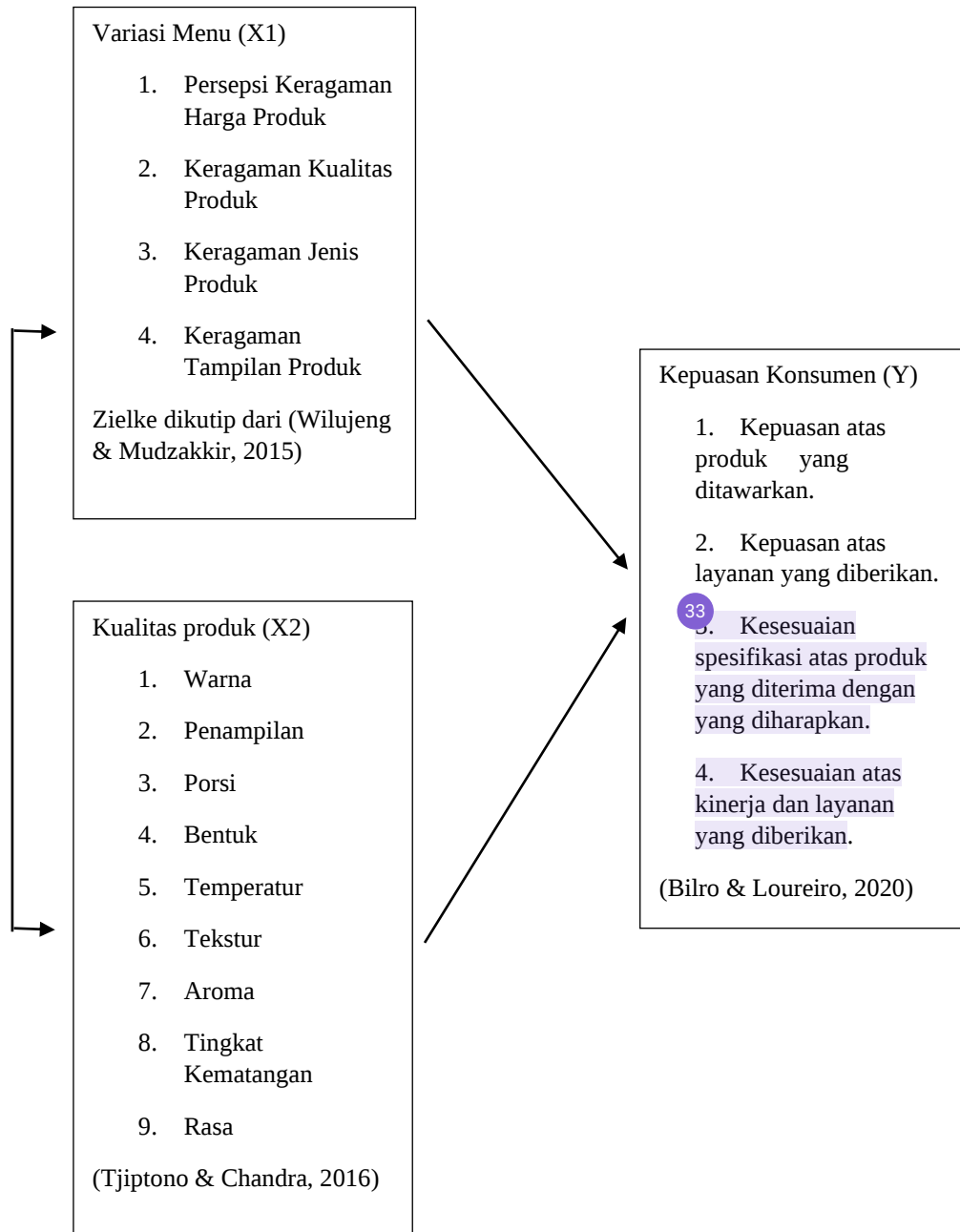
8 3.	(Syahri dkk., 2018)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Karibia <i>Seafood</i> Medan	17 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terjadi akibat adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap dua variabel independent yang diuji yaitu kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen melalui uji t dan uji F, sedangkan angka R Square sebesar 96,6% adalah variasi kepuasan konsumen restoran Karibia <i>Seafood</i> Medan yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut, dimana sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.	Penelitian Deskriptif Kuantitatif
4.	(Maria & Anshori Yusak, 2013)	19 Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake Jakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan King Cake (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 80 kualitas pelayanan (X2) memberikan nilai yang lebih signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) daripada kualitas produk (X1).	Penelitian Kuantitatif
5.	(Rezkiani & Sampurna Surya, 2020) 3	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Cendrawasih <i>Seafood</i> 29 Jakarta Utara	3 Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Cendrawasih <i>Seafood</i> 29, Jakarta Utara, variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Cendrawasih <i>Seafood</i> 29, Jakarta Utara, variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap	Metode <i>Survey</i> dan Metode Studi Kasus

			3 kepuasan konsumen pada Rumah Makan Cendrawasih Seafood 29, Jakarta Utara dan variabel servicescape berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Cendrawasih Seafood 29, Jakarta Utara	
6.	(Santoso dkk., 2019)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)	7 Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 0,292 (2) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 0,009 (3) harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 0,000 (4) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 0,080 (5) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 0,003 (6) harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 0,015 (7) kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 0,000 (8) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen (9) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen (10) harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.	Penelitian Kuantitatif dengan strategi asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variable atau lebih
7.	(Izzuddin & Muhsin, 2020)	31 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate	Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan	Penelitian Kuantitatif

