

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN, KUALITAS LAYANAN DAN
KUALITAS LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA KONSUMEN DI RUMAH MAKAN BERNAMA
PASAMAN BARAT**

SKRIPSI



OLEH:

DERI HARTATI

1410011211173

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BUNGHATTA

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas

Bung Hatta menyatakan :

Nama : Deri Hartati
NPM : 1410011211173
Program Studi : SI
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan **Lulus** dalam ujian komprehensif pada hari **Rabu, 15 Agustus 2018**.

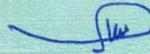
PEMBIMBING SKRIPSI

Pembimbing I



Dr. Akmal, S.E., M.Si

Pembimbing II



Yuhelmi, S.E., M.M

Disetujui oleh

Dekan Fakultas Ekonomi Bung Hatta



Dr. Listiana Sri Mulatsih, S.E., M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat** ” merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat sebagian atau keseluruhan dari tulisan yang memuat kalimat, ide, gagasan atau pendapat yang berasal dari sumber lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Adapun bagian-bagian yang bersumber dari karya orang lain telah mencantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Padang, Agustus 2018

Penulis

Deri Hartati

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Segenap asma keagungan hanya untukMu ya Allah SWT, Rabbi
sekalian alam Dan shalawat beserta salam kepada nabi
Muhammad Rasulullah SAW.*

*Sesungguhnya di samping kesulitan itu ada kemudahan
Maka apabila engkau telah selesai (mengerjakan sesuatu
pekerjaan)*

Kerjakanlah Pekerjaan lain

Dan kepada Tuhanmu (sajalah) kamu berharap

(QS.Alam Nasyrah 6-8)

Ya Allah.....

Tiada yang terucap dari mulutku

Kecuali menuju kebesaranMu

Karena kehendak dan izinMu

Aku mampu menunaikan suatu perjuanganKU

Secercah harapan telah Kugenggam

Sepenggal asa telah Kuraih

Terima kasih ya Allah engkau telah memberikan kesempatan

*Untuk membahagiakan orang-orang yang Kucintai dan
Kusayangi*

Namun.....

Kusadari perjuanganku belum usai

Tujuan akhir belum Kucapai

Esok dan lusa aku masih tak berhenti sampai disini

Aku percaya disetiap langkahku

Kau akan selalu menyertaiKu

Ya Allah.....

*Aku menyadari seperti apa pun yang telah Kuperbuat
sampai kini*

Belum mampu membalas tetesan Keringat Orang tuaKu

KepadaMu ya Allah aku mohon

Jadikanlah keringat mereka

Sebagai untaian mutiara disaat mereka lara

Sebagai penyejuk dikala mereka dahaga

IBU.....

Masih Kuingat ada sebungkah cita-cita

Dalam tatapan matamu

Dan harapan yang begitu besar kepadaKu

Agar aku bisa menjadi yang terbaik

Dalam setiap perkataanMu selalu berisi doa untukKu

Yang membuatKu semakin mengerti apa artinya hidup ini

Kini cita-cita dan harapan itu telah usai kugapai

AYAH.....

Kuingat selalu ada sebuah asa dalam raut wajahMu

Diantara butir-butir keringatMu yang bercucuran

Peluh mu bagaikan air, menghilangkan haus dalam dahaga

Susah, payah, lelah

Namun kau tak pernah peduli

Demi anakMu dapat meraih cita-cita

Kini.....

Asa itu telah kuraih demi kedua Orang tua Ku

Ku persembahkan setetes keberhasilan ini

Sebagai tanda bukti atas pengorbanan, perhatian, cinta

Dan kasih sayang yang telah kedua Orang tua Ku berikan

Yang tak pernah mampu Kuganti

Terima kasih atas semuanya

*Dengan segenap kasih sayang dan di iringi doa yang tulus
kupersembahkan*

*Karya tulis ini kepada ibu dan ayah serta adik-adikku dan
keluarga besarku*

*Yang selaku memberikan dukungan dan doanya untukKu
dalam menyelesaikan tugas akhir ini*

*Dan berterima kasih kepada orang tua/keluarga yang sangat ku
sayangi dan teman-teman*

*Seperjuangan serta teman-teman yang sedang berjuang dan
membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.*

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada nabi muhammad saw, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman , amin.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada jurusan manajemen, fakultas ekonomi universitas bung hatta dengan judul **“Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan Dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penelitian mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Atas bantuan dan bimbingan tersebut peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Azwar Ananda MA Selaku Rektor Universitas Bung Hatta
2. Ibu Dr. Listiana Sri Mulatsih, S.E, M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta
3. Bapak Drs. Meihendri M.SI.,AK.,CA Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta
4. Ibu Lindawati, S.E,M.Si Selaku Ketua Jurusan Manejemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta
5. Bapak Purbo Jadmiko,S.E,M.Sc Sealaku Saekretaris Jurusan Universitas Bung Hatta
6. Ibu Dr Akmal,S.E,M.Si Selaku Pembimbing I, yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, semangat, dan bimbingan sehingga skripsi Ini selesai.
7. Ibu Yuhelmi, S.E.,M.M Selaku Pembimbing II, Yang Dengan Sabar Memberikan Pengarahan, Saran, Semangat, Dan Bimbingan Sehingga Terselesaikan Skripsi Ini.

8. Ibu Mery Trianita, S.E, M.M dan ibu Linda Wati, S.E, M.Si selaku penguji dalam ujian komprehensif.
9. Staf Pengajar atau dosen jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta.
10. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, M.Ridwan dan Ibunda Asmi terima kasih atas jasa-jasanya, kesabaran, dukungan, semangat dan tidak pernah lelah mendidik memberikan cinta dan kasih sayang doa yang tulus yang selalu mengiringi setiap langkahku.
11. Kakak-kakak dan abang tercinta terimakasih atas dukungannya selama ini (Ridiya Wati Amd,Keb, Gudriawan, Kurniawan, Santani)
12. Terimakasih untuk Eka Rianto yang telah membantu dan memberikan semangat serta support selama penyelesaian skripsi ini.
13. Sahabat seperjuangan dari semester satu sampai sekarang Roby Hariwijaya, S.E , Rahmi Rahma Yati, S.E, Susila Ardiyanti, S.E, Sisri Melasari, S.E, Laiya Agustina, S.E, Suci Alafitri Ridwan S.E, Silvia Syahyati,S.E.
14. Serta terimakasih kepada teman-teman manajemen 14 tanpa terkecuali yang membantu proses perkuliahan penulis sampai skripsi ini selesai.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna, namun demikian peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dengan segala kekurangannya akan mampu memberikan sumbangsih sekecil apapun untuk diterapkan baik dalam praktek maupun penelitian selanjutnya.

Padang, Agustus 2018

Deri Hartati

**EFFECT OF FOOD QUALITY, SERVICE QUALITY, AND
QUALITY OF PHYSICAL ENVIRONMENT ON CUSTOMER
SATISFACTION IN CONSUMERS IN RESTAURANT BERNAMA
PASAMAN BARAT**

Deri Hartati¹, Akmal², Yuhelmi³

Student Department of Management, Faculty of Economics,
University of Bung Hatta E-mail : derihartati95@gmail.com,
drakmal201@gmail.com, yuhelmis@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to find out: (1) The effect of food quality on customer satisfaction in consumers at the Restaurant Bernama Pasaman Barat. (2) The effect of service quality on customer satisfaction in consumers at the Restaurant Bernama Pasaman Barat. (3) The influence of physical environmental quality on customer satisfaction in consumers at the Restaurant Bernama Pasaman Barat. Sampling technique using purposive sampling method, with the number of samples used were 80 respondents. Testing in this study is the validity test, reliability test, structural model test, hypothesis testing.

The results of this study indicate that: (1) Food quality has a positive effect on customer satisfaction in consumers at the Restaurant Bernama Pasaman Barat. (2) Service quality has a positive effect on customer satisfaction in consumers at the Restaurant Bernama Pasaman Barat. (3) Physical environmental quality has a positive effect on customer satisfaction in consumers at the Restaurant Bernama Pasaman Barat.

Keywords: Food Quality, Service Quality, Physical Environmental Quality, Customer Satisfaction.

