
Pengaruh Harga, Kualitas Makanan dan Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang

Oleh:

Yulinda Putri Melinia *)

M. Agus Salim **)

Khalikussabir *)**

Email: yulindaputrimelinia@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study was to determine how the effect of Price, Food Quality and Atmosphere on Customer Satisfaction at the Kindai Cuisine Banjar Restaurant in Malang. The population in this study consisted of customers of Kindai Restaurant in Malang. Data collection techniques in this study using a questionnaire. The questionnaire in this study is a questionnaire that uses a Likert scale, to clarify the variables being measured. The data collection method in this study used a purposive sampling technique by distributing questionnaires to respondents who were determined by the criteria, namely customers who had made purchases at least 2 times at Kindai Restaurant. The results of the study partially show that: 1) There is an effect of price on customer satisfaction at the Kindai Cuisine Banjar Restaurant in Malang. 2) The influence of food quality on customer satisfaction at Kindai Restaurant Banjar cuisine in Malang. 3) There is an influence of Atmosphere on Customer Satisfaction at the Banjar Cuisine Kindai Restaurant in Malang.

Keywords: Price, Food Quality, Atmosphere and Customer Satisfaction.

Pendahuluan

Latar Belakang

Indonesia memiliki keanekaragaman jenis masakan daerah dengan cita rasa dan proses pengolahan yang berbeda-beda, harga bahan baku pun juga terbilang relatif murah serta didukung dengan jumlah populasi penduduk Indonesia yang luas, maka dari itu dengan membangun restoran atau rumah makan tersebut akan menjadi peluang bisnis yang menguntungkan untuk dijadikan usaha sebagai sumber pendapatan (Lucyani, 2020). Salah satu masakan daerah yang dijadikan sebagai usaha rumah makan yaitu Rumah Makan Kindai Masakan Banjar yang terletak di Jalan Perumahan Taman Landungsari Indah, Dusun Bend, Landungsari, Kecamatan Dau, Malang.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan oleh PemKab Malang jumlah UMKM di Kabupaten Malang pada tahun 2019 didapat sebanyak 425.561, sedangkan pada tahun 2020, jumlahnya mengalami peningkatan menjadi 427.706 UMKM (MalangTimes, 2021).

Rumah makan merupakan istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan fasilitas gastronomi yang menyajikan makanan kepada masyarakat umum, menyediakan tempat untuk menikmati makanan, dan menetapkan harga tertentu untuk makanan dan pelayanannya (Siregar, 2018). Rumah Makan Kindai merupakan usaha kuliner yang

menyediakan masakan khas Banjar Kalimantan. Rumah Makan Kindai berpusat di Yogyakarta yang didirikan pada tahun 2005, sementara untuk cabang Malang didirikan pada tahun 2017. Rumah makan ini merupakan salah satu rumah makan yang memiliki rating tinggi pada aplikasi makanan *online* “Gofood” pada periode bulan Juni 2021 hingga Desember 2021, dan menjadi satu-satunya rumah makan Kindai di Malang, selain itu berdasarkan wawancara yang dilakukan pendapatan pada sebelum pandemi Covid-19 mencapai 250 juta per bulannya.

Dengan banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Kindai, berarti para pelanggan merasakan kepuasan dengan produk makanan yang disajikan oleh Rumah Makan Kindai. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci untuk menciptakan loyalitas pelanggan, karena apabila pelanggan merasa puas dengan layanan jasa yang diberikan kemungkinan besar pelanggan akan menetap dalam waktu yang lama (Nurahman, 2021). Adapun faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai antara lain: harga, kualitas makanan dan suasana.

Berdasarkan uraian di atas maka timbul ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Makanan dan Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang?
3. Bagaimana pengaruh suasana terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.
3. Untuk menganalisis pengaruh suasana terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.

Manfaat Penelitian

- a. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan pengetahuan dan digunakan sebagai informasi dalam bidang manajemen pemasaran mengenai harga, kualitas makanan dan suasana terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.