		Ayam dan Kelinci Mas Asep Kota Jember	berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.	
8.	(Baiony dkk., 2017)	<i>The influence of menu design, menu item descriptions and menu variety on customer satisfaction. A case study of Egypt</i>	<i>Multiple regression analysis of the data indicated that menu design, menu item descriptions, and menu variety were significant predictors of customer satisfaction. The study's findings will be beneficial for educators, students in hotel management programs and practitioners to better understand the complex association between menu attributes and customer satisfaction</i>	Quantitative Research
9.	(Afriani dkk., 2020)	Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Menu Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam	Terdapat variabel rasa dan variasi menu secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen.	Penelitian Kuantitatif
10.	(Fintariasari dkk., 2020)	Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Sarah Cake Kota Bengkulu	Dari hasil uji hipotesis secara parsial (uji T) bahwa masing-masing variable independen (kualitas produk, display layout, dan variasi produk) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variable dependen (kepuasan konsumen).	Penelitian Kuantitatif

Sumber. Kutipan dari berbagai sumber – Diolah peneliti (2022)

2.4 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 *Kerangka Berpikir*

Sumber. Penelitian terdahulu, diolah peneliti (2022)

2.5 Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2016), ² hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban sementara baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Sehingga hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan teori-teori yang diambil, maka ditarik beberapa hipotesis sebagai jawaban sementara dari permasalahan yang diteliti, yaitu:

Ha1. Variasi menu secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *seafood* khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood* Resto.

Ho1. Variasi menu secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *seafood* khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood* Resto.

Ha2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk *seafood* khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood* Resto.

Ho2. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk *seafood* khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood* Resto.

Ha3. Variasi menu dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk *seafood* khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood* Resto.

H03. Variasi menu dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk *seafood* khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood* Resto.

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, desain yang digunakan oleh peneliti adalah desain penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan korelasional. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode pendekatan ilmiah yang memandang suatu masalah dalam penelitian dapat diklasifikasikan, bersifat kongkrit, dapat teramati dan terukur, serta hubungan antar variabel bersifat sebab-akibat dimana data yang diolah dengan cara analisis statistik atau dalam bentuk angka-angka kemudian dapat dianalisis menggunakan statistik (Sutanjar & Saryono, 2019). Maka dari itu, peneliti berusaha mengumpulkan dan mencari data-data yang objektif dan sesuai dengan keadaan nyata di lokasi penelitian. Menurut (Azwar, 2010) penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu pendekatan yang menekankan analisis pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statiska.

Metode korelasional menurut (Sudijono, 1997), dalam ilmu statistik korelasi diberi pengertian sebagai hubungan dan tingkat hubungan antar dua variabel atau lebih. Adanya hubungan tingkat variabel ini penting karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, peneliti dapat mengembangkannya sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut (Arikunto, 2010), penelitian korelasional (*Correlational studies*) merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel dan penelitian korelasional tidak menuntut subyek penelitian yang terlalu banyak.

¹ Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah variasi menu dan kualitas produk. Sedangkan variabel terikat adalah kepuasan konsumen. Maka penelitian ini dengan tujuan mencari ada tidaknya hubungan antara variasi menu (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) di *Pelam Coffee & Seafood Resto*, baik hubungannya secara parsial maupun simultan.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Ferdinand dikutip dari (Ajar dkk., 2021), ²⁴ populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Sedangkan, menurut (Sugiyono, 2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan atau konsumen *Pelam Coffee & Seafood Resto*. Maka daripada itu, Penelitian ini mengambil data selama 6 (enam) bulan, maka jumlah populasi penelitian ini berjumlah 4375 pelanggan yang memesan makanan seafood selama 6 (enam) bulan.

3.2.2 Sampel

Menurut (Priadana & Sunarsi, 2021), ⁶ sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu sendiri. Sampel disebut juga contoh. Nilai hitungan yang diperoleh dari sampel inilah yang disebut dengan statistik. Sedangkan ²⁹ menurut (Sugiyono, 2016), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila

populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus dapat merepresentasikan (mewakili). Apabila populasi yang ada kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* karena pengambilan sampel ini dilakukan karena peneliti memahami informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh pada kelompok atau sasaran tertentu yang dapat memenuhi kriteria yang ditentukan peneliti sesuai tujuan penelitian (Ajar dkk., 2021).

Peneliti menetapkan kriteria sampel sebagai berikut :

1. Warga Negara Indonesia (WNI).
2. Berdomisili di Batam, Kepulauan Riau.
3. Minimal berusia 16 tahun.
4. Responden merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali di Pelam Coffee & Seafood Resto.

Menurut (Sugiyono, 2016) penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain dengan menggunakan rumus. Salah satu rumus yang dapat digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel minimal

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan yang ditolerir

Berdasarkan rumur di atas, maka ditentukan tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 10% atau 0.1. Berikut besarnya sampel yang diambil adalah

$$n = \frac{4375}{1 + (4375)(0.1)^2} = \frac{4375}{1 + (4375)(0.01)} = \frac{4375}{44.75} = 97.7653631285 \approx 98$$

Dari hasil perhitungan diperoleh ukuran sampel minimal adalah 97.76 dengan tingkat kesalahan 10%. Peneliti mengambil tingkat kesalahan yang ditolerir 10 % dikarenakan semakin besar tingkat kesalahan yang ditoleransi maka semakin kecil jumlah sampel yang diambil (Sarwono, 2006). Oleh karena itu, ukuran sampel pada penelitian ini dibulatkan menjadi 98 buah sampel.

3.3 Operasional Variabel

3.3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel merupakan suatu makna atau arti mengenai variabel yang akan diteliti yang dapat dirumuskan berdasarkan karakter yang dimiliki oleh variabel tersebut (Masrukin, 2015). Menurut (Priadana & Sunarsi, 2021), variabel merupakan objek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut dan dapat menarik sebuah kesimpulan.

