

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *CAFE* WARUNK UPNORMAL  
KOTA MALANG**

**Oleh**

**Michael Albesta**

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Brawijaya, Malang**

**E-mail: [michael.knmd@gmail.com](mailto:michael.knmd@gmail.com)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan masing-masing terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Malang dan memiliki sampel sebanyak 130 responden yang merupakan konsumen *cafe* Warunk Upnormal kota Malang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, dan uji ketepatan model (F), juga dilakukan uji persyaratan instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa kualitas makanan dan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki nilai *adjusted R square* sebesar 0.511, sehingga kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas makanan dan kualitas pelayanan sebesar 51.1% dan sisanya 48.9% dijelaskan dalam variabel lain.

**KATA KUNCI:** Kualitas Makanan, Kualitas layanan, Kepuasan Konsumen

This purpose of this study was to examine and analyze the effect of food quality and service quality to customer satisfaction. The type of research used in this research is explanatory research with quantitative approach. Population in this research is all people of Malang city and the sample was 130 respondents customer of *cafe* Warunk Upnormal Malang city. The data was collected by questionnaires with sampling technique collecting used purposive sampling. Data analysis method used is descriptive analysis, multiple linear regression, and goodness of fit test (F), also test instrument requirements, classical assumption test, and hypothesis test. The results showed that food quality and service quality has significant effect on customer satisfaction. The results of determination coefficient test ( $R^2$ ) has an adjusted R square value of 0.511, so that customer satisfaction can be explained by food quality and service quality variable 51.1% and the rest 48.9% explained in others variables.

**KEYWORDS:** Food Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner makanan dan minuman di Indonesia dalam era globalisasi zaman ini sudah semakin berkembang pesat, hal tersebut dapat terlihat bahwa industri makanan dan minuman memiliki kontribusi tinggi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyumbang peran penting bagi perkembangan pembangunan sektor industri di Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS, 2017) yang mencatat bahwa industri makanan dan minuman di Indonesia mampu menyumbangkan Produk Domestik Bruto (PDB) pada industri nonmigas pada triwulan III/2017 sebesar 34.95% yang meningkat 4 persen dibanding periode yang sama pada tahun 2016. Pertumbuhan tersebut disebabkan oleh dorongan masyarakat yang saat ini mulai banyak mengembangkan bisnis dalam industri kuliner makanan dan minuman sebagai bisnis yang dikenal menjanjikan pada era kompetisi bisnis yang ketat seperti pada saat ini.

Belakangan ini, sebuah restoran dan *cafe* menjadi salah satu gaya

hidup baru di zaman modern saat ini, banyak masyarakat yang mempergunakan *cafe* sebagai tempat bersantai, mengadakan pertemuan, sampai dapat mengerjakan suatu tugas hingga berlarut-larut lamanya di dalam *cafe*. Dengan banyaknya bisnis kuliner makanan dan minuman yang berkembang seperti restoran ataupun *cafe*, juga sebagai bisnis di bidang jasa, tentunya setiap pelaku usaha bisnis kuliner makanan dan minuman, perlu menciptakan beragam inovasi dalam menyusun rancangan strategi pemasaran yang matang serta kreatif. Menurut Kotler dan Keller (2016), jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, sehingga diperlukan rancangan strategi seperti memperhatikan kualitas makanan (*food quality*) dan kualitas pelayanan (*service quality*) yang penting untuk dioptimalkan, sehingga menaikkan maupun mempertahankan eksistensi keberlangsungan suatu bisnis kuliner.

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Provinsi Jawa

Timur Indonesia setelah kota Surabaya, dengan jumlah penduduk yang sampai saat ini tercatat di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pemerintahan Kota Malang pada 1 November 2017 adalah 902.568 jiwa. Hal tersebut menjadikan peluang besar bagi para pelaku bisnis kuliner di kota Malang. Kuliner merupakan salah satu daya tarik yang ditawarkan oleh kota Malang, dengan beragamnya kuliner dari menu tradisional hingga masakan luar negeri. Sejalan dengan hal tersebut, *cafe* yang merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak dibidang kuliner, di kota Malang sudah tidak asing dan dapat banyak terlihat di sisi-sisi jalan perkotaan dengan beragam pilihan macam nama maupun produk yang ditawarkan.