- b. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan sebagai pertimbangan dalam menentukan strategi untuk terus mempertahankan rasa kepuasan pelanggan dengan memberikan harga terbaik dan meningkatkan kualitas makanan serta suasana untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di masa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur atau perspektif oleh peneliti selanjutnya yang akan menganalisis tema serupa ataupun objek yang sama, sehingga dapat memberikan pembaruan bagi para peneliti dimasa yang akan mendatang.

d. Bagi Pelanggan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk para pelanggan mengenai harga menu, kualitas makanan yang diberikan dan suasana pada rumah makan agar pelanggan melakukan pembelian pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.

Tinjauan Pustaka**Penelitian Terdahulu**

Pane et al. (2018) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Sidempuan Medan”. Pengukuran hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan sistem perhitungan statistik linier berganda, hasil akhir menyatakan adanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan terhadap pelanggan Rumah Makan Sidempuan Medan.

Wardani (2020) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga, *Free Wifi* dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Coffee JMP Pahlawan Lamongan”. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Hasil akhir penelitian menunjukkan jika harga dan fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara *free wifi* memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dewa (2019) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan Cengkir *Heritage Resto and Coffe*”. Pada variabel kualitas restoran terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas makanan dan *physical environment*. Dengan menggunakan metode pengambilan sampel *non-probability sampling*. Dari hasil yang ditunjukkan menyatakan jika kualitas restoran yang mencakup kualitas makanan, kualitas pelayanan dan *physical environment* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Liliani (2020) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada *Behavioral Intention* Restoran Top Yammie”. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Dari hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap variabel kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap niat perilaku restoran Top Yammie.

Darmanto dan Ariyanti (2020) melakukan penelitian dengan judul “Peranan Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Boedjangan Bintara”. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang sebelumnya telah di uji asumsi klasik. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling* dan kategori *simple random sampling*. Hasil yang diperoleh bahwa kualitas pelayanan, harga dan suasana memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bakso Boedjangan Bintara.

Wijaya et al. (2021) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Suasana Toko/Kedai dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Masakan Ayam Penyet Cabe Hijau”. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian diketahui jika suasana toko dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga

Menurut William J. Stanton dalam buku Dr. Meithiana Indrasari (2019) adalah jumlah uang (mungkin ditambah beberapa barang) yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk dan layanan yang terkait.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), harga merupakan jumlah yang dibebankan pada barang atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan dengan keuntungan konsumen yang memiliki barang atau jasa tersebut.

Kualitas Makanan

Menurut Knight dan Kotschevar (2007:80), kualitas makanan adalah tingkat kesesuaian kualitas menu yang diambil dengan menetapkan standar produk dan mengidentifikasi item yang perlu diperiksa untuk memastikan kualitas terpenuhi.

Menurut Atmoko (2017) kualitas makanan berperan penting karena memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan bisnis makanan dengan menyajikannya dengan cara yang paling menarik dari segi penampilan, porsi, tingkat kematangan, warna, rasa dan aroma.

Suasana

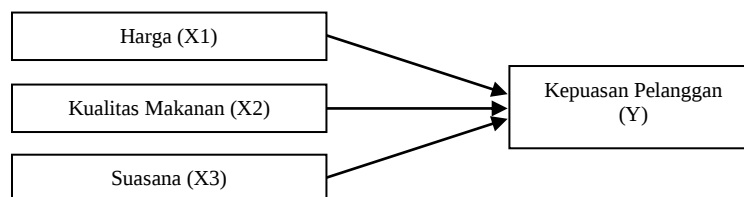
Menurut Utami (2010:279) suasana atau *atmosphere* adalah rancangan lingkungan melalui komunikasi visual, pencerahan, warna, musik, dan aroma.