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN, KUALITAS LAYANAN, DAN
KUALITAS LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA KONSUMEN DI RUMAH MAKAN BERNAMA
PASAMAN BARAT**

Deri Hartati¹, Akmal², Yuhelmi³

Student Department of Management, Faculty of Economics,
University of Bung Hatta E-mail : derihartati95@gmail.com,
drakmal201@gmail.com, yuhelmis@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat. (2) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat. (3) Pengaruh kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat. Teknik penarikan sampel dengan Menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel yang digunakan adalah 80 orang responden. Pengujian dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji model struktural, uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat. (2) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat. (3) Kualitas lingkungan Fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat.

Kata kunci : Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Kualitas Lingkungan Fisik, Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISIi
DAFTAR TABELiv
DAFTAR GAMBARv
DAFTAR LAMPIRANvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori	8
2.2 Kepuasan Pelanggan	8
2.3 Kualitas Makanan.....	9
2.4 Kualitas Layanan.....	10
2.4.1 Faktor-Faktor Kualitas Layanan	10
2.5 Kualitas Lingkungan Fisik	13
2.2 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis	14
2.2.1 Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	14
2.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	15
2.2.3 Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan	16
2.3 Kerangka Konseptual	18

BAB 111 METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	19
3.2 Populasi dan Sampel	19
3.2.1 Populasi	19
3.2.2 Sampel.....	19
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	20
3.3 Jenis Data	20
3.4 Teknik Pengambilan Data	21
3.5 Definisi Oprasional Variabel.....	21
3.5.1 Kepuasan Pelanggan (Y)	21
3.5.2 Kualitas Makanan (X1)	22
3.5.3 Kualitas Layanan(X2)	22
3.5.4 Kualitas Lingkungan Fisik(X3).....	23
3.6 Metode Analisis Data	24
3.6.1 Analisis Inferensial.....	24
3.6.2 Pengukuran Model	25
3.6.3 Uji Validitas dan Reability	25
3.6.4 Struktur Model	26
3.6.5 Konseptual Model	27
3.6.6 Menentukan Metode Analisis Algoritma	27
3.6.7 Menentukan Metode Resampling	28
3.6.8 Menggambar Diagram Jalur.....	28
2.6.9 Evaluasi Model	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden	30
4.2 Uji Model Pengukuran	32
4.3 Uji Validitas	32
4.4 <i>Convergent Validity</i>	32
4.5 Uji Reliabilitas.....	35
4.6 Uji Model Struktural	36
4.7 <i>R-Square</i>	36
4.8 Uji Hipotesis.....	37
4.9 Pembahasan.....	38

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	41
5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian	41
5.3 Implikasi Penelitian.....	42
5.4 Implikasi Teoritis	43
5.5 Saran	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Transaksi Rumah Makan Bernama	4
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Gender	31
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	31
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran	33
Gambar 6 Hasil Strukturan	34
Tabel 15 Output Outer Loadings.....	35
Tabel 16 Average Variance Extrated (AVE)	35
Tabel 17 Output Cross Loading	37
Tabel 19 Cronbach's Alpa dan Composite Reliability.....	38
Tabel 20 R-Square	38
Tabel 21 Path Coefficients	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar Kerangka Konseptual	18
----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini semakin pesat hal tersebut dikarenakan pasar terbuka luas dan peluang bisnis pun menjadi semakin lebar. Pasar yang semakin terbuka luas membuat tingkat persaingan antara pemasar juga semakin tinggi. Agar pemasar dapat memenangkan persaingan di pasar terbuka, maka mereka harus bisa memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar.

Tingginya tingkat persaingan pada industri restoran menyebabkan rentannya pelanggan terhadap penawaran dari setiap perusahaan. Setiap perusahaan berusaha menawarkan nilai tinggi dengan konsep berbeda yang menyebabkan sulit mencari pelanggan yang puas pada satu atau beberapa restoran. Peningkatan yang terjadi pada industri restoran menyebabkan perusahaan harus berupaya mempertahankan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya yaitu melakukan pembelian atau penggunaan jasa secara berulang-ulang, tetap setia berlangganan dalam jangka panjang, merekomendasikan produk atau jasa yang telah digunakan kepada pihak lain, dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk atau jasa sejenis dari pesaing di pasar Lovelock (2010).

Rumah Makan Bernama Pasaman Barat merupakan salah satu rumah makan yang terdapat di Pasaman Barat yang menyajikan masakan Padang. Konsep penyajian makanan di Rumah Makan Bernama berbeda dengan restoran yang pada umumnya menyajikan menu terlebih dahulu kemudian makanan di hidangkan sesuai pesanan pelanggan, tetapi di Rumah Makan Bernama tidak menggunakan menu karena pramusaji menghidangkan semua menu di meja pelanggan kemudian pelanggan bebas memilih makanan yang mereka sukai, dan nantinya makanan yang porsinya berkurang yang akan di hitung sebagai belanja dari pelanggan.

Rumah Makan Bernama juga menjalankan yaitu bisnis restoran yang berorientasi pada konsumen dengan memberikan segala kemudahan dan pelayanan yang memuaskan. Rumah Makan Bernama sendiri memiliki konsep yang berbeda dengan Rumah Makan lain. Rumah Makan Bernama menyajikan makanan dengan segar di lemari saji.

Tjiptono (2002), mendefinisikan kualitas sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas memiliki hubungan erat dengankepuasan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya dengan hubungan kinerja yang dirasakan (atau hasil) suatu produk dan harapannya. Jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja dirasakan memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan ,konsumen amat puas atau senang Kotler (2005) Kualitas layanan memiliki hubungan yang

erat dengan kepuasan konsumen. Rumah Makan perlu mencari cara untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan. Sedangkan kualitas layanan yang buruk akan membuat konsumen tidak puas dan memberikan persuasi kepada orang lain untuk pergi ke restoran. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu : bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan Empati (*emphaty*).

Kualitas makanan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Johns dan Howard (1998), layanan utama yang ditawarkan oleh restoran adalah memenuhi kebutuhan dasar manusia. Karyawan yang memiliki pengetahuan dan sopan tidak dapat menggantikan kualitas makanan. Dalam pengukurannya, menurut Essinge dan Wylie (2003), membagi produk, khususnya makanan dalam beberapa kategori seperti kualitas dalam hal rasa, kuantitas atau porsi, variasi menu atau variasi jenis makanan yang ditawarkan, cita rasa yang khas, higienitas atau kebersihan, dan inovasi. Rumah Makan yang mampu memberikan makanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Lingkungan fisik merupakan suatu upaya manusia untuk mendesain lingkungan yang bertujuan untuk menciptakan emosi yang dapat berpengaruh terhadap niat berperilaku konsumen. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji yaitu Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsume.

Tabel 1.1
Data Jumlah Transaksi Rumah Makan Bernama
Periode Januari s/d Desember 2017

No	Bulan	Jumlah Transaksi (Bon/Faktur)
1	Januari	320
2	Februari	235
3	Maret	143
4	April	310
5	Mei	205
6	Juni	110
7	Juli	98
8	Agustus	87
9	September	132
10	Oktober	104
11	November	219
12	Desember	80
	Jumlah	2043

Sumber : RM Bernama Pasaman Barat

Berdasarkan tabel 1.1. diatas, disimpulkan bahwa jumlah pengunjung Rumah Makan Bernama Pasaman Barat dari bulan Januari-Desember indikasi mengalami fluktuasi jumlah pengunjung. Hal ini ditunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah transaksi pada bulan februari 2017 dan maret sebesar 92 tetapi pada bulan april terjadi kenaikan dan bulan mei juni juli terjadi penurunan kembali, dan september terjadi kenaikan kembali,oktober terjadi penurunan di bulan november kembali terjadi kenaikan dan di bulan desember terjadi penurunan yang sangat drastis.