Oleh karena itu, variabel perlu diklasifikasikan secara operasional oleh peneliti. Maka peneliti menggunakan variabel berdasarkan (Sugiyono, 2016), hubungan antara variabel penelitian sebagai berikut:

1 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

79 Variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat adanya variabel bebas dan dipengaruhi pula oleh variabel tersebut. Variabel terikat 51 yang digunakan dalam penelitian ini adalah daya saing.

2 Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah suatu variabel yang mempengaruhi sebab adanya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah variasi menu dan kualitas produk.

Berdasarkan variabel diatas, peneliti membuat tabel Definisi Operasional Variabel sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Indikator Instrumen Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Nomor Item	Skala
25 Variasi Menu (X ₁)	Variasi menu merupakan varian menu yang disediakan oleh pemilik usaha kuliner untuk memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan	1. Persepsi Keragaman Harga Produk	P 01	Likert
		2. Keragaman Kualitas Produk	P 02	
		3. Keragaman Jenis Produk	P 03	

		4. Keragaman Tampilan Produk	P 04	
19 Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan dan nilai lainnya.	57 1. Warna	P 05	78 Likert
		2. Penampilan	P 06	
		3. Porsi	P 07	
		4. Bentuk	P 08	
		5. Temperatur	P 09	
		6. Tekstur	P 10	
		7. Aroma	P 11	
		8. Tingkat Kematangan	P 12	
		9. Rasa	P 13	
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan sebagai tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.	33 1. Kepuasan atas produk yang ditawarkan.	P 14	Likert
		2. Kepuasan atas layanan yang diberikan.	P 15	
		3. Kesesuaian spesifikasi atas produk yang diterima dengan yang diharapkan.	P 16	
		4. Kesesuaian atas kinerja dan layanan yang diberikan.	P 17	

Sumber. Berbagai ahli dikutip peneliti sesuai dengan bab 2 (2022)

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Menurut (Ajar dkk., 2021), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif. Maka daripada itu, *measurement* adalah cara alat pengukur (*scale*) menyatakan *scores* yang didapat.

Penelitian ini menggunakan jenis pengukuran variabel *Likert scale* atau skala likert, yaitu skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena sosial. Dengan menggunakan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat instrumen yang berupa pernyataan yang perlu dijawab oleh responden (Sugiyono, 2016).

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Skala Likert yang digunakan adalah nilai 1 sampai dengan 5 dengan batasan-batasan sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber. (Sugiyono, 2016)

3.3.3 Jenis Data

Menurut (Ajar dkk., 2021), data merupakan sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan atau melakukan analisis. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, penjelasannya sebagai berikut :

1. Data Primer yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka). Ada berbagai macam data kuantitatif yang termasuk dalam penelitian ini seperti pengolahan hasil yang berupa angket atau kuesioner dan digunakan untuk menganalisis. Peneliti menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics* Versi 26.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode data original. Ada berbagai macam data sekunder yang termasuk dalam penelitian ini seperti data wawancara, observasi, catatan-catatan dari permasalahan yang pernah dihadapi pada penelitian terdahulu yang peneliti dapatkan melalui berbagai sumber seperti *google scholar* dan laman *repository* kampus.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

3.4.1 Kuesioner (Daftar Pertanyaan)

Kuesioner disebut pula angket atau self administrated questioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Pernyataan-pernyataan tersebut harus sesuai

dengan konsep dari hipotesis yang telah dibuat sebelumnya (Priadana & Sunarsi, 2021).

Berdasarkan cara menyusun pertanyaan dalam teknik kuesioner ini dibagi menjadi dua, yaitu kuesioner²⁸ terbuka dan tertutup. Kuesioner terbuka adalah suatu kuesioner dimana pertanyaan-pertanyaan yang dituliskan tidak disediakan jawaban pilihan sehingga²⁸ responden dapat bebas untuk menjawabnya sesuai dengan pandangan dan pengetahuannya. Sedangkan kuesioner tertutup adalah suatu kuesioner dimana pertanyaan-pertanyaan yang dituliskan telah disediakan jawaban pilihan, sehingga responden tinggal memilih salah satu dari yang telah disediakan.

¹⁸ Kuesioner atau angket yang akan peneliti gunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang bersifat tertutup karena jawaban atas pertanyaan-pertanyaan sudah disediakan sebelumnya karena peneliti memakai Skala *Likert*. Kuesioner disebarkan dalam bentuk *google form* kepada sampel penelitian.

3.4.2 ⁶ Wawancara

Wawancara adalah suatu tanya jawab secara tatap muka yang dilaksanakan oleh pewawancara dengan orang yang diwawancarai untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Wawancara juga merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik tertentu (Priadana & Sunarsi, 2021). Metode ini diimplementasikan kepada pemilik bisnis dan para *staff* dengan melakukan wawancara secara langsung dan terstruktur.

3.4.3 Observasi

71 Para peneliti hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipatif sebagai pengamat agar data yang diperoleh akurat sekaligus peneliti dapat menempatkan dirinya sebagai bagian dari objek yang sedang diteliti.

3.4.4 Dokumentasi

18 Metode Dokumentasi adalah suatu cara untuk menyusun informasi yang dilaksanakan oleh peneliti melalui penghimpunan seluruh dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dokumen ini dari hasil penelitian, berupa foto-foto atau gambar lalu peneliti menggunakan data tersebut sebagai data penunjang dalam penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kuantitatif merupakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dikarenakan analisis data kuantitatif menggunakan model matematika serta model statistik sehingga dapat dihitung secara akurat. Ada dua jenis teknik analisis data kuantitatif, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial (Priadana & Sunarsi, 2021). Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif.