Menurut Darmanto & Ariyanti (2020) suasana merupakan bagian penting dari sebuah restoran dan dapat memberikan efek rangsangan yang dapat memikat konsumen agar mengunjungi restoran tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler (2007) Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan yang menyatakan senang atau kecewa yang dialami seseorang yang muncul setelah membandingkan suatu produk yang dituju dengan kinerja yang diinginkan.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

—————→ : Pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y

Hipotesis

- H1: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.
- H2: Kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.
- H3: Suasana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.

Metode Penelitian**Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, lokasi penelitian berada di Rumah Makan Kindai Masakan Banjar yang terletak di Jalan Perumahan Taman Landungsari Indah, Dusun Bend, Landungsari, Kecamatan Dau, Malang, Jawa Timur. Waktu penelitian dimulai bulan Oktober sampai Februari 2022.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 90 responden.

Definisi Operasional Variabel**Harga**

Harga adalah jumlah uang (mungkin ditambah beberapa barang) yang diperlukan untuk memperoleh kombinasi suatu produk dan layanan yang terkait. Stanton (1998) berpendapat Indikator harga sebagai berikut:

1. Harga yang terjangkau
2. Daya saing harga
3. Harga yang sesuai dengan kualitas
4. Harga yang sesuai dengan manfaat

Kualitas Makanan

Kualitas makanan merupakan nilai dari karakteristik-karakteristik yang dimiliki oleh suatu hidangan dan dapat dirasakan oleh konsumen yang mengkonsumsinya. Indikator menurut Nor Azureen et al., (2016) sebagai berikut:

1. *Appealing presentation*
2. *Menu variety*
3. *Freshness*
4. *Tastiness*
5. *Temperature*

Suasana

Suasana atau *atmosphere* adalah rancangan lingkungan melalui komunikasi visual, pencerahan, warna, musik, dan aroma, untuk merancang respon perasaan dan tanggapan pelanggan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih tempat itu. Indikator suasana menurut Berman & Evan (2010) yaitu:

1. *Exterior*
2. *General Exterior*

3. Interior Display

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan yang menyatakan senang atau kecewa yang dialami seseorang yang muncul setelah membandingkan suatu produk yang dituju dengan kinerja yang diinginkan. Indikator menurut Tjiptono (2004:101) yaitu:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat pembelian ulang
3. Kesiediaan merekomendasikan

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini mendapatkan data melalui penyebaran kuesioner kepada 90 responden pelanggan Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.

Uji Validitas

Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Hasil Uji
Harga	X1.1	0.833	0.207	Valid
	X1.2	0.796	0.207	Valid
	X1.3	0.785	0.207	Valid
	X1.4	0.796	0.207	Valid
Kualitas Makanan	X2.1	0.782	0.207	Valid
	X2.2	0.812	0.207	Valid
	X2.3	0.753	0.207	Valid
	X2.4	0.823	0.207	Valid
	X2.5	0.761	0.207	Valid
Suasana	X3.1	0.854	0.207	Valid
	X3.2	0.830	0.207	Valid
	X3.3	0.840	0.207	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1.1	0.861	0.207	Valid
	Y1.2	0.899	0.207	Valid
	Y1.3	0.899	0.207	Valid

Pada uji validitas menyatakan semua instrument item pertanyaan r hitung $>$ r tabel hal tersebut dikatakan bahwa semua item-item pertanyaan ini dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Hasil
1	Harga	0,810	Reliabel
2	Kualitas Makanan	0,845	Reliabel
3	Suasana	0,794	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	0,863	Reliabel

Variabel harga, kualitas makanan, suasana dan kepuasan pelanggan memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Maka dari hasil uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.88090016
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.124
	Negative	-.125
Test Statistic		.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.108
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas menjelaskan bahwa nilai signifikan Kolmogorov-Smirnov dari semua variabel telah memenuhi nilai signifikan sebesar 0.108 Exact Sig. > 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.160	.860		1.350	.181		
	Harga	.193	.086	.244	2.253	.027	.288	3.471
	Kualitas Makanan	.225	.065	.364	3.452	.001	.304	3.290
	Suasana	.287	.089	.306	3.212	.002	.371	2.697