Pada perusahaan jasa seperti pada Rumah Makan Bernama Pasaman Barat, Kualitas makan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan, sebagaimana yang diungkapkan oleh Knight dan Kotschevar (2000) bahwa kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu setandar produk dan kemudian mengecek poin-poin

yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Tetapi fenomena yang ditemukan yaitu kepuasan pelanggan oleh pengunjung tidak saja pengalaman yang positif tetapi terkadang terjadi juga pengalaman yang negatif seperti pada saat pramusaji menghitung menu yang dimakan, dimana terkadang pengunjung merasa bahwa biaya makan yang dikenakan tidak sesuai dengan menu yang dimakan. Hal tersebut karena harga satuan per menu tidak ada sehingga makanan yang dimakan dihitung per porsi, walaupun hanya sedikit saja sayur yang dimakan atau sedikit saja kuah gulai ikan yang dimakan tetapi tetap di hitung sebagai satu porsi. Kejadian ini terkadang membuat pelanggan merasa terkejut dan sedikit kecewa pada saat pramusaji memberitahukan nominal biaya makan pelanggan dan terkadang pelanggan merasa berat hati ketika melakukan pembayaran di kasir karena biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan menu yang dimakan. Atas pengalaman yang tidak menyenangkan tersebut pelanggan bisa saja untuk tidak kembali melakukan pembelian ulang di Rumah Bernama dan hal ini tentu akan berpengaruh kepada kepuasan dan

Dan dilihat dari kualitas makanan yang di sajikan kurang memuaskan para pelanggan, menu yang di pesan tidak sesuai dengan yang di inginkan oleh pelanggan,serta kualitas pelayanan yang di berikan kurang memuaskan sehingga konsumen enggan untuk membeli ulang di rumah makan tersebut, dan kualitas lingkungan fisik yang ada di rumahmakan bernama tersebut kurang menarik pelanggan dan tidak adanya atribut dan desain yang menarik sehingga pelanggan bosan dengan kualitas lingkungan fisik nya,

Dengan memperhatikan masalah tersebut di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas makanan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan yang dilakukan Rumah makan Bernama sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan suasana berbelanja yang enak dan nyaman. Maka didalam menyusun penelitian ini penulis mengambil judul “*Pengaruh Kualitas Makanan, Kualias Pelayanan, dan Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya ada beberapa masalah yang diteliti, antara lain :

- a. Apakah Kualitas Makanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
- b. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan?
- c. Apakah Kualitas Lingkungan Fisik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara Kualitas makanan, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas lingkungan fisik terhadap Niat Berprilaku dan Kepuasan Pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dunia akademis dalam memperkaya kajian-kajian ilmiah khususnya tentang Kualitas makanan, Kualitas layanan dan Kualitas lingkungan fisik terhadap Kepuasan pelanggan pembelian konsumen di Rumah makan Bernama Pasaman Barat.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan memasarkan produk agar menghasilkan keunggulan bersaing yang lebih inovatif guna meningkatkan kepercayaan konsumen untuk berbelanja di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.2 Kepuasan Pelanggan

Zethaml (2009), kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Kotler (2002), dalam bukunya *Marketing Management* memberikan definisi kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah pelanggan tersebut membandingkan kinerja produk tersebut dengan harapannya.

Sedangkan menurut Zeithaml & Bitner (2006), kepuasan lebih bersifat inklusif (pribadi) dan keberadaannya dipengaruhi oleh persepsi pelanggan atas lima faktor, yaitu kualitas layanan (*service quality*), kualitas produk (*product quality*), harga (*price*), faktor situasional (*situational factor*), dan faktor personal (*personal factor*).

Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan suatu produk barang atau jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan

tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Tingkat kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada upaya upaya penyempitan gap antar keadaan yang diinginkan. Dalam hal ini berarti antara harapan dengan keadaan yang dihadapi.

2.3 Kualitas Makanan

Menurut Knight dan Kotschevar (2000) kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu bstandar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Setiap produk makanan mempunyai standar sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan.

Sedangkan, menurut Essinger dan Wylie (2003) membagi produk, khususnya masakan atau makanan, dalam beberapa kategori dan penjelasan singkat, yaitu:

1. Kualitas dalam hal rasa yang dijaga dengan baik sesuai cita rasa yang diinginkan konsumen.
2. Kuantitas atau porsi masakan yang sesuai dengan keinginan konsumen.
3. Variasi menu dan variasi jenis masakan yang beraneka ragam.
4. Cita rasa yang khas yang berbeda dan hanya ada di sebuah restoran tertentu.
5. Higienitas atau kebersihan yang selalu dijaga

6. Inovasi masakan baru yang ditawarkan membuat konsumen tidak bosan dengan produk yang monoton sehingga konsumen memiliki banyak pilihan.

2.4 Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2002) kualitas pelayanan adalah tingka keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived services) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected services) . Pentingnya kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan yang ditunjukkan dengan cara memberikan kemudahan, kecepatan, sikap, tindakan dan keramahan kepada pelanggan. Hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang baik kepada image perusahaan.

Menurut Kotler (2005) ialah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan menyebabkan perpindahan kepentingan apapun. Produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk.

2.4.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan Menurut Parasuraman, dkk (1998) untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut :

a. Tangibles / Bukti fisik

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan.

b. Emphaty / Empati

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (access) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

c. Reliability / Keandalan

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur

dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

d. Responsiveness / Ketanggapan

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

d. Assurance / Jaminan

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan.

yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

2.5 Kualitas Lingkungan Fisik

Chang (2000) mendefinisikan lingkungan fisik merupakan kesan-kesan yang diciptakan pada pancaindera oleh perancangan lingkungan fisik tempat jasa diserahkan. Desain dan tata letak fasilitas sangat erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan saat disuatu ruangan. Persepsi yang timbul adalah bentuk interaksi dari pelanggan, desain yang menarik, atribut-atribut yang tersedia dan membuat nyaman pelanggan dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan ketertarikan pelanggan untuk menikmati fasilitas jasa.

Bitner (1992) menyatakan bahwa lingkungan fisik adalah sekumpulan jasa yang terdiri dari tiga komponen yaitu kondisi lingkungan, tata ruang dan dekorasi serta tanda penunjuk arah.

Nguyen & LeBlanc (2002) menyatakan bahwa lingkungan fisik dapat diartikan sebagai kemasan layanan dan elemen yang mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dan persepsinya terhadap kualitas layanan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan lingkungan fisik merupakan wujud dari kemasan layanan yang meliputi faktor lingkungan,

sosial, pencahayaan, musik, desain dan tata letak yang menjadi isyarat fisik dalam mewakili suatu identitas perusahaan.

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Kualitas makanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen di Rumah makan Bernam Pasaman Barat.

Kotler and Armstrong (2004) menyatakan kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, yang merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketepatan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Produk yang ditawarkan setiap badan usaha akan berbeda dan pasti mempunyai karakteristik yang membedakan produk itu dengan produk pesaing walaupun jenis produknya sama sehingga produk itu memiliki keunikan, keistimewaan, keunggulan dalam meraih pasar yang ditargetkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Meitha (2016) membuktikan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di *Meties Restaurant*, Sedangkan penelitian yang dilakukan Monica (2013) telah membuktikan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan

pelanggan King Cake, Sementara itu penelitian yang di lakukan Alvaris (2017) bahwa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dari teori dapat disimpulkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H 1: Kualitas makanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

2.2.2 Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan konsumen di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat.

Menurut Tjiptono (2002) kualitas pelayanan adalah tingka keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived services) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected services) . Pentingnya kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan yang ditunjukkan dengan cara memberikan kemudahan, kecepatan, sikap, tindakan dan keramahan kepada pelanggan. Hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang baik kepada image perusahaan.

Menurut Kotler (2005) ialah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan menyebabkan perpindahan kepentingan apapun. Produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk.

Penelitian yang dilakukan Achmad Cholik (2016) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Berkat Jaya Abadi Trans Surabaya, Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Vicky (2015) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Barber pop Bandung, sementara itu penelitian yang dilakukan Ludviyatus (2018) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Ahas Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.

. Berdasarkan dari teori dapat disimpulkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H2 : Kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