3.5.1 Analisis deskriptif

6 Teknik analisis data kuantitatif deskriptif dilakukan ketika kita melihat performa data di masa lalu untuk memperoleh suatu kesimpulan. Teknik ini digunakan ketika kita berhadapan dengan data dalam volume yang sangat besar.

3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

⁸² Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut (Miftahul Janna & Pembimbing, t.t.), ³⁰ uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengungkap sesuatu yang diukur oleh kuesioner.

⁴⁹ Reliabilitas menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Uji reliabilitas digunakan agar ⁸⁴ mengetahui apakah responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya atau reliabel (Wijayanti, 2014).

Data tersebut peneliti peroleh dengan menyebarkan beberapa kuesioner terlebih dahulu ke responden untuk pengujian instrument. Dalam penelitian ini akan digunakan sebanyak 98 responden dan signifikansi sebesar 10%.

3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut (Nurhasnah, 2019:62), uji validitas adalah pengujian yang membantu menentukan seberapa baik ketelitian dan ketepatan suatu alat ukur memenuhi fungsi ukurnya. Instrumen yang dinyatakan valid adalah instrumen yang dapat mengukur apa yang dibutuhkan dan cukup mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Ada dua cara untuk memeriksa apakah instrumen penelitian efektif yaitu dengan membandingkan nilai r-hitung dan nilai r-tabel, atau dengan memeriksa signifikansinya. Untuk menyelesaikannya peneliti

menggunakan software IBM SPSS Statistics Versi 26, dengan kriteria pengujian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. maka item instrument dikatakan valid, pada tingkat signifikansi $\alpha = 10\%$. Rumus untuk membandingkan mencari r-tabel adalah $df = n - 2$, dimana n adalah jumlah data (Ramadhayanti, 2019). Untuk menyelesaikannya peneliti menggunakan *software IBM SPSS Statistics Versi 26*, dengan kriteria pengujian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. maka item instrumen dikatakan valid, pada tingkat signifikansi $\alpha = 10\%$. Rumus untuk membandingkan mencari r-tabel adalah $df = n - 2$, dimana n adalah jumlah data (Ramadhayanti, 2019:76). Diperoleh r tabel yaitu $df = 98-2 = 96$ dengan $\alpha = 10\%$ maka nilai r-tabel sebesar 0,1671.

1. Hasil Validitas Variabel X1

Tabel 3. 3 Tabel Uji Validitas Variasi Menu

No	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0,460	0,1671	Valid
P2	0,889	0,1671	Valid
P3	0,848	0,1671	Valid
P4	0,856	0,1671	Valid

Sumber. Olahan peneliti. 2022

Dari hasil analisis, diperoleh R hitung dari 4 butir pertanyaan pada angket Variasi Menu lebih besar dari nilai r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan nilai r tabel 0,1671, maka dapat disimpulkan bahwa 4 pertanyaan pada angket Variasi Menu adalah valid.

2. Hasil Validitas Variabel X2

Tabel 3. 4 Tabel Uji Validitas Kualitas Produk

No	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0,616	0,1671	Valid
P2	0,638	0,1671	Valid
P3	0,685	0,1671	Valid
P4	0,551	0,1671	Valid

P5	0,303	0,1671	Valid
P6	0,620	0,1671	Valid
P7	0,689	0,1671	Valid
P8	0,599	0,1671	Valid
P9	0,494	0,1671	Valid

Sumber. Olahan Peneliti. 2022

Dari hasil analisis, diperoleh R hitung dari 13 butir pertanyaan pada angket Kualitas Produk lebih besar dari nilai r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan nilai r tabel 0,1671, maka dapat disimpulkan bahwa 13 pertanyaan pada angket Kualitas Produk adalah valid.

3. Hasil Dari Validitas Variabel Y

Tabel 3. 5 Tabel Uji Validitas Kepuasan Konsumen

No	¹⁵ r_{hitung}	r tabel	Keterangan
P1	0,801	0,1671	Valid
P2	0,743	0,1671	Valid
P3	0,701	0,1671	Valid
P4	0,488	0,1671	Valid

Sumber. Olahan Peneliti. 2022

Dari hasil analisis, diperoleh R hitung dari 4 butir pertanyaan pada angket Kepuasan Konsumen lebih besar dari nilai r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan nilai r tabel 0,1671, maka dapat disimpulkan bahwa 4 pertanyaan pada angket Kepuasan Konsumen adalah valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan arti bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Rumus ini digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak. Untuk menentukan tingkat reliabel dengan kriteria instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila koefisien reliability (Cronbach Alpha) $> 0,60$.

1. Hasil Dari Reliabilitas Variabel X1

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variasi Menu

No	Cronbach's Alpha	R tabel	Keterangan
34 X1	0,744	0,60	Reliabel
X2	0.756	0.60	Reliabel
Y	0,629	0,60	Reliabel

Sumber. Olahan Peneliti. 2022

Dari analisis diatas memperlihatkan nilai Cronbach Alpha untuk X1 (0,744), X2 (0,756), dan Y (0,629) lebih besar dari 0,60 Artinya semua butir pertanyaan angket Reliabel.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear berganda. Menurut (Ghozali, 2016), untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik memiliki data terdistribusi normal. Penelitian ini memakai analisis grafik dimana suatu model regresi berdistribusi secara normal jika melihat *normal probability plot*. *Normal Probability plot* atau *normal P Plot* adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan melalui analisis ini, jika data menyebar disekitar garis diagonal sebagai representasi pola distribusi normal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2016).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). Dasar pengambilan keputusan :

- a. Apabila grafik plot menunjukkan titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- b. Apabila grafik plot tidak menunjukkan pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan juga nilai *Tolerance* dengan mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya (Ghozali, 2016). Nilai yang digunakan untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas. Hasil yang diharapkan dari pengujian ini adalah tidak terjadi

multikolinearitas dengan dasar keputusan untuk menyatakan hal tersebut adalah ketika nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* > 0.10 .