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai $VIF \leq 10$ dan nilai $Tolerance \geq 0,1$. Dengan demikian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.242	.594		3.778	.000		
	X1	-.042	.059	-.137	-.714	.477	.288	3.471
	X2	-.025	.045	-.105	-.560	.577	.304	3.290
	X3	-.024	.062	-.067	-.393	.695	.371	2.697

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan hasil uji diatas diperoleh nilai signifikan pada ketiga variabel bebas memiliki nilai sig. > 0,05 maka dapat dikatakan ketiga variabel tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.160	.860		1.350	.181
	Harga	.193	.086	.244	2.253	.027
	Kualitas Makanan	.225	.065	.364	3.452	.001
	Suasana	.287	.089	.306	3.212	.002

A. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

$$Y = 1,160 + 0,193 X_1 + 0,225 X_2 + 0,287 X_3 + e$$

1. Y = Nilai variabel terikat akan diprediksi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan yang nilainya akan di prediksi oleh variabel bebas yaitu Harga, Kualitas Makanan dan Suasana.

2. $a = 1,160$ merupakan nilai konstanta, yaitu estimasi dari Kepuasan Pelanggan. Jika variabel bebas memiliki nilai konstan, maka kepuasan pada pelanggan Rumah Makan Kindai akan bernilai positif.
3. Koefisien regresi variabel harga (X_1) bernilai positif artinya harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila harga semakin baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Koefisien regresi variabel kualitas makanan (X_2) bernilai positif artinya kualitas makanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila kualitas makanan naik maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan.
5. Koefisien regresi variabel suasana (X_3) bernilai positif artinya suasana berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila suasana semakin baik maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat.

Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.893	3	56.298	70.104	.000 ^b
	Residual	69.063	86	.803		
	Total	237.956	89			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X_3 , X_2 , X_1						

Berdasarkan Tabel diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 70,104 dengan probabilitas 0,000. Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi Harga, Kualitas Makanan dan Suasana tidak sama dengan nol, atau menunjukkan bahwa uji model tersebut layak untuk digunakan pada penelitian, dan ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.160	.860		1.350	.181
	Harga	.193	.086	.244	2.253	.027
	Kualitas Makanan	.225	.065	.364	3.452	.001
	Suasana	.287	.089	.306	3.212	.002
A. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada variabel Harga didapatkan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$ artinya H_1 diterima dimana secara parsial variabel Harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Pada variabel Kualitas Makanan didapatkan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ artinya H_2 diterima dimana secara parsial variabel Kualitas Makanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Pada variabel Suasana didapatkan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ artinya H_3 diterima dimana secara parsial variabel Suasana memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.710	.700	.896
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				

Diperoleh nilai R^2 sebesar 0,700 atau 70%, hal ini menunjukkan bahwa persentase dari variabel Harga, Kualitas Makanan dan Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kindai memberikan pengaruh sebesar 70% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Implikasi Penelitian

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel harga memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.

Rata-rata tertinggi pada variabel harga yaitu pada (X1.1) sebesar 4,50 dengan pernyataan “Harga menu masakan rumah makan kindai memberikan harga yang terjangkau”. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil positif yang artinya harga pada Rumah Makan Kindai dapat dijangkau oleh pelanggan, dimana rumah makan kindai ini hanya memiliki satu rumah makan saja di Malang, jadi pelanggan tidak menjadikan harga sebagai patokan untuk melakukan pembelian dan pelanggan pun juga dapat merasakan kepuasan dengan hidangan yang disajikan.

Rata-rata terendah pada variabel harga yaitu pada (X1.2) dengan pernyataan “Daya saing harga yang tertera di Rumah Makan Kindai lebih ekonomis dibanding rumah makan lainnya”. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil rata-rata terendah dengan nilai 4,32. Hal ini dikarenakan daya saing harga pada Rumah Makan Kindai terhadap rumah makan lainnya masih dianggap memiliki harga yang tidak jauh berbeda dengan harga yang ditetapkan pada rumah makan lainnya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2020) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh positif signifikan dari harga terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kualitas makanan memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang.