*Cafe* Warunk Upnormal merupakan salah satu *cafe* di kota Malang yang telah memiliki 2 outlet yang terletak di Jalan Pahlawan Trip No. 4 &5, Oro-oro Dowo, Klojen, Kota Malang dan Jalan Borobudur, Mojolangu, Kecamatan Lowokwaru dan telah memiliki 68 outlet saat ini di Indonesia dari tahun 2014, merupakan salah satu *cafe* yang

sedang tren di kalangan mahasiswa kota Malang karena *cafe* ini merupakan pelopor pertama variasi menu makanan *mie instant* dengan berbagai macam rasa, dengan mengusung tagline “Pelopor Indomie Kekinian”. Produk *mie instant* yang digunakan adalah menggunakan merek indomie, karena merek indomie merupakan *top of mind* produk mie instant yang ada di Indonesia, tetapi sesuai dengan namanya Upnormal yang berarti diatas rata-rata, *cafe* Warunk Upnormal membawa masakan yang biasa ke level yang berbeda dengan menyajikan dan mengemas berbagai inovasi serta variasi rasa yang lebih menarik di atas rata-rata masakan *mie instant* biasa.

Banyaknya bisnis kuliner yang terdapat di kota Malang, membuat *cafe* Warunk Upnormal perlu merancang strategi pemasaran yang matang. Berdasarkan hal tersebut, perlu untuk mengedepankan strategi dalam keunggulan bersaing dan menciptakan kepuasan bagi konsumen seperti memperhatikan dan menerapkan kualitas yang mencakup inovasi makanannya dan

meningkatkan kualitas pelayanan. Pelaku usaha bisnis kuliner perlu mempunyai orientasi kepada apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen melalui inovasi-inovasi yang diciptakan, untuk menciptakan kepuasan konsumen. Dengan hal tersebut, *cafe* Warunk Upnormal kota Malang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan pengalaman konsumen yang menyenangkan secara maksimum dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman yang tidak menyenangkan.

Memperhatikan kualitas makanan pada *cafe* Warunk Upnormal, berpengaruh dalam membentuk kepuasan konsumen. Menurut Yamit (2010), mengatakan bahwa kualitas merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan dengan menciptakan kepuasan terhadap konsumen, serta pada kenyataannya, konsumen yang tidak puas akan kualitas makanan akan cepat untuk beralih kepada kualitas makanan yang lain, karena kualitas makanan memiliki peran yang penting dalam penilaian konsumen untuk sebuah citarasa kuliner sebuah *cafe* yang

dipilihnya. Selain dari kualitas makanan yang perlu diperhatikan, terdapat kualitas pelayanan yang sangat penting untuk diperhatikan demi menciptakan kepuasan terhadap konsumen.

Menurut Parasuraman *et al.*, dalam Lupiyoadi (2014), kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Dalam hal menciptakan keunggulan bersaing, *cafe* Warunk Upnormal perlu menekankan pada kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen. Hal tersebut akan membuat konsumen *cafe* Warunk Upnormal akan merasa dihargai dengan keramahan dan kecekatan karyawan dalam merespon kebutuhan mereka, sehingga kepuasan konsumen akan tercipta melalui kualitas pelayanan, yang akan meningkatkan citra positif *cafe* Warunk Upnormal.

*Cafe* Warunk Upnormal di Kota Malang juga sudah mendapat *review* mengenai kualitas makanan maupun kualitas pelayanan dari konsumen seperti yang dikutip dari ([www.tripadvisor.co.id](http://www.tripadvisor.co.id)), “Tempatnya

dekat sebrang The Amsterdam, menunya cukup banyak pilihan dan makanannya sederhana, ruang makanannya ada 2 lantai yang di bawah untuk tidak rokok kecuali di atas atau lantai 2, pelayanannya cukup ramah dan tempat parkir cukup luas.”

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen *cafe* Warunk Upnormal, maka penelitian ini berusaha untuk menganalisis penilaian kualitas makanan serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen *cafe* Warunk Upnormal kota Malang, oleh karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Cafe* Warunk Upnormal Kota Malang”**.

## II. LANDASAN TEORI

### Jasa

Menurut Kotler dan Keller dalam Lupiyoadi (2014), jasa merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya

tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun.

Menurut Mudrick dalam Yazid (2008), mendefinisikan jasa dari sisi penjualan dan konsumsi secara kontras dengan barang. “Barang adalah suatu objek yang *tangible* yang dapat diciptakan dan dijual atau digunakan setelah selang waktu tertentu. Sedangkan jasa adalah *intangible* dan *perishable* (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi saat diperlukan). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan.