3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam Penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Karena terdapat banyak variabel bebas dalam penelitian ini, tepatnya terdapat 2 variabel bebas maka uji regresi yang digunakan adalah uji regresi linear berganda. Rumus regresi berganda yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Daya Saing

a = Konstanta

b = Koefisien

X₁ = Variasi Menu

X₂ = Kualitas Produk

e = Margin Error

3.5.2.1 Uji Pengaruh Parsial (Uji-t)

Berdasarkan (Ghozali, 2016), uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel variasi menu dan kualitas produk secara individual terhadap kepuasan konsumen pada Pelam *Coffee & Seafood* Resto. Menurut (Ghozali, 2018:99), dasar pengambilan keputusan untuk uji t dapat dilihat dari nilai signifikansinya (Sig.) $<$ probabilitas 0,50 dan nilai

perbandingan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ untuk menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dari variabel bebas kepada variabel terikat.

3.5.2.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Berdasarkan (Ramadhayanti, 2019), uji f atau uji koefisien regresi merupakan pengujian yang membantu untuk mengetahui pengaruh variabel variasi menu dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Pelam Coffee & Seafood Resto yang dimana berpengaruh secara simultan atau bersama-sama. Kriteria keputusan untuk uji f sama dengan uji t, dimana dapat dinyatakan bahwa memiliki pengaruh yang simultan ketika nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$ sedangkan bila dibandingkan dari nilai f-hitung harus $> f\text{-tabel}$ untuk menyatakan terjadinya pengaruh (Ghozali, 2016).

3.5.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisiensi determinasi dalam penelitian ini berfungsi sebagai alat ukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat, dimana nilai koefisien determinasi diantara nol dan satu yang semakin kecil nilainya maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat semakin terbatas (Senggetang et al., 2019).

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini bertempat di Pelam Coffee & Seafood Resto yang beralamat di jalan KH. Ahmad Dahlan, daerah Kampung Tua, Tanjung Riau, Kecamatan Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau, Kode Pos 29425. Waktu Penelitian dilaksanakan pada tanggal 4 September 2022 – 19 September 2022.

BAB VI

PEMBAHASAN

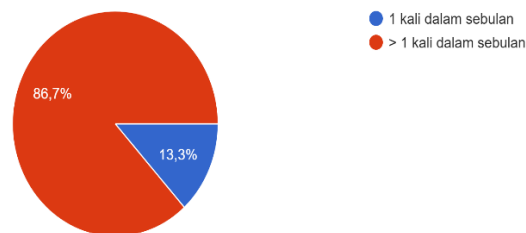
4.1. Hasil

4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif

Peneliti melakukan analisa terhadap responden konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali dan > 1 kali di *Pelam Coffee & Seafood Resto*.

Gambar 4. 1 Diagram Responden

Seberapa sering Anda melakukan pembelian produk seafood di *Pelam Coffee & Seafood Resto* Batam ?
128 jawaban



Sumber. Olahan Peneliti. 2023

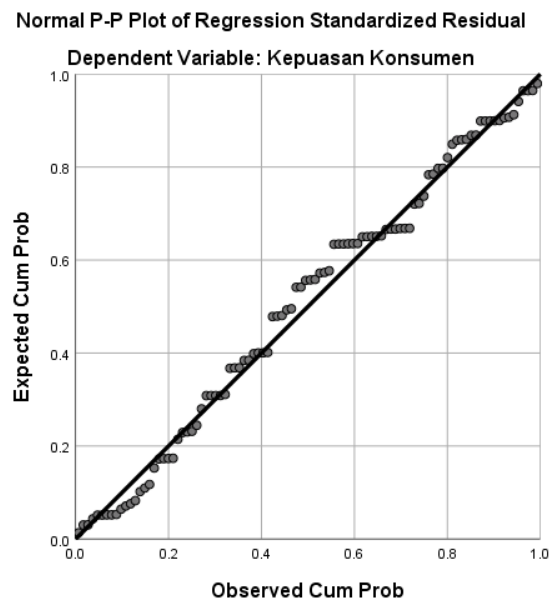
Dalam data diagram lingkaran, terdapat 111 responden telah melakukan ≥ 1 kali pembelian produk seafood *Pelam Coffee & Seafood Resto* dalam sebulan sedangkan 17 responden telah melakukan ≤ 1 kali pembelian produk seafood dalam sebulan.