Kualitas makanan telah terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, ketika kualitas makanan meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Sebaliknya, ketika kualitas makanan menurun, maka menurun pula kepuasan pelanggan.

Rata-rata tertinggi pada variabel kualitas makanan yaitu pada (X2.2) sebesar 4,48 dengan pernyataan “Menu masakan Khas Banjar di Rumah Makan Kindai sangat beragam”. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil positif yang artinya Rumah Makan Kindai memiliki menu masakan yang sangat beragam dibanding dengan tempat lain yang juga menjual menu masakan yang sama. Hal ini akan menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan karena pelanggan akan merasa puas

apabila menu masakan yang disukainya ada di tempat tersebut yaitu Rumah Makan Kindai.

Rata-rata terendah pada variabel kualitas makanan yaitu pada (X2.3) dengan pernyataan “Menu masakan Rumah Makan Kindai menggunakan bahan yang segar”. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil rata-rata sebesar 4,43. Bahan yang digunakan dalam pembuatan menu masakan tersebut didapat langsung pada supplier jadi untuk bahan-bahan yang digunakan dipastikan sangat *fresh* dan dijamin kebersihannya. Semakin baik kualitas yang diberikan maka semakin baik pula penilaian para pelanggan akan kualitas makanan yang disajikan yang akan menimbulkan rasa kepuasan pelanggan itu sendiri.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Liliani (2020) yang menyatakan bahwa kualitas makanan memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain juga mendukung hasil penelitian ini yang dilakukan oleh Dewa (2019) yang menyatakan bahwa kualitas makanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel suasana memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar di Malang. Suasana menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila suasana pada rumah makan tersebut nyaman maka pelanggan akan merasa puas.

Rata-rata tertinggi pada variabel suasana yaitu pada (X3.1) sebesar 4,50 dengan pernyataan “Rumah Makan Kindai merupakan tempat yang nyaman untuk dikunjungi”. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh hasil positif yang artinya suasana pada rumah makan kindai dianggap sebagai rumah makan yang memiliki suasana yang nyaman, karena tempatnya yang terbuka atau *outdoor* dengan tersedianya tempat parkir yang memadai serta lokasinya yang strategis. Rumah makan kindai ini mengacu pada rumah makan yang sederhana namun kualitas makanan dan kebersihannya terjamin.

Rata-rata terendah pada variabel suasana yaitu pada (X3.3) dengan pernyataan “Papan nama rumah makan kindai tampak jelas dari luar”. Dari hasil penelitian diperoleh hasil rata-rata sebesar 4,44. Hal ini dikarenakan papan nama pada Rumah Makan Kindai sudah cukup jelas jika dilihat dari depan rumah makan tersebut. Penggunaan papan nama pada Rumah Makan Kindai yaitu supaya para pelanggan dan calon pelanggan dapat melihat dengan jelas bahwa rumah makan ini adalah rumah makan yang menyediakan masakan khas Banjar yang hanya satu-satunya di Malang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Darmanto dan Ariyanti (2020) yang menyatakan bahwa suasana memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain juga mendukung hasil penelitian ini yang dilakukan oleh Wijaya et al. (2021) yang menyatakan bahwa suasana memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.

2. Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.
3. Suasana berpengaruh positif dan signifikan suasana terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Kindai Masakan Banjar.

Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel harga, kualitas makanan dan suasana sebagai variabel bebasnya dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.
2. Jumlah responden yang sedikit, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

Saran

1. Peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel dalam penelitian sehingga lebih banyak wawasan baru yang diterima.
2. Dapat menambah jumlah responden yang lebih besar dari penelitian ini agar menghasilkan data yang akurat dan lebih sempurna.