### Pemasaran Jasa

Pemasaran Jasa menurut Payne dalam Hurriyanti (2010), merupakan suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi, dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pemasaran jasa dilakukan oleh sekumpulan manusia yang menggunakan bahan baku orang untuk menghasilkan layanan untuk

memenuhi kebutuhan baik berwujud maupun tidak berwujud.

Menurut Yazid (2008), pemasaran jasa merupakan penghubung antara perusahaan dengan konsumennya. Peran penghubung tersebut akan berhasil apabila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada pasar. Keterlibatan semua pihak dari manajemen puncak hingga karyawan dalam merumuskan maupun mendukung pelaksanaan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen tersebut, merupakan hal yang tidak bisa ditawar-menawar lagi.

### **Kualitas**

Menurut Yamit (2010), pengertian mengenai kualitas dapat berbeda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung pada konteksnya, akan tetapi, di dalam persaingan dengan pasar, kualitas merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan dengan menciptakan kepuasan terhadap konsumen, hal tersebut dapat dibuktikan ketika perusahaan telah

mampu menyediakan produk yang berkualitas bagi konsumen.

Menurut Goetsch dan Davis dalam Tjiptono (2012), kualitas dapat diartikan sebagai hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.

### **Kualitas Makanan (*Food Quality*)**

Menurut Kotler dan Armstrong (2014), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam melaksanakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Di dalam penelitian ini, yang menjadi objek peneliti adalah *cafe* yang memiliki produk makanan, sehingga yang akan diteliti berupa kualitas produk makanan (*food quality*).

Menurut Potter dan Hotchkiss (2012), kualitas makanan atau *food quality* adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran,

bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa.

Menurut Walter *et al.*, (2010), kualitas makanan sangat penting untuk diperhatikan oleh *cafe* maupun restoran, dikarenakan makanan merupakan produk utama yang mereka tawarkan kepada konsumen.

### **Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dominan terhadap keberhasilan suatu perusahaan dan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan secara maksimal agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan serta kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Menurut Parasuraman *et al.*, dalam Lupiyoadi (2014), kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

### **Kepuasan Konsumen (*Consumer Satisfaction*)**

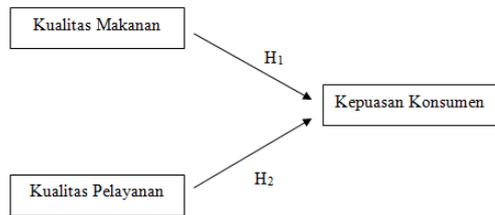
Menurut Kotler dan Keller (2016), menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk terhadap ekspektasi mereka.

Apabila kinerja perusahaan berada di atas persepsi konsumen, maka konsumen akan sangat puas, sehingga konsumen yang merasa puas. Apabila kinerja perusahaan di bawah persepsi konsumen, akan membuat konsumen kecewa dan dapat membawa dampak negatif terhadap perusahaan yaitu menurunkan jumlah konsumen karena berkurangnya minat konsumen untuk menggunakan jasa maupun produk dari perusahaan.

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Dwayne (2013) kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen.

### **Hipotesis Penelitian**

**Gambar 1. Hipotesis Penelitian**



Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan pada latar belakang, tinjauan teori, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas Makanan ( $X_1$ ) secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H2: Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

### III. METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian saat ini yang digunakan peneliti adalah penelitian *explanatory*. Menurut Sugiyono (2014), penelitian *explanatory* untuk menjelaskan menjelaskan hubungan atau pengaruh sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya.

#### Populasi

Menurut Sugiyono (2014), populasi merupakan wilayah

generalisasi dari obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Malang yang sudah pernah mengunjungi *cafe* Warunk Upnormal kota Malang. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti, sehingga diasumsikan bahwa populasi dalam penelitian ini tidak terbatas.

#### Sampel

Sample dalam penelitian ini tidak dapat mengetahui dan mendapatkan data secara pasti jumlah populasi, sehingga untuk menentukan sampel, peneliti berpedoman dengan pendapat Roscoe dalam Sekaran (2006), yaitu dari perhitungan (jumlah item pernyataan x 5) sehingga didapatkan perhitungan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak  $(26 \times 5) = 130$  responden.