4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas pada data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada grafik Normal P-Plot pada gambar di bawah ini :

Gambar 4. 2 Grafik P-Plot



Sumber. Olahan Peneliti. 2023

Grafik di atas telah memenuhi kriteria pengujian, yaitu titik-titik pada grafik Normal P-P Plot menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 1 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.789	1.351		9.468	.000		
	Variasi Menu	.355	.057	.544	6.221	.000	.968	1.033
	Kualitas Produk	.001	.032	.003	.035	.972	.968	1.033

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

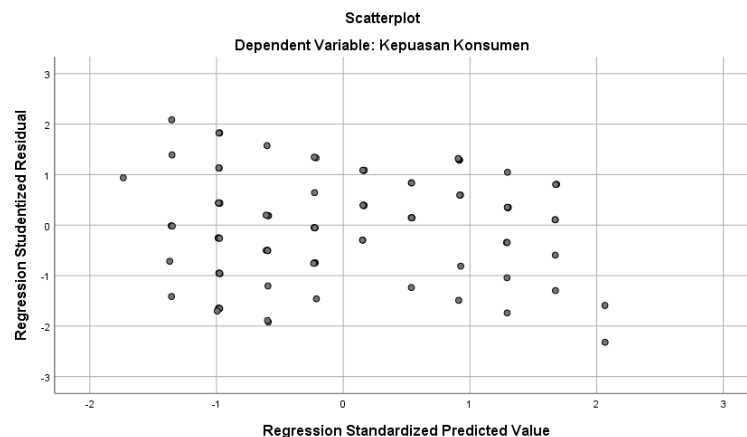
Sumber. Olahan Peneliti.2023

1 Data di atas telah memenuhi kriteria pengujian, yaitu nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai VIF < 10, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti tidak memiliki gejala multikolinearitas.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

1 Uji heteroskedastisitas pada data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam grafik Scatterplot pada gambar di bawah ini :

Gambar 4. 3 Grafik Scatterplot



Sumber. Olahan Peneliti. 2023

1 Grafik di atas telah memenuhi kriteria pengujian, yaitu titik-titik pada grafik Scatterplot tersebar acak di sekitar angka 0, tidak berkumpul hanya di atas atau bawah. Penyebaran data tidak membentuk gelombang, serta tidak membentuk suatu pola tertentu. Maka demikian, data yang

digunakan pada penelitian ini telah terbukti tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

4.1.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam Penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Karena terdapat banyak variabel bebas dalam penelitian ini, tepatnya terdapat tiga variabel bebas maka uji regresi yang digunakan adalah uji regresi linear berganda. Rumus regresi berganda yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Daya Saing

a = Konstanta

b = Koefisien

X₁ = Variasi Menu

X₂ = Kualitas Produk

e = Margin Error

Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 2 Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	12.789	1.351		9.468
	Variasi Menu	.355	.057	.544	6.221
	Kualitas Produk	.001	.032	.003	.035

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber. Olahan Peneliti. 2023

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresinya :

$$Y = 12.789 + 0.355 + 0.001 + e$$

Penjelasan :

1. Konstanta sebesar 12.789 hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel variasi menu (X_1) dan kualitas produk (X_2) sebesar 0 atau konstan maka kepuasan konsumen (Y) sebesar 12.789
2. Berdasarkan variabel variasi menu (X_1) hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel variasi menu (X_1) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai yaitu $b = 0,355$. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel variasi menu (X_1), sebesar 1 % maka akan terjadi peningkatan sebesar nilai kepuasan konsumen (Y) 0,355
3. Berdasarkan variabel kualitas produk (X_2) hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_2) memiliki koefisien regresi positif dengan nilai yaitu $b = 0,001$ Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel kualitas produk (X_2) sebesar 1 % maka akan terjadi peningkatan sebesar nilai kepuasan konsumen (Y) 0.001

4.1.3.1 Hasil Uji Pengaruh Parsial T (Uji t)

Dengan jumlah sampel sebanyak 98 orang, df (derajat kebebasan) yang diperlukan sebanyak 98 dan probabilitas sebesar 5 % maka t-tabel yang diperoleh melalui hasil perhitungan t-tabel adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}t - \text{tabel} &= t \left(\frac{0.05 : 2}{98 - 2 - 1} \right) \\&= \frac{0.025}{95} \\&= 1.985\end{aligned}$$

1 Uji pengaruh parsial pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 3 Hasil Uji t

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.	Standar Sig.
Variasi Menu (X ₁)	6.348	1.985	0.000	0.050
Kualitas Produk (X ₂)	-923	1.985	0.359	0.050

Sumber. Olahan Peneliti. 2023

Pada hasil uji di atas menunjukkan bahwa variabel variasi menu (X₁) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen seafood khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood* Resto serta t-hitung > t-tabel dan sig. 0.000 < 0.05, maka Ha₁ diterima sedangkan Ho₁ ditolak. Namun untuk variabel kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif (negatif) terhadap kepuasan konsumen produk seafood khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood* Resto, serta t-hitung > t-tabel dan sig. 0.359 > 0.05, maka Ha₂ ditolak dan Ho₂ diterima.

4.1.3.2 Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Dengan jumlah sampel sebanyak 98 orang, df (derajat kebebasan) pembilang yang diperlukan sebanyak 2 dan df penyebut sebanyak 96 dan probabilitas sebesar 5 % maka t-tabel yang diperoleh melalui hasil perhitungan f-tabel adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} F - \text{tabel} &= F \left(\frac{2}{98 - 2} \right) \\ &= \frac{2}{96} \\ &= 3.09 \end{aligned}$$

1 Uji pengaruh simultan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 4 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.569	2	42.284	19.942	.000 ^b
	Residual	201.431	95	2.120		
	Total	286.000	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Variasi Menu

Sumber. Olahan Peneliti. 2023

Hasil uji di atas menunjukkan bahwa kedua variabel variasi menu (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk seafood khas Melayu di Pelam Coffee & Seafood Resto serta F-hitung $19.942 > F\text{-tabel } 3.09$ dan Sig. $0.000 < 0.05$, maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.