2.2.3 Pengaruh Kualitas lingkungan fisik terhadap Kepuasan Pelanggan pada konsumen di Rumah makan Bernama Pasaman Barat.

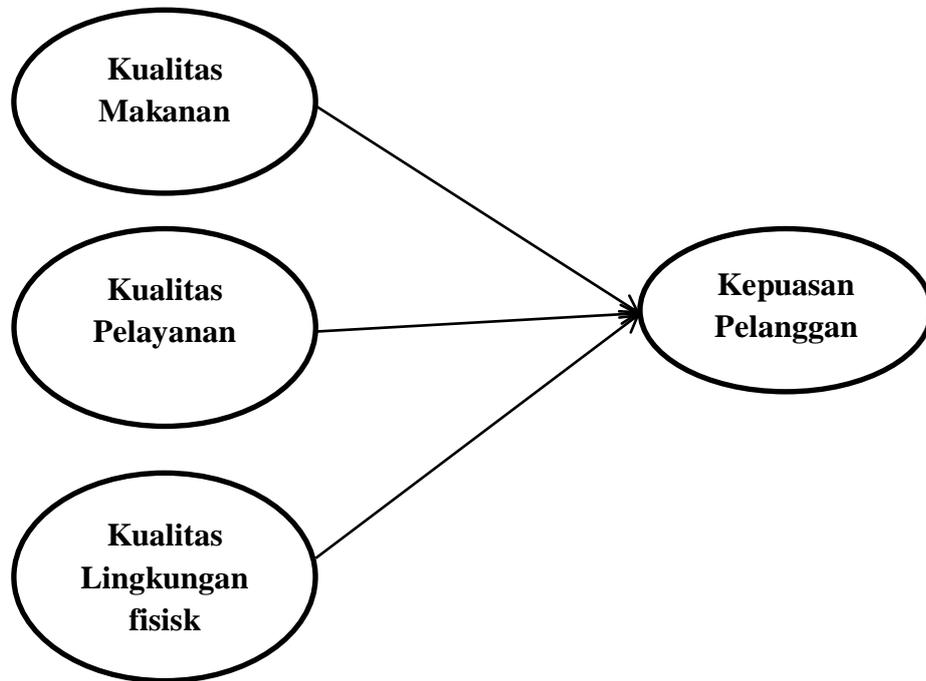
Chang (2000) mendefinisikan lingkungan fisik merupakan kesan-kesan yang diciptakan pada pancaindera oleh perancangan lingkungan fisik tempat jasa diserahkan. Desain dan tata letak fasilitas sangat erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan saat disuatu ruangan. Persepsi yang timbul adalah bentuk interaksi dari pelanggan, desain yang menarik, atribut-atribut yang tersedia dan membuat nyaman pelanggan dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan ketertarikan pelanggan untuk menikmati fasilitas jasa.

Penelitian yang di lakukan Lonardo (2014) kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kue Lapis Legit, sedangkan penelitian yang di lakukan Tonny (2011) kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sementara itu penelitian yang di lakukan Savitry (2011) kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Resto secret garden and chocolate yogyakarta.

Berdasarkan dari teori dapat disimpulkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H3 : Kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh positif terhadap
Kepuasan Pelanggan.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah pelanggan dari Rumah Makan Bernama Pasaaman Barat yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman Sariak, Koto Baru, Luhak Nan Duo Kabupaten Pasaman Barat.

3.2 Populasi ,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian Kuncoro (2003). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang belanja atau makan di Lestaurant Sederhana Pasaman Barat.

3.2.2 Sampel

Untuk mempersempit ruang lingkup penelitian maka dilakukan pengambilan sample. Menurut Sekaran (2006) yaitu yang memegang peran penting dalam estimasi dan interpretasi hasil maka ukuran sampel yang ideal dan respresentatif adalah jumlah variabel dikalikan dengan 20. Dengan demikian sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel bebas dan terikat sebanyak 4 maka $4 \times 20 = 80$ orang. Jadi, jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah minimal sebanyak 80 responden. Maka yang di ambil dalam

penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden yang telah berbelanja di Rumah makan Pasaman Barat.

3.2.3 Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan menggunakan kriteria atau pertimbangan dimana pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan perorang ataupun berdasarkan kepada pertimbangan peneliti (Arikunto, 2013). Yang menjadi pertimbangan peneliti dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Pelanggan yang pernah makan di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat
2. Pelanggan yang pernah berbelanja Rumah Makan Bernama Pasaman Barat lebih dari 2 kali
3. Pelanggan yang berusia di atas 17 tahun keatas
4. Pelanggan yang berdomisili Pasaman Barat.

3.3 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun perorangan (Arikunto, 2013). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner dan wawancara kepada responden penelitian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk melakukan pengumpulan data maka penulis melakukan pengambilan data secara langsung dengan metode lapangan (*field research*) yaitu berupa penyebaran kuesioner pada pelanggan Rumah Makan Bernama Pasaman Barat.

3.5 Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Kepuasan Pelanggan

Menurut Shemwell & Yavas (1998) Kepuasan pelanggan adalah menjadi salah satu prioritas pemasaran yang paling penting karena umumnya diasumsikan menjadi penentu yang signifikan dari penjualan berulang, positif word-of-mulut, dan loyalitas pelanggan. Jumlah jasa makanan di industri restoran meliputi baik tangible (makanan dan fasilitas fisik) dan intangible (interaksi karyawan-pelanggan) komponen. Kombinasi yang tepat dari aspek berwujud dan tidak berwujud harus menghasilkan persepsi pelanggan kualitas layanan restoran tinggi.

Indikator Kepuasan Pelanggan menurut (Sugiaonto 2013) Adalah

1. Konsumen merasa puas dan bersedia untuk terus datang Rumah makan Bernama Pasaman Barat.
2. Konsumen berniat untuk melakukan pembelian ualang di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat.
3. Konsumen berniat untuk merekomendasikan Rumah makan Bernama ini kepada orang lain.

3.5.2 Kualitas Makanan

Menurut Knight dan Kotschevar (2000) kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu bstandar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Setiap produk makanan mempunyai standar sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan.

Indikator Kualitas Makanan menurut (Sugiaonto 2013) adalah

1. Kualitas rasa yang enak
2. Porsi makanan yang sesuai dengan keinginan
3. Variasi jenis makanan yang bermacam-macam
4. Cita rasa yang khas dari Rumah makan
5. Higienitas makanan yang selalu dijaga
6. Inovasi jenis makanan baru

3.5.3 Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2004) kualitas pelayanan adalah tingka keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived services) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected services) . Pentingnya kualitas pelayanan diberikan kepada pelanggan yang ditunjukkan dengan cara memberikan kemudahan, kecepatan, sikap, tindakan dan

keramahan kepada pelanggan. Hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang baik kepada image perusahaan

Indikator Kualitas Pelayanan menurut (Sugiaonto 2013) adalah

1. Bukti fisik
2. Empati
3. Keandalan
4. Ketanggapan
5. Jaminan

3.5.4 Kualitas Lingkungan Fisik

Chang (2000) mendefinisikan lingkungan fisik merupakan kesan-kesan yang diciptakan pada pancaindera oleh perancangan lingkungan fisik tempat jasa diserahkan. Desain dan tata letak fasilitas sangat erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan saat disuatu ruangan. Persepsi yang timbul adalah bentuk interaksi dari pelanggan, desain yang menarik, atribut-atribut yang tersedia dan membuat nyaman pelanggan dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan ketertarikan pelanggan untuk menikmati fasilitas jasa.

Indikator Kualitas lingkungan fisik menurut Sugianto (2013) adalah

1. Aksesibilitas tata letak
2. Estetika fasilitas
3. Peralatan elektronik
4. Kenyamanan tempat duduk

5. Kebersihan pada kualitas

3.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini dilakukan analisis deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai responden yang dijelaskan dalam table frekuensi. Tabel menampilkan demografi responden yang meliputi status pernikahan, usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan utama dan pengalaman kerja. Sedangkan deskriptif mengenai variabel penelitian menggunakan tabel distribusi frekuensi yang memperlihatkan kisaran teoritis, kisaran actual, means dan standar deviasi yang diperoleh dari hasil responden yang diterima.

3.6.1 Analisis Inferensial

Analisis inferensial adalah teknik statistik yang digunakan menganalisis data sampel dan hasil yang diberlakukan untuk populasi Ghazali (2013). Sesuai hipotesis yang dirumuskan maka analisis inferensial diukur dengan menggunakan *software SmartPLS (Partial Least Square) 3.0* mulai dari pengukuran model (*outer model*), struktur model (*inner model*) dan pengujian hipotesis. *PLS* menggunakan metoda *prinsipal component analysis* dalam model pengukuran, yaitu *blok ekstraksi varian* untuk melihat hubungan indikator dengan konstruk latennya dengan menghitung total varian umum (*common variance*), varian spesifik (*specific variance*) dan varian eror (*Error variance*), sehingga total varian menjadi tinggi.

3.6.2 Pengukuran Model (*Outer Model*)

Outer Model menunjukkan bagaimana variabel manifes atau *observed variable* mempresentasikan *variable latent* untuk diukur (Ghazali, 2013). Bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten yang dibentuk PLS-SEM , indikatornya dapat bersifat reflkesif. Pada *Mode A* indikator manifest terhadap konstruk sesuai dengan *classical test teory* yang mengasumsikan bahwa variance dalam pengukuran skor variabel laten merupakan fungsi dari true score ditambah dengan error.

3.7 Uji Validitas dan Reability

Untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur Ghozali (2015). Sedangkan uji reabilitas untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau mengukur konsistensi responden menjawab item pertanyaan dalam kuesioner. *Outer model* dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator variabelnya. Kriteria pengujian validitas dalam SmartPLS 3.0 dinilai dari *loading factor* tiap kontruk. nilai AVE / *convergen validity* dikatakan valid $> 0,5$, Namun penelitian tahap awal nilai *loading factor* 0,5-0,6 masih dianggap cukup (Chin, 1998), *Diskiminant validity* indikator refleksif dapat dilihat nilai *cross loading* antara indikator dengan kontruknya bila nilai harus $> 0,7$.

Kemudian dilakukan uji reabilitas merupakan ukuran konsistensi internal dari indikator sebuah kontruk yang menunjukkan sampai dimana masing-masing

indikator mengindikasikan sebuah konstruk/faktor laten yang umum (Ghozali, 2015). Uji ini dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Pendekatan yang digunakan adalah menilai besarnya *composite reliability* dan *cronbach' alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk akan dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach's alpha* diatas 0,70 (Ghozali, 2015).

Dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Konstruks reliability} = \frac{(\text{standardized loading})^2}{(\text{standardized loading})^2 + \epsilon_j^2}$$

- *Standardized loading* diperoleh dari nilai *factor loadings* dari setiap variabel.
- ϵ_j^2 adalah *error* = $(\text{standardized loading})^2$ tiap-tiap indikator

3.7.1 Struktur Model (*Inner Model*)

Inner Model menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan *substantive theory*. PLS didisain untuk model recursive maka hubungan antara variabel laten eksogen terhadap setiap variabel laten endogen sering disebut *causal chain system*. *Inner model* dievaluasi melihat nilai presentase variance yaitu R- Square untuk konstruk laten endogen (Ghozali, 2015). Nilai R-Square 0.75, 0.50, 0.25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate atau lemah. Makin tinggi nilai R-square maka semakin baik nilai prediksi dari model penelitian yang diajukan. Signifikansi pengujian hipotesa

dapat juga dilihat dari nilai nilai signifikansi yang digunakan (*two tailed*) dimana t value 1.65(*significance level*= 10%), 1.96 (nilai *significance level*= 5%, dan 2.58 (*significance level*= 1%).

3.7.2 Konseptualisasi Model

Konseptualisasi model adalah langkah awal dari analisis PLS-SEM. Peneliti harus melakukan pengembangan dan pengukuran konstruk. Prosedur pengembangan dan pengukuran konstruk secara konvensional. Menurut Churchill (1979) ada delapan tahapan prosedur yang harus dilewati dalam pengembangan dan pengukuran konstruk yaitu : 1) Spesifikasi domain konstruk, 2) Tentukan item yang merepresentasi konstruk, 3) Pengumpulan data untuk dilakukan uji pretest, 4) Purifikasi konstruk, 5) pengumpulan data baru, 6) uji reliabilitas, 7) Uji validitas, 8) Tentukan skor pengukuran konstruk.

3.7.3 Menentukan Metoda Analisis Algoritma

Dalam PLS-SEM metoda analisis algoritma yang disediakan hanyalah *algorithm PLS dengan tiga skema yaitu , factorial, centroid, dan path atau structural weighting*. Skema algoritma PLS yang disarankan oleh Wold adalah *path* atau *structural weighting*. Setelah menentukan metoda analisis algoritma serta skema yang digunakan, selanjutnya adalah menentukan berapa jumlah sampel yang harus dipenuhi.

3.7.4 Menentukan Metode Resampling

Terdapat dua metode yang digunakan untuk melakukan proses penyempelan kembali (*resampling*) yaitu, *bootstrapping* dan *jackknifing*. Ghozali (2015) menjelaskan metoda *jackknifing* hanya menggunakan *subsample* dari sampel asli yang dikelompokkan dalam grup untuk melakukan *resampling* kembali. Ghozali (2015) menjelaskan bahwa metoda *bootstrapping* menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan *resampling* kembali. SmartPLS 3.0 hanya menyediakan metoda *resampling* yaitu *bootstrapping* memakai 3 pilihan yaitu *No Sign Change*, *Individual sign changes*, dan *Construct Level Changes*.

3.7.5 Menggambar Diagram Jalur

Menggambar diagram jalur (path diagram), Falk dan Miller (1992) merekomendasikan agar menggunakan prosedur *nomogram reticular action modelling* (RAM) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Konstruksi teoritikal (*theoretical constructs*) yang menunjukkan variabel laten harus digambar bentuk lingkaran atau bulatan elips (*circle*)
- b. Variabel *observed* atau indikator harus digambar bentuk kotak (*squares*)
- c. Hubungan – hubungan asimetri (*asymmetrical relationships*) digambarkan dengan arah panah tunggal (*single headed arrow*)
- d. Hubungan –hubungan simetris (*symmetrical relationships*) digambarkan dengan arah panah *double* (*double headed arrow*)

3.7.6 Evaluasi Model

Setelah menggambar diagram jalur, model siap untuk diestimasi dan dievaluasi hasilnya secara keseluruhan. Evaluasi model dalam PLS-SEM dapat dilakukan dengan menilai hasil pengukuran model (*measurement model*) yaitu melalui analisis faktor konfirmatori atau *confirmatory factor analysis* (CFA) dengan menguji validitas dan reliabilitas konstruk laten. Kemudian dilanjutkan dengan evaluasi model structural dan pengujian signifikan untuk menguji pengaruh antar konstruk atau variabel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Sesuai dengan proses penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti, maka dapat dikelompokkan responden yang berpartisipasi didalam penelitian ini. Pertama berdasarkan Umur dapat dilihat pada Tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1
Profil Responden Berdasarkan Gender

		Frequency	Percent
Valid	laki-laki	47	47,0
	Perempuan	53	53,0
	Total	100	100,0

Sumber: Lampiran 1 hal 44

Dari tabel 4.1 Karakteristik responden yang pertama dibedakan atas jenis kelamin, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 53 orang (53%), kemudian diikuti responden laki sebanyak 47 orang (47%).

Kemudian pengelompokan kedua pada penelitian ini, berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4.2
Profil Responden Berdasarkan Umur

	Frequency	Percent
17 tahun-22 tahun	19	19,0
23 tahun-28 tahun	27	27,0
27 tahun-31 tahun	16	16,0

35 tahun - 40 tahun	18	18,0
40 ke atas	20	20,0

Sumber: Lampiran 1 hal 44

Karakteristik responden yang kedua dibedakan atas umur, mayoritas responden memiliki rentan umur 23 - 28 tahun sebanyak 27 orang (27%), kemudian diikuti responden kelompok umur 40 ke atas sebanyak 20 orang (20%), kemudian diikuti kelompok umur 17 - 22 tahun sebanyak 19 orang (19%), kemudian diikuti kelompok umur 35 - 40 tahun sebanyak 18 orang (18%) dan terakhir kelompok umur 27 - 31 tahun sebanyak 16 orang (16%).

Kemudian pengelompokan ketiga pada penelitian ini, berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent
Pelajar/mahasiswa	18	18,0
pegawai negeri	28	28,0
Pegawai swasta	24	24,0
Wiraswasta	16	16,0
Lainya	14	14,0

Sumber: Lampiran 1 hal 44

Selanjutnya karakteristik responden yang dibedakan pekerjaan atau aktifitas, mayoritas dari responden memiliki aktifitas sebagai pegawai negeri sebanyak 28 orang (28%), kemudian diikuti kelompok kedua yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 24 orang (24%), kemudian diikuti kelompok ketiga yang memiliki aktifitas sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 18

orang (18%), kemudian diikuti kelompok keempat yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 16 orang (16%), sedangkan kelompok terakhir yang memiliki pekerjaan yang tidak dicantumkan dalam kuesioner sebanyak 14 orang (14%).

Kemudian pengelompokan ketiga pada penelitian ini, berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 4.4
Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran

	frequency	Percent
Rp 1000000 –Rp1500000	18	18,0
Rp 1500000 – Rp 2000000	12	12,0
Rp 2000000 – Rp3000000	36	36,0
>Rp 3000000	34	34,0

Sumber: Lampiran 2 Hal 45

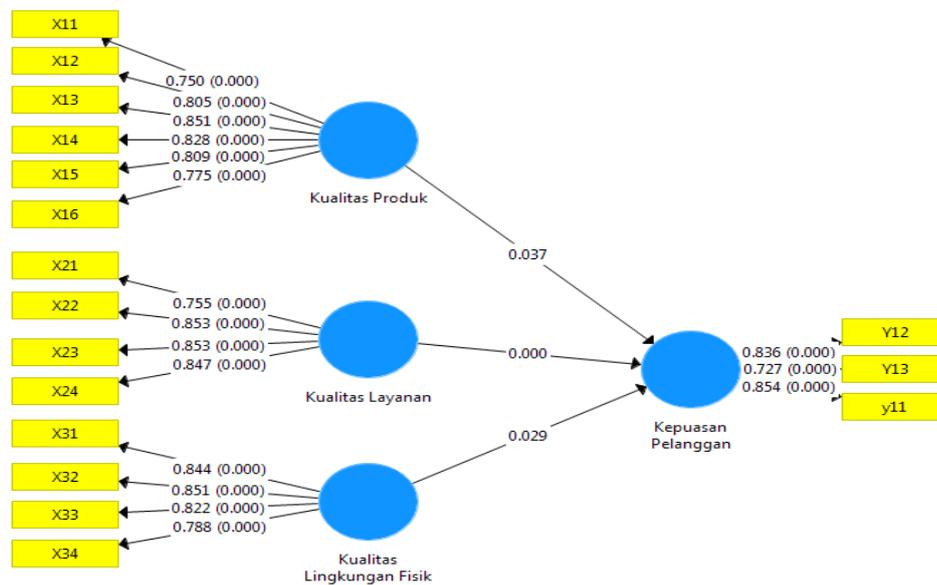
Selanjutnya karakteristik responden yang terakhir dibedakan pengeluaran, mayoritas dari responden memiliki pengeluaran rentang Rp 2000000 -Rp 3000000 sebanyak 36 orang (36%), kemudian diikuti kelompok kedua yang memiliki pengeluaran rentang > Rp 3000000 sebanyak 34 orang (34%), kemudian diikuti kelompok ketiga yang memiliki pengeluaran rentang Rp 1000000 -Rp 1500000 sebanyak 18 orang (18%), dan kelompok terakhir yang memiliki pengeluaran rentang Rp 1500000 -Rp 2000000.

4.2 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

4.3 Uji Validitas (*Validity Test*)

4.4 Convergent Validity

Menurut Ghozali (2015) Validitas konvergen berhubungan dengan prinsip bahwa pengukuran-pengukuran dari suatu konstruk seharusnya berkolerasi tinggi. Uji *convergent validity* indikator reflektif dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Untuk menilai *convergent validity* digunakan *rule of thumb* dengan syarat nilai *loading factor* harus lebih dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* atau 0,6 – 0,7 untuk penelitian yang bersifat *exploratory* dengan nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,5. Gambar diagram jalur hubungan kausalitas antar konstruk serta nilai *loading factor* untuk masing-masing indikatornya dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 6
Hasil Model Struktural
sumber: Data Primer 2018 (Diolah)

Gambar di atas menunjukkan hasil model struktural dalam penelitian ini yang terdiri 3 (tiga) variabel eksogen dan 1 (satu) variabel endogen, serta nilai *outer loading* dan nilai AVE pada masing-masing variabel tersebut. Pada variabel kualitas makanan (X1) terdiri dari 6 (enam) indikator, kualitas pelayanan (X2)

terdiri dari 4 (empat) dan lingkungan fisik (X3) dari 4 (empat) indikator terdiri dan Kepuasan(Y) terdiri dari 3 (tiga) indikator. Sedangkan nilai *outer loading* untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15.
Output Outer Loadings
Variabel

Item	Y	X2	X3	X1
X11			0,75	
X12			0,805	
X13			0,851	
X14			0,828	
X15			0,809	
X16			0,775	
X21		0,755		
X22		0,853		
X23		0,853		
X24		0,847		
X31			0,844	
X32			0,851	
X33			0,822	
X34			0,788	
Y2	0,836			
Y3	0,727			
Y1	0,854			

Sumber: Lampiran 3 Hal 46

Pada tabel 15 menunjukkan nilai *outer loading* masing-masing dikator pada variabelnya. Hasil yang telah ditunjukkan oleh tabel tersebut, dapat dinyatakan sudah valid karena masing-masing indikator telah memenuhi syarat nilai *outer loading* > 0,70. Sedangkan untuk lebih jelasnya nilai AVE dapat dilihat pada Tabel 16 berikut:

Tabel 16
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Kepuasan (Y)	0,652
Kualitas Makanan (X1)	0,646
Kualitas pelayanan (X2)	0,686
Kualitas Lingkungan Fisik (X3)	0,683

Sumber : Lampiran 3 Hal 46

Pada tabel 16 memperlihatkan nilai AVE pada semua variabel, telah memenuhi *rule of thumb* yang disyaratkan, dengan nilai AVE harus lebih besar dari 0,50 ($AVE > 0,50$). Variabel kepuasan mencapai nilai sebesar 0,652, variabel kualitas makanan mencapai nilai sebesar 0,646, variabel kualitas pelayanan mencapai nilai sebesar 0,686 dan variabel kualitas lingkungan fisik mencapai nilai sebesar 0,683. Sehingga berdasarkan pada penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah memenuhi kriteria uji *convergent validity*.

4.5 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas, terdapat dua tabel yang harus diamati yaitu tabel *composite reliability* dan *cronbach's alpha*, sebagai berikut:

Tabel 17
Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kepuasan Pelanggan	0,731	0,848
Kualitas Layanan	0,850	0,897
Kualitas Lingkungan Fisik	0,846	0,896
Kualitas Produk	0,891	0,916

Sumber : Lampiran 4 Hal 47

Berdasarkan pada Tabel 17, dapat terlihat bahwa nilai *cronbach's alpa* dan *composite reliability* masing-masing konstruk melebihi angka 0,7. Sesuai dengan *rule of thumb* nilai *cronbach's alpa* dan *composite reliability* masing-masingnya

harus lebih besar dari 0,7 ($> 0,7$) maka instrumen dari penelitian ini dapat dinyatakan sudah *reliable*.

4.6 Uji Model Struktural (*Inner Model*)

4.7 R-Square

Setelah *output* telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, selanjutnya dilakukan pengujian model struktural (*inner model*). Pengujian model struktural terlebih dahulu dilakukan dengan melihat nilai *R-square* dari penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 18
R-Square

	R Square
Kepuasan(Y)	0,708

Sumber :Lampiran 4 Hal 47

Koefisien determinasi menggunakan *R-square* yang menunjukkan beberapa persentase variasi variabel independen atau dependen dapat dijelaskan oleh variabel yang dihipotesiskan mempengaruhinya. Semakin tinggi *R-square* suatu variabel, semakin baik model tersebut. Untuk diketahui, *R-square* hanya ditemukan pada konstruk endogen.

Pada Tabel 18 terlihat bahwa nilai *R-square* variabel minat pembelian secara online (Y) menunjukkan angka sebesar 0,396. Hal ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) memberikan

kontribusi terhadap Kepuasan secara *online* sebesar 39,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Sedangkan variabel Kualitas pelayanan (X2), dari tabel 20 menunjukkan bahwa nilai *R-square* nya sebesar 0,606. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan mendapatkan kontribusi sebanyak 60,6% dari variabel *electronic word of mouth* dengan sisa persentasenya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

4.8 Uji Hipotesis (Koefisien dan Signifikan Jalur)

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan melihat hasil Tabel 19, yang merupakan hasil tabel dari *path coefficient* yang akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 19
Path Coefficients

	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X2 ->Y	0,737	0,051	14,454	0,000
X3-> Y	0,129	0,059	2,183	0,029
X1->Y	0,117	0,056	2,094	0,037

Catatan: *Significant $p < 0,05$ (*one-tailed*)

Sumber: Lampiran 5 48

Tabel 21 merupakan hasil hubungan antar konstruk yang menyatakan bahwa kualitas makanan (X1) berpengaruh positif dengan koefisien sebesar 0,117, kualitas pelayanan (X2) memiliki koefisien parameter sebesar 0,737 dan kualitas lingkungan fisik (X3) memiliki koefisien parameter sebesar 0,129.

Kualitas makanan (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan (Y) dengan koefisien parameter sebesar 0.117 dan signifikan 0,037 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat T Statistik sebesar 2,094

yang menyatakan bahwa nilainya besar dari T Tabel ($T_{\text{Hitung}} 2,094 > T_{\text{Tabel}} 1,96$). Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.

Sedangkan hasil hubungan antar konstruk kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan (Y) dengan koefisien parameter sebesar 0.737 dan signifikan 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat T Statistik sebesar 14,454 yang menyatakan bahwa nilainya besar dari T Tabel ($T_{\text{Hitung}} 14,454 > T_{\text{Tabel}} 1,96$). Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Terakhir hasil hubungan antar konstruk kualitas lingkungan fisik (X3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan dengan koefisien parameter sebesar 0,129 dan signifikan pada 0,029 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan melihat T Statistik sebesar 2,183 yang mempunyai nilai lebih besar dari pada T Tabel ($T_{\text{Hitung}} 2,183 > T_{\text{Tabel}} 1,96$). Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

4.9 Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian dilakukan untuk menerangkan dan menjabarkan hasil penelitian dengan tujuan penelitian. Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan terdapat pengaruh antar variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat.

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis jalur dapat dilihat bahwa kualitas makanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan

konsumen pada rumah makan Bernama Pasaman Barat. Kualitas makanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, semakin baik makan yang ditawarkan oleh rumah makan Bernama Pasaman Barat maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dari rumah makan Bernama Pasaman Barat.

Kualitas makanan merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi dari kepuasan konsumen, dengan menjaga kualitas makan maka akan terjaga pula kepuasan konsumen dengan asumsi variabel – variabel lainnya konstan.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis jalur dapat dilihat bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Bernama Pasaman Barat. Kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, maka kualitas layanan perlu menjadi perhatian bagi rumah makan Bernama Pasaman Barat. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang penting dan bisa meningkatkan kepuasan dari konsumen rumah makan Bernama Pasaman Barat, dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen maka akan meningkatkan kepuasan dari konsumen.

Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan Achmad Cholik (2016) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Berkat Jaya Abadi Trans Surabaya, Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Vicky (2015) kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Barberpop Bandung, sementara itu penelitian yang dilakukan Ludvivyatus (2018) kualitas

layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Ahas Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.

3. Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan di Rumah Makan Bernama Pasaman Barat

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis jalur dapat dilihat bahwa kualitas lingkungan fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Bernama Pasaman Barat. Kualitas lingkungan fisik memiliki pengaruh yang positif bagi kepuasan konsumen, dengan adanya kualitas lingkungan yang baik bagi konsumen maka akan menimbulkan kepuasan pada konsumen rumah makan Bernama Pasaman Barat. Kualitas lingkungan fisik merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan kepuasan konsumen, maka dari itu kualitas lingkungan fisik harus menjadi perhatian bagi rumah makan Bernama Pasaman Barat.

Hal ini senada dengan Penelitian yang dilakukan Lonardo (2014) kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kue Lapis Legit, sedangkan penelitian yang dilakukan Tonny (2011) kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sementara itu penelitian yang dilakukan Savitry (2011) kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Resto secret garden and chocolate Yogyakarta.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Kualitas makan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Bernama Pasaman Barat.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Bernama Pasaman Barat.
3. Kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Bernama Pasaman Barat.

5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian

1. Penelitian ini belum menggunakan seluruh konsumen di rumah makan Bernama Pasaman Barat sebagai responden, tetapi masih menggunakan sampel dengan teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*.
2. Responden penelitian ini konsumen di rumah makan Bernama Pasaman Barat, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku kepada pelanggan diluar daerah Pasaman Barat.
4. Penelitian ini membatasi penelitian pada kualitas makan, kualitas layanan dan kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Bernama Pasaman Barat. Dengan demikian variabel-variabel lain

yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan tidak termasuk kedalam ruang lingkup penelitian ini atau penulis dianggap konstan.

5. Peneliti yang akan datang disarankan agar melakukan penelitian pada rumah makan yang lebih besar menambah jumlah sampel sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
6. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada pada organisasi lain.
7. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain misalnya harga, lokasi, variasi produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

5.3 Implikasi Penelitian

Berdasarkan analisis dan hasil pengujian hipotesis, maka terdapat sejumlah implikasi kebijakan yang harus diambil oleh rumah makan Bernama Pasaman Barat agar terus berupaya untuk meningkatkan kualitas makan, kualitas layanan dan kualitas lingkungan fisik. Hal ini disebabkan variabel kualitas makan, kualitas layanan dan kualitas lingkungan fisik tersebut memainkan peranan penting yang menentukan kepuasan. Artinya dengan adanya kualitas makan, kualitas layanan dan kualitas lingkungan fisik yang baik di mata konsumen tentunya akan menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi terhadap rumah makan Bernama Pasaman Barat.

5.4 Implikasi Teoritis

Penelitian ini, bisa di gunakan sebagai pedoman untuk riset selanjutnya terutama variabel kepuasan pelanggan. Variabel kwpuasan pelanggan dapat dilihat dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi variabel tersebut, selain itu juga melihat konsenkuensi dari variabel di pendan tersebut.

5.5 Saran

Peneliti yang akan datang disarankan agar menambahkan populasi atau konsumen di rumah makan Bernama Pasaman Barat sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada pelanggan merek lain. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Lampiran 1

jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	47	47,0	47,0	47,0
Perempuan	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 tahun-22 tahun	19	19,0	19,0	19,0
23 tahun-28 tahun	27	27,0	27,0	46,0
27 tahun-31 tahun	16	16,0	16,0	62,0
35 tahun - 40 tahun	18	18,0	18,0	80,0
40 ke atas	20	20,0	20,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

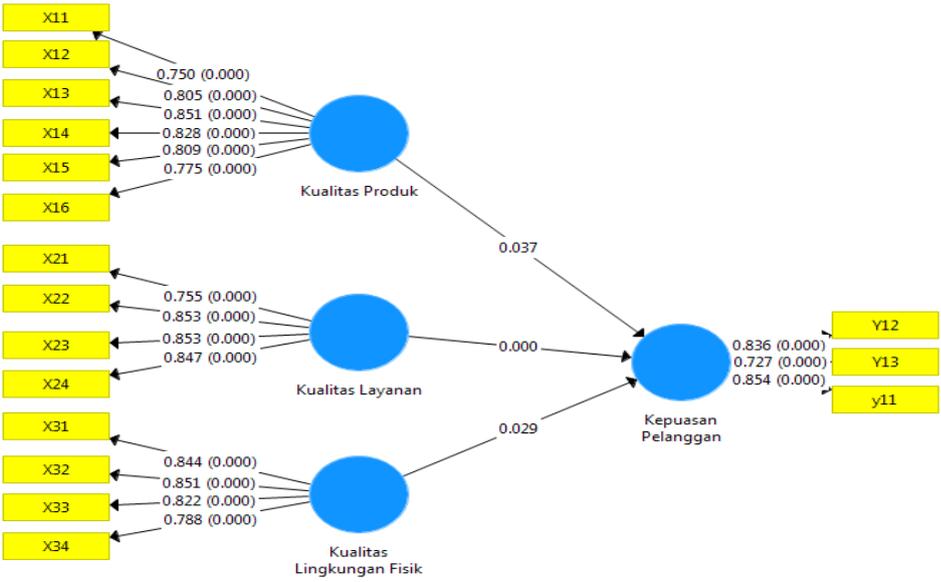
pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/mahasiswa	18	18,0	18,0	18,0
pegawai negeri	28	28,0	28,0	46,0
Pegawai swasta	24	24,0	24,0	70,0
Wiraswasta	16	16,0	16,0	86,0
Lainya	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 2

pengeluaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp 1000000 -Rp 1500000	18	18,0	18,0	18,0
Rp 1500000 -Rp 2000000	12	12,0	12,0	30,0
Rp 2000000 -Rp 3000000	36	36,0	36,0	66,0
> Rp 3000000	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Lampiran 3

Outer Loadings

	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan	Kualitas Lingkungan Fisik	Kualitas Produk
X11				0,750
X12				0,805
X13				0,851
X14				0,828
X15				0,809
X16				0,775
X21		0,755		
X22		0,853		
X23		0,853		
X24		0,847		
X31			0,844	
X32			0,851	
X33			0,822	
X34			0,788	
Y12	0,836			
Y13	0,727			
y11	0,854			

Average Variance Extracted (AVE)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pelanggan	0,652	0,654	0,045	14,355	0,000
Kualitas Layanan	0,686	0,687	0,047	14,505	0,000
Kualitas Lingkungan Fisik	0,683	0,678	0,056	12,138	0,000
Kualitas Produk	0,646	0,644	0,053	12,136	0,000

Lampiran 4

Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pelanggan	0,731	0,729	0,057	12,898	0,000
Kualitas Layanan	0,850	0,849	0,032	26,592	0,000
Kualitas Lingkungan Fisik	0,846	0,844	0,031	27,170	0,000
Kualitas Produk	0,891	0,890	0,023	39,506	0,000

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pelanggan	0,848	0,848	0,028	30,183	0,000
Kualitas Layanan	0,897	0,896	0,021	42,658	0,000
Kualitas Lingkungan Fisik	0,896	0,891	0,047	18,890	0,000
Kualitas Produk	0,916	0,914	0,023	40,659	0,000

R-Square

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pelanggan	0,708	0,727	0,039	17,929	0,000

Lampiran 5

Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pelanggan	0,737	0,731	0,051	14,454	0,000
Kualitas Lingkungan Fisik -> Kepuasan Pelanggan	0,129	0,136	0,059	2,183	0,029
Kualitas Produk -> Kepuasan Pelanggan	0,117	0,124	0,056	2,094	0,037



Alamat : Koto Gadang
Jaya, Kecamatan Kinali,
Kabupaten Pasaman Barat

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS

Nama : Deri Hartati

Tempat/tanggallahir : Koto Gadang Jaya 05 Mei 1995

Jeniskelamin : Perempuan

Agama : Islam

Status : Belum menikah

Pendidikanterakhir : S1 Manajemen Universitas Bung Hatta

Alamat : Koto Gadang Jaya, Kecamatan Kinali, Kabupaten Pasaman Barat

RIWAYAT PENDIDIKAN

- SD Negeri 11 Kinali 2008
- MTs Alamanda 2011
- SMA Negeri 3 Lubuk Basung 2014
- S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Tamat Tahun 2018

Hormat Saya,

Deri Hartati

Rp 1.500.001-Rp2.000.000

Rp 2.000.001-Rp3.000.000

>Rp3.000.000

KUISIONER PENELITIAN

Pilihlah salah satu alternatif jawaban dan berilah tanda (✓) atau (✗) pada kolom yang tersedia dengan memilih sesuai keadaan yang sebenarnya pada setiap pilihan jawaban yang telah disediakan di bawah ini :

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Ragu-Ragu	Setuju	Sangat Setuju
(STS)	(TS)	(RR)	(S)	(SS)
1	2	3	4	5

Kualitas Produk (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
1	“Rumah Makan Bernama” menawarkan makanan yang lezat					
2	“Rumah Makan Bernama” menawarkan makanan yang bergizi					
3	“Rumah Makan Bernama” menawarkan berbagai item menu					
4	“Rumah Makan Bernama” menawarkan makanan yang masih segar					
5	Aroma makanan di “Rumah Makan Bernama” makanan menarik					
6	Presentasi makanan di “Rumah Makan Bernama” menarik secara visual					

Sumber: Ryu, Kisang Hye-Rin Lee Woo Gon Kim (2010)

Kualitas Layanan (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Karyawan “Rumah Makan Bernama” memberi saya makanan persis seperti yang saya pesan					
2	Karyawan “Rumah Makan Bernama” menyediakan layanan cepat					
3	Karyawan “Rumah Makan Bernama” selalu bersedia membantu saya					
4	Karyawan “Rumah Makan Bernama” membuat saya merasa nyaman dalam berurusan dengan mereka					

sumber: Ryu, KisangHye-Rin Lee Woo Gon Kim (2010)

Kualitas Lingkungan Fisik (X₃)

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
1	“Rumah Makan Bernama” memiliki desain interior dan dekorasi yang menarik					
2	Latar belakang Musik di “Rumah Makan Bernama” menyenangkan					
3	Area makan di “Rumah Makan Bernama” benar-benar bersih					
4	Karyawan di “Rumah Makan Bernama” rapi dan berpakaian rapi					

sumber: Ryu, KisangHye-Rin Lee Woo Gon Kim (2010)

Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya puas setelah makan di “Rumah Makan Bernama”					
2	“Rumah Makan Bernama” memberi saya kenyamanan					

3	Saya benar-benar telah membuat diri saya tertarik di "Rumah Makan Bernama"					
---	---	--	--	--	--	--

sumber: Ryu, KisangHye-Rin Lee Woo Gon Kim (2010)

Hasil Olah Data

Lampiran 1

jenis kelamin

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	47	47,0	47,0	47,0
	perempuan	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

umur

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 tahun-22 tahun	19	19,0	19,0	19,0
	23 tahun-28 tahun	27	27,0	27,0	46,0
	27 tahun-31 tahun	16	16,0	16,0	62,0
	35 tahun - 40 tahun	18	18,0	18,0	80,0
	40 ke atas	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

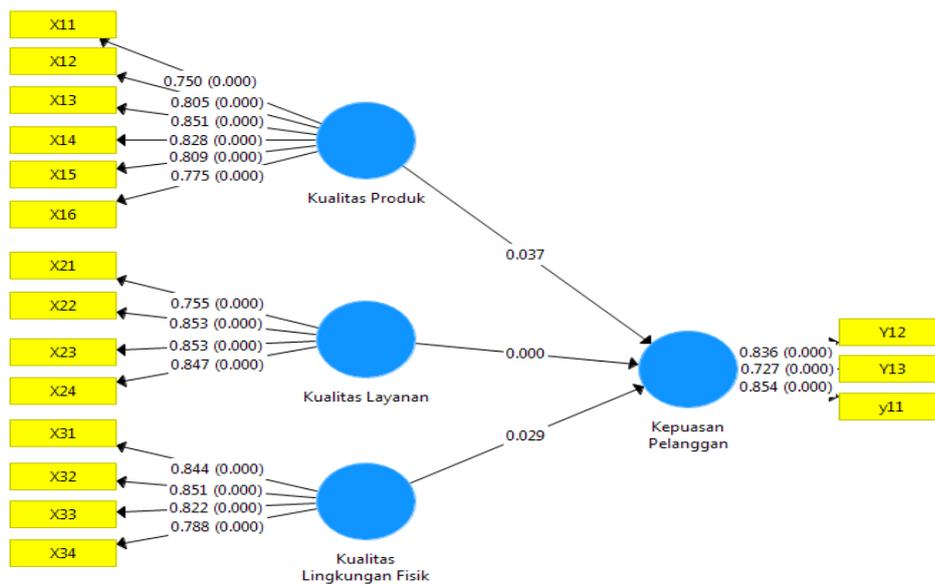
pekerjaan

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	18	18,0	18,0	18,0
	pegawai negeri	28	28,0	28,0	46,0
	Pegawai swasta	24	24,0	24,0	70,0
	Wiraswasta	16	16,0	16,0	86,0
	Lainya	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 2

pengeluaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp 1000000 -Rp 1500000	18	18,0	18,0	18,0
Rp 1500000 -Rp 2000000	12	12,0	12,0	30,0
Rp 2000000 -Rp 3000000	36	36,0	36,0	66,0
> Rp 3000000	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Lampiran 3

Outer Loadings

	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Layanan	Kualitas Lingkungan Fisik	Kualitas Produk
X11				0,750
X12				0,805
X13				0,851
X14				0,828
X15				0,809
X16				0,775
X21		0,755		
X22		0,853		
X23		0,853		
X24		0,847		
X31			0,844	
X32			0,851	
X33			0,822	
X34			0,788	
Y12	0,836			
Y13	0,727			
y11	0,854			

Average Variance Extracted (AVE)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pelanggan	0,652	0,654	0,045	14,355	0,000
Kualitas Layanan	0,686	0,687	0,047	14,505	0,000
Kualitas Lingkungan Fisik	0,683	0,678	0,056	12,138	0,000
Kualitas Produk	0,646	0,644	0,053	12,136	0,000

Lampiran 4

Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pelanggan	0,731	0,729	0,057	12,898	0,000
Kualitas Layanan	0,850	0,849	0,032	26,592	0,000
Kualitas Lingkungan Fisik	0,846	0,844	0,031	27,170	0,000
Kualitas Produk	0,891	0,890	0,023	39,506	0,000

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pelanggan	0,848	0,848	0,028	30,183	0,000
Kualitas Layanan	0,897	0,896	0,021	42,658	0,000
Kualitas Lingkungan Fisik	0,896	0,891	0,047	18,890	0,000
Kualitas Produk	0,916	0,914	0,023	40,659	0,000

R-Square

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kepuasan Pelanggan	0,708	0,727	0,039	17,929	0,000

Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pelanggan	0,737	0,731	0,051	14,454	0,000
Kualitas Lingkungan Fisik -> Kepuasan Pelanggan	0,129	0,136	0,059	2,183	0,029
Kualitas Produk -> Kepuasan Pelanggan	0,117	0,124	0,056	2,094	0,037