Metode yang digunakan adalah *non-probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu

Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu:

- a) Pernah menjadi konsumen *cafe* Warunk Upnormal kota Malang minimal sebanyak 2 kali.
- b) Berusia minimal 17 tahun, karena usia minimal 17 tahun dianggap peneliti telah dewasa dan mampu mengambil keputusan sendiri dalam mengisi kuesioner.
- c) Bertempat tinggal atau sedang berdomisili di kota Malang.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan aplikasi *google form*. Kuesioner juga menggunakan kategori *multiple choice* dengan skala ukur yaitu skala likert diterapkan pada penelitian ini dengan skala interval berupa skor 1 sampai dengan 5. Skor 1 menunjukkan sikap sangat tidak setuju dan 5 menunjukkan sikap sangat setuju (Sugiyono, 2014).

### **Uji Persyaratan Instrument**

#### **Uji Validitas**

Menurut Ghazali (2011), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner, dengan kata lain suatu kuesioner dapat dikatakan sah atau valid apabila

pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

#### **Uji Reliabilitas**

Menurut Ghazali (2011), uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

#### **Uji Asumsi Klasik**

##### **Uji Normalitas**

Menurut Priyatno (2012), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai hubungan distribusi normal atau tidak

##### **Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghazali (2011), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

##### **Uji Heterokedastisitas**

Menurut Ghazali (2011), uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model

regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

## **Metode Analisis Data**

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Ghozali (2011), analisis regresi pada dasarnya merupakan studi mengenai ketergantungan variabel terikat (*dependen*), dengan dua atau lebih variabel bebas (*independen*), yang bertujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui.

### **Uji Ketepatan Model (*Goodness of Fit*)**

Menurut Ghozali (2011), uji ketepatan model (*goodness of fit*) merupakan uji yang dilakukan untuk ketepatan fungsi regresi sampel dalam menafsirkan nilai aktual.

### **Uji Hipotesis (*t test / Parsial*)**

Uji hipotesis adalah suatu prosedur yang digunakan untuk menguji suatu pernyataan, dengan memutuskan apakah hipotesis ditolak atau diterima dengan berdasarkan hasil statistik.

## **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2011), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

## **IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Hasil tabulasi dari 130 responden pada penelitian ini menunjukkan 130 responden telah pernah menjadi konsumen *cafe* Warunk Upnormal kota Malang minimal 2x dengan presentase 100%, 130 responden bertempat tinggal atau sedang berdomisili di kota Malang dengan persentase sebesar 100%. Responden mayoritas ialah laki-laki sebanyak 67 orang atau 51.5%/ Responden mayoritas berusia 17 – 22 Tahun sebanyak 101 orang atau 77.7%. Responden mayoritas memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 84 orang atau 64.6%. Responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 95 orang atau 73.1%.

### **Uji Persyaratan Instrument**

### Uji Validitas

Seluruh *item* pernyataan dalam variabel kualitas makanan ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen ( $Y$ ) memiliki nilai  $r_{hitung}$  indikator pernyataan lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai signifikansi hasil korelasi  $< 0.05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* pernyataan dalam penelitian ini *valid*.

### Uji Reliabilitas

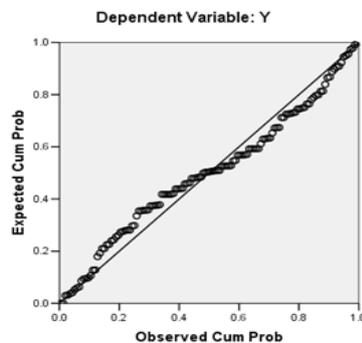
Nilai koefisien *Cronbach Alpha* pada setiap *item* pernyataan pada ketiga variabel dalam penelitian ini, masing-masing sudah lebih besar dari 0.60, sehingga instrumen pernyataan yang digunakan sudah reliabel atau handal.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 1. Uji Normalitas**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan hasil tabel bentuk grafik *P-Plot*, bahwa titik-titik data terlihat menyebar disekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Multikolinieritas

**Tabel 2. Uji Multikolinieritas**

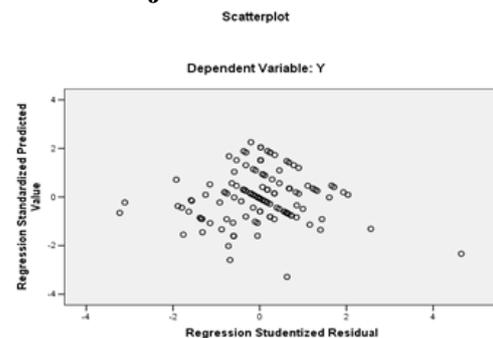
Variabel Bebas	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0.461	2.168
X2	0.461	2.168

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Dari hasil nilai *Tolerance* dan *VIF*, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

#### Uji Heterokedastisitas

**Tabel 3. Uji Heterokedastisitas**



Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan hasil tabel, didapat bahwa diagram tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0

pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu kualitas makanan ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel terikatnya, yaitu kepuasan konsumen (Y).

**Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda**

Variabel terikat	Variabel bebas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		B	Std. Error	Beta			
Y	(Constant)	0.443	1.364		0.325	0.746	
	X1	0.404	0.077	0.476	5.248	0.000	Signifikan
	X2	0.098	0.030	0.294	3.243	0.002	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

## Uji Ketepatan Model (*Goodness of Fit*)

Hasil uji ketepatan model, nilai  $F_{hitung}$  sebesar 68.338. Sedangkan  $F_{tabel}$  ( $\alpha = 0.05$  ; df regresi = 2 ; df residual = 127) adalah sebesar 3.07. Dapat dinyatakan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $68.338 > 3.07$  atau dapat dinyatakan dengan nilai sig. F  $0.000 < 0.05$ , maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$

ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat kepuasan konsumen (Y) dapat dipengaruhi secara simultan oleh variabel bebas kualitas makanan ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ).

## Uji Hipotesis (*t test / Parsial*)

**H1:** Dapat dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5.248 > 1.979$  atau dapat dinyatakan dengan nilai sig. t yaitu  $0.000 < 0.05$ , sehingga pengaruh variabel kualitas makanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas makanan.

**H2:** menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar 3.243, sedangkan  $t_{tabel}$  ( $\alpha = 0.05$  ; df residual = 127) adalah sebesar 1,979. Dapat dinyatakan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3.243 > 1.979$  atau dapat dinyatakan dengan nilai sig. t yaitu  $0.002 < 0.05$ , sehingga pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat

dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan.

## Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi**

R	R Square	Adjusted R Square
0.720	0.518	0.511

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Hasil nilai *adjusted* koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.511, yang berarti bahwa 51.1% variabel kepuasan konsumen akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu kualitas makanan ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ), sedangkan sisanya 48.9%, variabel kepuasan konsumen akan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Kualitas makanan pada *cafe* Warunk Upnormal kota Malang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumennya. Hasil analisis menunjukkan, semakin memperhatikan kualitas makanan yang dicerminkan oleh dimensi kesegaran, tampilan, rasa, dan inovasi

makanan yang baik, maka akan berdampak peningkatan kepuasan konsumen *cafe* Warunk Upnormal kota Malang.

2. Kualitas pelayanan pada *cafe* Warunk Upnormal kota Malang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menunjukkan, semakin memperhatikan kualitas pelayanan yang dicerminkan oleh dimensi bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan yang baik, maka akan berdampak peningkatan kepuasan konsumen *cafe* Warunk Upnormal kota Malang.

### Saran

1. Bagi *Cafe* Warunk Upnormal
  - a. Pihak *cafe* Warunk Upnormal kota Malang sebaiknya memperbaharui dengan memperbanyak sajian porsi makanan yang disediakan, dengan hal tersebut konsumen dapat lebih banyak menikmati hidangan makanannya dan memperbaharui penyajian

rasa makanan sehingga konsumen merasakan suatu citarasa makanan yang khas dari *cafe* Warunk Upnormal.

- b. Pihak *cafe* Warunk Upnormal sebaiknya memperbaiki sistem layanan melalui keandalan dan daya tanggap karyawan dalam menyajikan makanan sehingga konsumen tidak membutuhkan waktu lama untuk menunggu, serta memperhatikan layanan lingkungan dalam hal ketersediaan tempat parkir yang memudahkan konsumen.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkombinasikan atau menambahkan variabel yang berbeda berkaitan dengan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, guna memperluas kajian penelitian seperti variabel *store atmosphere* sebagai bentuk strategi dalam memberikan suasana *cafe* yang menyenangkan

seperti memperhatikan desain bangunan, ruang interior, musik, dan aroma ruangan serta variabel harga yang memiliki peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari sebuah *cafe*, yang artinya akan membandingkan harga dengan apa yang dirasakan oleh konsumen.

- b. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas skala responden agar mampu menghasilkan hasil penelitian yang optimal, serta diharapkan mampu meminimalisir kekuarangan maupun keterbatasan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Andreas Tanuel. 2015. *Analisi Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'Cost Surabaya*. Jurusan Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.

- Al-Tit, Ahmad A. 2015. The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention. *Asian Social Science*. Vol 11, No 23
- Amanah, Dita. 2010. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Backry & Cake Shop Cabang H.M Yamin Medan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol 2, No 1, Tahun 2010: Universitas Negeri Medan.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Jumlah Restoran/Cafe Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur*. Diakses 10 Februari. <<https://jatim.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/137>>.
- Buchari, Alma. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedelapan. Bandung: Alfabeta
- Danang, Sunyoto. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Caps.
- Facebook. 2018. @warunkupnormal. Diakses 23 Maret. <<https://www.facebook.com/warunkupnormal/>>.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google Inc. 2018. Google Maps: Warunk Upnormal Kota Malang. Diakses 20 Maret. <<https://maps.google.com/>>.
- Ha, Jooyeon dan SooCheng, Jang. 2010. Effects of Service Quality and Food Quality: The Moderating Role of Atmospherics in an Ethnic Restaurant Segment. *International Journal of Hospitality Management* 29, 520-529.
- Handi, Irawan. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketujuh. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hurriyanti, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- KBBI. 2016. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Diakses 9 Februari Online Available at: <<https://kbbi.web.id/pusat>>.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2017. *Industri Makanan dan Minuman Kontributor Terbesar PDB Manufaktur*. Diakses 9 Februari 2018. <<http://agro.kemenperin.go.id/5070-Industri-Makanan-dan-Minuman-Kontributor-Terbesar-PDB-Manufaktur->>.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. *Principle of Marketing. 15<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management. 14<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Malangkota. 2017. *Kependudukan dan Pencatatan Sipil*. Diakses 10 Februari. <<https://malangkota.go.id/layanan-publik/dukpil/>>.
- Oktavia, Shelvina Tri. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi pada konsumen taman indie resto malang). *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 5, No 1.
- Potter, N. N., dan J. H. Hotchkiss. 2012. *Food Science (5<sup>th</sup> edition)*. New York: Chapman dan Hall.
- Priyatno, Duwi. 2012. Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20.0. Edisi Kesatu. Yogyakarta: Andi.
- Purwanto, Aditya Dimas. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Makanan Terhadap Niat Perilaku Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (studi pada rumah makan bebek goreng pak ndut kepatihan). Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Qin, H., & Prybutok, V. R. 2009. Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in Fast Food Restaurants. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 78-95.
- Radarmalang. 2017. *Malang Jadi Surga Bisnis Kafe*. Diakses 5 Maret. <<https://travel.radarmalang.id/malang-jadi-surga-bisnis-kafe/>>.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2013. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business. 4<sup>th</sup> Edition*. (Diterjemahkan oleh: Kwan Men Yon). Jakarta: Salemba Empat.
- Shaharudin, Mohd Rizaimy, Suhardi Wan Mansor, Shamsulk Jamel Elias. 2011. Food Quality Attributes among Malaysia's Fast Food Customer. *International Business and*

- Management*, Vol 2, No 1. 2011, pp. 198-208.
- Sugiyanto, Jimmy, dan Sugiono Sugiarto. 2013. Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, and Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Yun Ho Surabaya. *Jurnal Management Pemasaran Petra*. Vol 1, No 2, 1-10.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tripadvisor. 2017. Warunk Upnormal. Diakses 10 Februari 2018. <[https://www.tripadvisor.co.id/Restaurant\\_Review-g297710-d12987752-Reviews-Warunk\\_Upnormal-Malang\\_East\\_Java\\_Java.html](https://www.tripadvisor.co.id/Restaurant_Review-g297710-d12987752-Reviews-Warunk_Upnormal-Malang_East_Java_Java.html)>.
- Walter, W. M., Catignani G.L., Leslie E dan Porter D. H. 2010. Protein Nutrition Value of Sweet Potato Flour. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*.
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta. Ekonesia.
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa, Konsep, dan Implementasi*. Edisi 2. Sleman, Yogyakarta: Ekonesia.
- Zeithaml, Valerie, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2013. *Service Marketing*. McGraw-Hill International Edition.
- Zulian, Yamit. 2010. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Vol. 1. Yogyakarta: Ekonesia.