4.1.3.3 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Gambar 4. 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 ^a	.296	.281	1.45614

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Variasi Menu

Sumber. Olahan Peneliti. 2023

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan regresi linear berganda, didapati bahwa tabel *Model Summary* di atas, nilai koefisiensi determinasi atau R Square adalah 0.296, yang dimana variabel variasi menu (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 29.6%. sedangkan sisanya 70,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.2. Pembahasan

4.2.1 Hasil Pengaruh Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa variasi menu memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Pelam *Coffee & Seafood* Resto. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung 6.348 > t-tabel 1.985 dan sig. 0.000 < 0.05, maka H_{a1} diterima sedangkan H_{o1} ditolak. Hasil ini bisa dilihat dari nilai koefisien dalam uji regresi berganda yaitu 0.355, lebih besar dari variabel lainnya, sehingga semakin beragam variasi menu penjualan membaik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Afriani dkk., 2020) tentang Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Menu Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen

Di Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam'. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variasi menu berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen di Rumah Makan Aneka Seblak Kota Batam. Serta penelitian yang dilakukan oleh (Baiomy dkk., 2017) juga meneliti hubungan variasi menu terhadap kepuasan konsumen dan hasilnya berpengaruh signifikan. Apabila terjadi kenaikan nilai variabel variasi menu (X_1), sebesar 1 % maka akan terjadi peningkatan sebesar nilai kepuasan konsumen (Y) 0,355. Hal ini membuktikan bahwa konsumen mempertimbangkan variasi menu sebagai salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan.

4.2.2 Hasil Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif (negatif) terhadap kepuasan konsumen di Pelam Coffee & Seafood Resto. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t -hitung -0.923 < t -tabel 1.985 dan sig. 0.359 > 0.05, maka H_{a2} ditolak sedangkan H_{o2} diterima. Hasil ini bukan berarti kualitas produk seafood Pelam Coffee & Seafood Resto tidak penting, namun hasil uji ini menunjukkan bahwa masalah yang ada dalam subjek penelitian bukan berasal dari kualitas produk, karena kenyataannya mayoritas jawaban responden dalam penelitian ini banyak menyatakan kualitas satenya itu sudah enak dan bagus. Hasil penelitian ini juga bukan berarti bertentangan dengan teorinya (Tjiptono & Chandra, 2016) dan (Bilro & Loureiro, 2020) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas produk, hanya saja dalam penelitian ini, kualitas produk seafood Pelam Coffee & Seafood sudah baik dan bukan menjadi penyebab majunya usaha kulinernya, karena kemungkinan ada

faktor lain yang menyebabkan restorannya belum maju. Penelitian ini juga sama dengan hasil peneliti yang dilakukan oleh (Santoso dkk., 2019) tentang Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen'. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian (Izzuddin & Muhsin, 2020) juga meneliti hubungan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan hasilnya tidak berpengaruh.

4.2.1 Hasil Pengaruh Variasi Menu dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil Uji F pada analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa variasi menu dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Pelam *Coffee & Seafood Resto* ¹ Batam. Angka pada koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh simultan yang diberikan oleh kedua variabel sebesar 29.6%. Hal ini membuktikan bahwa konsumen melibatkan variasi menu dan kualitas produk sebagai variabel yang dipertimbangkan untuk mencapai kepuasan. Semakin beragam variasi menu dan baik kualitas produk maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Finthariasari dkk., 2020) yang dimana bahwa secara simultan menunjukan bahwa variasi menu dan kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

Bab penutup merupakan bagian akhir dari penulisan proyek akhir. Maka dalam bab V ini akan disampaikan kesimpulan dan saran mengenai penelitian ini. Adapun kesimpulan dan sara yang disampaikan didasarkan pada hasil penelitian ini, khususnya dari hasil pengujian hipotesis. Kesimpulan dan saran tersebut adalah sebagai berikut :

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh variasi menu dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Pelam Coffee & Seafood Resto. Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Analisis Grafik *Normal Probability plot* atau normal *P-Plot* telah memenuhi kriteria pengujian, yaitu titik-titik pada grafik *Normal P-Plot* menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal, artinya data yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti berdistribusi normal.
2. Pada hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel variasi menu (X_1) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *seafood* khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood Resto*.
3. Pada hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh positif (negatif) terhadap kepuasan konsumen produk *seafood* khas Melayu di Pelam *Coffee & Seafood Resto*.

4. ¹ Berdasarkan hasil pengolahan data dengan regresi linear berganda, didapati bahwa nilai koefisiensi determinasi atau R Square yang dimana variabel variasi menu (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)

5.1 ² Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan, yaitu :

- ⁸ 1. Penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan sampel lebih luas dan memperpanjang periode pengamatan. Dikarenakan agar kesimpulan yang dihasilkan dari peneliti tersebut memiliki cakupan yang lebih luas.
2. Disarankan untuk Pelam *Coffee & Seafood* Resto untuk memperbanyak variasi menu dari restoran untuk menciptakan keanekaragaman pada menu yang unik dan otentik dan hanya tersedia di restoran dengan cara memperhatikan indikator ragam harga produk, ragam kualitas produk, ragam jenis produk dan ragam jenis produk.
3. Disarankan untuk Pelam *Coffee & Seafood* Resto untuk meningkatkan kualitas produk dengan cara menjaga kombinasi warna, presentasi atau penampilan, varian porsi, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, rasa, bentuk potongan hidangan serta kualitas bahan baku yang digunakan disaat memasak produk *seafood* resto.

46% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 35% Internet database
- Crossref database
- 31% Submitted Works database
- 14% 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 2022-12-24	4%
	Submitted works	
2	jurnal.pancabudi.ac.id	3%
	Internet	
3	repository.stei.ac.id	2%
	Internet	
4	erepository.akpindo.ac.id	2%
	Internet	
5	id.wikipedia.org	2%
	Internet	
6	lemlit.unpas.ac.id	1%
	Internet	
7	researchgate.net	1%
	Internet	
8	repository.uin-suska.ac.id	1%
	Internet	

9	jurnal.ugj.ac.id	Internet	1%
10	Virgian Tenggara Jati, Ambar Lukitaningsih, Nonik Kusuma Ningrum. "A...	Crossref	<1%
11	vitka on 2022-05-11	Submitted works	<1%
12	jurnal.unmuhjember.ac.id	Internet	<1%
13	repository.stiewidyagamalumajang.ac.id	Internet	<1%
14	coursehero.com	Internet	<1%
15	Universitas Diponegoro on 2020-12-29	Submitted works	<1%
16	vitka on 2022-10-21	Submitted works	<1%
17	jurnal.uinsu.ac.id	Internet	<1%
18	repository.iainkudus.ac.id	Internet	<1%
19	IAIN Batusangkar on 2022-06-28	Submitted works	<1%
20	Binus University International on 2020-06-18	Submitted works	<1%

21	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta on 2019-08-12	<1%
	Submitted works	
22	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	<1%
	Submitted works	
23	adoc.pub	<1%
	Internet	
24	jurnal.untan.ac.id	<1%
	Internet	
25	vitka on 2022-08-08	<1%
	Submitted works	
26	repositori.usu.ac.id	<1%
	Internet	
27	Ahmed E Baiomy, Eleri Jones, Mark M H Goode. "The influence of men...	<1%
	Crossref	
28	scribd.com	<1%
	Internet	
29	Dede Sevi, Sri Mulyati, Asep Kurniawan. "THE EFFECT OF KNOWLEDGE...	<1%
	Crossref	
30	Rahmat Taufiq Dwi Jatmika, Siti Rahmah Ruspendi, Toni Suyono. "PEN...	<1%
	Crossref	
31	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
	Internet	
32	Udayana University on 2022-03-10	<1%
	Submitted works	

33	Universitas Putera Batam on 2020-12-02	<1%
	Submitted works	
34	123dok.com	<1%
	Internet	
35	Universitas Bangka Belitung on 2021-04-24	<1%
	Submitted works	
36	jurnal.syntaxtransformation.co.id	<1%
	Internet	
37	Binus University International on 2019-06-25	<1%
	Submitted works	
38	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	
39	penerbitadm.com	<1%
	Internet	
40	IAIN Kudus on 2020-09-30	<1%
	Submitted works	
41	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	<1%
	Submitted works	
42	etheses.iainponorogo.ac.id	<1%
	Internet	
43	Universitas International Batam on 2019-08-29	<1%
	Submitted works	
44	Refly Chrismariyanto, Rosida Adam, Farid Farid. "PENGARUH KUALITA...	<1%
	Crossref	

45	docplayer.info	Internet	<1%
46	dspace.uui.ac.id	Internet	<1%
47	eprints.kwikkiangie.ac.id	Internet	<1%
48	eprints.radenfatah.ac.id	Internet	<1%
49	iGroup on 2018-06-06	Submitted works	<1%
50	media.neliti.com	Internet	<1%
51	Universitas Merdeka Malang on 2021-08-01	Submitted works	<1%
52	repository.upi.edu	Internet	<1%
53	Academic Library Consortium on 2018-12-11	Submitted works	<1%
54	STIE Perbanas Surabaya on 2016-01-13	Submitted works	<1%
55	repository.uinjkt.ac.id	Internet	<1%
56	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	Submitted works	<1%

57	Politeknik Negeri Bandung on 2017-07-12	<1%
	Submitted works	
58	UM Surabaya on 2022-03-22	<1%
	Submitted works	
59	Universitas Nasional on 2022-08-15	<1%
	Submitted works	
60	Taharruddin Taharruddin, Iwan Henri Kusnadi, Yuyu Alawiyah. "PENGA...	<1%
	Crossref	
61	Universitas Negeri Padang on 2020-06-26	<1%
	Submitted works	
62	Universitas Putera Batam on 2018-11-27	<1%
	Submitted works	
63	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
	Internet	
64	repository.umsu.ac.id	<1%
	Internet	
65	Stevani Veronica M. Ireeuw, Paulus Kombo Allo Layuk, Andika Rante. "...	<1%
	Crossref	
66	Universitas Diponegoro on 2022-07-10	<1%
	Submitted works	
67	Universitas Merdeka Malang on 2021-08-19	<1%
	Submitted works	
68	Yayasan Vitka on 2022-10-19	<1%
	Submitted works	

69	journal.pancabudi.ac.id	<1%
	Internet	
70	vitka on 2022-12-30	<1%
	Submitted works	
71	Miksi Hardianto, Agus Zainal Rachmat, Suardi Jasma. "Manajemen Pe...	<1%
	Crossref	
72	Universitas Putera Batam on 2020-12-03	<1%
	Submitted works	
73	repository.stienobel-indonesia.ac.id	<1%
	Internet	
74	repository.ub.ac.id	<1%
	Internet	
75	repository.uma.ac.id	<1%
	Internet	
76	Defrisan Frand Giany Chinna, Agus Supandi Soegoto, Woran Djemly. "A...	<1%
	Crossref	
77	Politeknik Negeri Bandung on 2019-08-08	<1%
	Submitted works	
78	Universitas Putera Batam on 2018-12-01	<1%
	Submitted works	
79	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
	Submitted works	
80	Universitas Sanata Dharma on 2022-10-27	<1%
	Submitted works	

81	digilib.iainkendari.ac.id	<1%
	Internet	
82	eprints.walisongo.ac.id	<1%
	Internet	
83	repositori.uin-alaudidin.ac.id	<1%
	Internet	
84	repository.bsi.ac.id	<1%
	Internet	
85	repository.uhn.ac.id	<1%
	Internet	