Daftar Pustaka

- Atmoko, T. P. H. (2017). Peningkatan Higiene Sanitasi sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Dhamar Palembang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 1–9.
- Berman, Barry & Evan, Joel, R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach*. Prentice Hall, New Jersey.
- Darmanto, R. F., & Ariyanti, A. (2020). Peranan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Suasana Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakso Boedjangan Bintara. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 71. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i01.383>
- Dewa, C. B. (2019). Pengaruh Kualitas Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan Cengkir Heritage Resto And Coffe. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v10i1.5639>
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=PYfCDwAAQBAJ&oi=fnd&pq=PR3&dq=Pemasaran+Dan+Kepuasan+Pelanggan&ots=mb7cDHkw8g&sig=QtD1n3Himw6TkH7QHgjiUGaHH3o&redir_esc=y#v=onepage&q=Pemasaran+Dan+Kepuasan+Pelanggan&F=False
- Knight, J.B. and Kotschevar, L. H. (2007). *Quantity Food Production, Planning, and Management*. John Wiley and Sons.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1 = Principles of marketing*. Jakarta: Erlangga. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20363259>
- Liliani, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(2), 18–48. <https://doi.org/10.52859/jbm.v8i2.85>
- Lucyani, D. fryda. (2020). Adaptasi Strategi Bauran Pemasaran Pada Usaha Mikro

- Kecil Dan Menengah (UmkM) Di Tengah Pandemi Covid-19. *Journal Information*, 10(3), 1–16. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5130>
- MalangTimes. (2021). *Jumlah UMKM Bertambah Selama Pandemi, Pemkab Malang Rancang Grand Desaign Pemasaran*. MalangTimes. <https://www.malangtimes.com/baca/64920/20210310/180300/jumlah-umkm-bertambah-selama-pandemi-pemkab-malang-rancang-grand-desaign-pemasaran>
- Nor Azureen, R., Shahril, H., Ashraf Siddik Khan, A. R. S., Putri Dahlia, A. R., & Noor Saliza, S. (2016). The Influence of Food Quality on Customer Satisfaction in Fine Dining Restaurant: Case in Penang. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 2(2), 45–50. http://www.iarjournal.com/wp-content/uploads/IARJBT2016_2_45-50.pdf
- Nurahman, I. (2021). *Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Transportasi Online Grab*. 8(2).
- Pane, D. N., Fikri, M. EL, & Ritonga, H. M. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sidempuan Medanitle No Title. *Jurnal Manajemen Tools*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Philip Kotler, K. L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Indeks.
- Siregar, N. (2018). *Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan*. Journal.Pancabudi.Ac.Id. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/117>
- Stanton, William, J. (1998). *Prinsip Pemasaran. Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Stanton%2C+William%2C+J.+1998.+Prinsip+Pemasaran.+Edisi+Ketujuh%2C+Jilid+I.+Jakarta%3A+Erlangga.&btnG=
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Tjiptono%2C+Fandy.+2004.+Manajemen+Jasa.+Edisi+Pertama.+Yogyakarta%3A+Penerbit+Andi.&btnG=
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. C. W. Utami, 45.
- Wardani. (2020). Pengaruh Harga, Free Wifi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Coffee JMP Pahlawan Lamongan. *Price, Free Wifi, Facilities, Customer Satisfaction.*, 35(2), 1–12. <http://ejournal.ahmaddahlan.ac.id/index.php/melati2020/article/view/11>
- Wijaya, O. S., Siregar, M. Y., & Amelia, W. R. (2021). *Pengaruh Suasana Toko / Kedai dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Masakan Ayam Penyet Cabe Hijau The Influence of Shop / Store Atmosphere and Service Quality on Customer Satisfaction of Green Chili Penyet Chicken*. 1(1), 14–21.
- *) Yulinda Putri Melinia adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
- **) M. Agus Salim adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma
- ***) Khalikussabir adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma