

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN, LINGKUNGAN FISIK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
SOLO STEAK & RESTO JATEN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

**NISA INDRIANI PUTRI
NIM. 19.52.11.208**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN, LINGKUNGAN FISIK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
SOLO STEAK & RESTO JATEN**

SKRIPSI

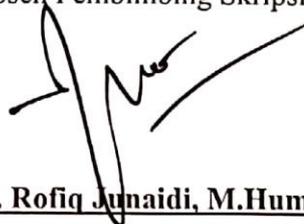
Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

NISA INDRIANI PUTRI
NIM. 19.52.11.208

Surakarta, Februari 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



M. Rofiq Junaidi, M.Hum
NIP: 19760314 201701 1 114

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : NISA INDRIANI PUTRI
NIM : 195211208
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi dengan judul "PENGARUH KUALITAS MAKANAN, LINGKUNGAN FISIK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOLO STEAK & RESTO JATEN"

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 13 Februari 2023



Nisa Indriani Putri

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : NISA INDRIANI PUTRI
NIM : 195211208
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “PENGARUH KUALITAS MAKANAN, LINGKUNGAN FISIK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOLO STEAK & RESTO JATEN”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya. Saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 13 Februari 2023



Nisa Indriani Putri

M. Rofiq Junaidi, M.Hum
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Nisa Indriani Putri

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Nisa Indriani Putri NIM 19.52.11.208 yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS MAKANAN, LINGKUNGAN FISIK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOLO STEAK & RESTO JATEN

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 13 Februari 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



M. Rofiq Junaidi, M.Hum
NIP: 19760314 201701 1 114

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS MAKANAN, LINGKUNGAN FISIK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOLO STEAK & RESTO JATEN

Oleh:

NISA INDRIANI PUTRI
NIM. 19.52.11.208

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Senin tanggal 03 April 2023 M / 12 Ramadhan 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Nur Hidayah Al Amin, M.E.Sy.
NIK. 19820719 201701 1 157



Penguji II
Septin Puji Astuti, S.Si., M.T. Ph.D.
NIP. 19781118 200501 2 003



Penguji III
Dr. Ika Yoga, S.E., M.M.
NIP. 19790406 201403 1 001



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Man Jadda Wa Jadda – Barang Siapa Bersungguh-Sungguh Pasti Berhasil”

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 6)

“Dan Hanya Kepada Tuhanmulah Hendaknya Kamu Berharap”

(QS. Al-Insyirah : 8)

“Allah Tidak Akan Membebani Seseorang Melainkan Sesuai Dengan
Kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Apapun Yang Akan Menjadi Takdirmu Akan Mencari Jalannya Menemukanmu”

(Ali Bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya. Dengan bangga ku persembahkan karya ku yang sederhana ini untuk:

Kedua orang tua ku tersayang, yang senantiasa selalu memberikan cinta, kasih sayang, perhatian, dukungan, doa, dan keridhoannya tersimpan ridho Allah yang membuat setiap urusanku berjalan dengan lancar dan indah. Semoga setiap doa, pengorbanan, dan keringat yang jatuh untuk kepentinganku menjadi sungai untukmu di surga nanti. Aamiin

Adikku tercinta, yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan kepadaku selama ini.

Para sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang diharapkan.

Terimakasih

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Makanan, Lingkungan Fisik, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Solo Steak & Resto Jaten” ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag, M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Asep Maulana Rohimat, S.H.I., M.S.I., selaku dosen Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. M. Rofiq Junaidi, M.Hum. selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Pemilik Solo Steak & Resto Jaten yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

8. Seluruh Staff Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam kelancaran proses administrasi
9. Bapak Yanto, Ibu Sri Wahyuni, Adikku Amalia Desiana Wati, dan Seluruh Keluarga Besar Trah Mbah Gito Wiyono dan Mbah Darmo yang senantiasa mendukung dan mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
10. Sahabatku Amania Istiqomah dan Yolanda Rindiani Clarisa yang selalu memberi dukungan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat selesai sesuai dengan waktu yang diharapkan.
11. Teman-temanku MBS E dan MBS F 2019 yang telah membuat hari-hari penulis berwarna selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
12. Abang Fadil Jaidi dan Keluarga yang secara tidak langsung menjadi penghibur, *mood booster*, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Diriku sendiri yang selalu berusaha untuk tetap kuat, semangat, sabar, sehingga mampu bertahan sejauh ini, aku bangga sama diri ku sendiri.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kepada semuanya. Aamiin ya Robbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 13 Februari 2023



Nisa Indriani Putri

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of food quality, physical environment, and price perceptions on consumer satisfaction at Solo Steak & Resto Jaten. The population in this study were consumers of Solo Steak & Resto Jaten, with a sample of 118 respondents taken by purposive sampling method. This study uses quantitative research methods with data analysis techniques using Multiple Linear Regression with the help of the SPSS version 23.0 application.

This study uses 4 variables, namely 3 independent variables and 1 dependent variable. The independent variables consist of food quality, physical environment, and price perceptions. While the dependent variable consists of consumer satisfaction variables.

The results of this study indicate that food quality has not significant effect on consumer satisfaction, the physical environment has a positive and significant effect on consumer satisfaction, and perceived price has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Food Quality, Physical Environment, Perceived Price, Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan, lingkungan fisik, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten. Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen Solo Steak & Resto Jaten, dengan sampel sebanyak 118 responden yang diambil dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan Regresi Linear Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23.0.

Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu 3 variabel bebas (independen) dan 1 variabel terikat (dependen). Variabel independen terdiri dari variabel kualitas makanan, lingkungan fisik, dan persepsi harga. Sedangkan variabel dependen terdiri dari variabel kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Lingkungan Fisik, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH	vi
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7

1.3	Batasan Masalah.....	8
1.4	Rumusan Masalah	8
1.5	Tujuan Penelitian.....	8
1.6	Manfaat Penelitian.....	9
1.7	Jadwal Penelitian	10
1.8	Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II LANDASAN TEORI		11
2.1	Kajian Teori.....	11
2.1.1	Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.2	Kualitas Makanan.....	13
2.1.3	Lingkungan Fisik	16
2.1.4	Persepsi Harga.....	18
2.2	Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	21
2.3	Kerangka Berpikir	22
2.4	Hipotesis Penelitian	23
2.4.1	Hubungan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	23
2.4.2	Hubungan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
2.4.3	Hubungan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	26

3.2	Jenis Penelitian	26
3.3	Populasi, Sampel, Metode Pengambilan Sampel	26
3.4	Data dan Sumber Data	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Variabel Penelitian	30
3.7	Definisi Operasional Variabel	30
3.8	Teknik Pengujian Instrumen	32
3.9	Teknik Analisis Data	33
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Gambaran Umum Penelitian	36
4.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data	37
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif	37
4.2.2	Uji Instrumen	39
4.2.3	Asumsi Klasik	41
4.2.4	Uji Hipotesis (Uji T)	44
4.2.5	Uji Ketepatan Model	45
4.2.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
4.3	Pembahasan Hasil Analisis Data	48
4.3.1	Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen	48
4.3.2	Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen	48

4.3.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	49
BAB V PENUTUP.....		51
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Keterbatasan Penelitian	51
5.3	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA		54
LAMPIRAN.....		57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran di Kabupaten Karanganyar Tahun 2017 – 2020	1
Tabel 1.2 Research Gap Penelitian	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.7 Grafik Histogram Uji Normalitas	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.10 Uji Hipotesis	44
Tabel 4.11 Uji Simultan	45
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (R ²)	46
Tabel 4.13 Persamaan Regresi	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Berpikir	22
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	72
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 3 Data Deskriptif Responden.....	77
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Per Item Setiap Responden	83
Lampiran 5 Karakteristik Responden.....	89
Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen Penelitian	90
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	93
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis dan Model Regresi Penelitian	95
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	96
Lampiran 10 Bukti Cek Plagiarisme	97

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu industri yang mengalami perkembangan pesat saat ini adalah industri kuliner. Kuliner menjadi kebutuhan pokok yang senantiasa diupayakan setiap orang dapat dipenuhi. Maraknya bisnis kuliner ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha guna memperoleh pemasukan berupa keuntungan serta mendorong para pelaku usaha untuk berlomba-lomba menarik para pelanggan dengan membuat hidangan yang enak, harga terjangkau, dan disukai konsumen. Karanganyar menjadi salah satu daerah yang terkenal akan potensi pariwisatanya. Tercatat dalam data bps kabupaten karanganyar selama tahun 2020 jumlah pengunjung di Kabupaten Karanganyar sebanyak 309.047. Selain karena wisata alamnya, pengunjung juga akan dimanjakan dengan berbagai kuliner, antara lain jajanan pinggir jalan, angkringan, HIK, rumah makan, kafe, dan resto. Pecinta kuliner dapat dengan mudah menemui berbagai keanekaragaman makanan yang tersebar di berbagai sudut daerah. Menurut data yang diterbitkan oleh BPS Kabupaten Karanganyar tahun 2021 menunjukkan jumlah rumah makan 2017 - 2020 yaitu:

Tabel 1.1

Jumlah Restoran di Kabupaten Karanganyar Tahun 2017 – 2020

Tahun	Jumlah
2017	502 unit

2018	507 unit
2019	507 unit
2020	510 unit

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar, 2022

Informasi di atas menunjukkan terjadi peningkatan jumlah restoran dari tahun 2017 sampai 2020. Data ini diperkirakan akan terus mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu. Gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas yang cenderung konsumtif dan memilih makan di restoran sebagai sarana hiburan dan sosialisasi menjadi faktor meningkatnya jumlah restoran. Hal ini sejalan dengan pendapat Canny (2014) yang mengatakan di era sekarang konsumen mencari rumah makan yang tidak hanya karena makanan yang enak dan harga yang terjangkau tetapi juga suasana dan pelayanan restoran yang hangat dan positif. (Anjarsari et al., 2018). Oleh karena itu, konsep restoran saat ini perlu lebih variatif demi mencapai keunggulan.

Solo Steak & Resto merupakan salah satu restoran yang berada di Karanganyar tepatnya di Jalan Raya Solo – Tawangmangu KM. 10 Kebakan, Sapen, Kec. Mojolaban, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah. Solo Steak ini merupakan cabang ke 4 dari 8 cabang yang tersebar di Solo Raya. Cabang ini baru diresmikan pada 22 Februari 2021. Meskipun baru dibuka kurang lebih satu tahun, antusiasme masyarakat terhadap resto ini cukup tinggi. Menu yang ditawarkan juga berbagai macam tidak hanya steak tetapi juga menu lain seperti: ayam, bebek, ikan, ca kangkung, nasi goreng, *dessert*, *snack*, serta berbagai minuman jus maupun *float*. Selain itu, Solo Steak juga melayani acara

keluarga, tunangan, pernikahan, cooking class, reuni, ulang tahun, meeting, dll. Fasilitasnya juga cukup lengkap mulai dari tempat parkir, bangunan yang luas, mainan anak-anak, *live musik*, mushola, *wifi*, stop kontak, dan toilet.

Persaingan bisnis restoran saat ini begitu kompetitif dimana hal tersebut mendorong para pengusaha untuk membuat produk berkualitas dan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen. Para pebisnis harus membuat strategi pemasaran yang tepat, fleksibel, dan fokus pada kebutuhan pelanggan jika ingin bertahan di tengah persaingan yang ketat. Dengan mempelajari setiap perilaku konsumen, dapat memahami tujuan seseorang melakukan pembelian. Cara yang bisa dilakukan para pelaku usaha guna menarik atensi konsumen yaitu dengan menjaga kualitas makanan, harga, dan memperhatikan lingkungan fisik restoran.

Menurut penelitian (Suryandriyo, 2018) kepuasan konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel harga, layanan, suasana, dan kualitas makanan. (Laela, 2021) menunjukkan variabel pelayanan, kualitas makanan, dan persepsi harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada rumah makan Ciganea Purwakarta. (Sianipar, 2020) menunjukkan variabel kualitas makanan dan persepsi harga berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun (Anjarsari et al., 2018) menunjukkan lingkungan fisik, kualitas makanan, dan layanan bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung dan relevan. Serta penelitian (Winarsih et al., 2022) menemukan bahwa persepsi harga, kualitas

makanan, dan *store atmosphere* dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen secara langsung dan signifikan.

Dari hasil beberapa penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan dianggap mampu dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Dimana dengan mengetahui kebutuhan, kemauan, dan ekspektasi konsumen akan membantu perusahaan dalam membuat strategi *marketing* yang tepat guna mencapai kebahagiaan konsumen. Diharapkan dengan memberikan rasa senang ini, konsumen dapat menjadi konsumen setia yang mengutamakan berkunjung di Solo Steak & Resto daripada restoran lainnya. Hal ini disebabkan kelangsungan hidup perusahaan akan dipengaruhi oleh banyak atau sedikitnya jumlah konsumen. Perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak uang jika ada lebih banyak pelanggan, sebaliknya perusahaan akan menghasilkan sedikit uang jika jumlah konsumen yang datang sedikit.

Dalam industri kuliner, kepuasan pelanggan merupakan aspek *krusial* yang perlu diperhatikan. Kepuasan merupakan sebuah ungkapan rasa bahagia atau sedih seseorang ketika menilai manfaat dari suatu produk yang dibayangkan dengan yang diterima. Jika hasilnya berbeda dengan ekspektasi, mereka akan merasa kecewa. Dengan kata lain, peningkatan kinerja diperlukan untuk memuaskan pelanggan dan memenuhi harapan mereka. Kualitas produk atau jasa juga akan berperan dalam menentukan kepuasan. Manajer harus menyusun strategi yang dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggan karena rasa senang yang besar atau kepuasan akan menumbuhkan hubungan emosional

antara pebisnis dengan *customer* yang akan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang.

Kualitas makanan ialah aspek yang bisa berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kotler dan Armstrong mendefinisikan kualitas makanan sebagai kemampuan suatu produk untuk dapat memenuhi kebutuhan atau memuaskan pelanggan (Nugroho & Saryanti, 2019). Standardisasi digunakan untuk mencapai kualitas makanan yang dikehendaki. Upaya ini dimaksud untuk melindungi supaya makanan yang dihasilkan memenuhi standar dan konsumen tidak kecewa. Kualitas makanan bisa menjadi senjata potensial melawan pesaing. Dengan begitu, perusahaan yang memiliki makanan berkualitas yang mampu berkembang pesat, serta industri ini pada akhirnya akan lebih sukses daripada industri lainnya.

Tidak hanya dengan kualitas makanan, lingkungan fisik juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Lingkungan fisik rumah makan dapat meningkatkan *brand image* suatu perusahaan, membangun persepsi pelanggan, dan secara langsung dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lovelock & Wright (2007) mendefinisikan lingkungan fisik sebagai opini yang dibentuk oleh panca indera dari lingkungan fisik yang dirasakan. Menurut Hanaysha (2016) semua elemen yang terlihat maupun tidak terlihat didalam maupun diluar restoran merupakan bagian dari lingkungan fisik, termasuk temperatur, cahaya, aroma, suara, suasana, dan musik. Beliau juga mengatakan bahwa lingkungan fisik yang dipelihara dengan baik dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada atau menarik konsumen baru (Jang & Lee, 2020). Tidak hanya

itu, tujuan diciptakannya lingkungan fisik yang unik dan menarik yaitu untuk memenuhi kepuasan konsumen dari sudut pandang hedonisme (Baş & Özdemir Güzel, 2020). Di samping itu, Persepsi harga berperan cukup signifikan bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Selain itu, juga dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Schiffman dan Kanuk, persepsi harga adalah proses yang digunakan orang untuk menunjuk, memimpin, dan menjelaskan maksud tertentu menjadi ilustrasi yang masuk akal (Permana et al., 2012).

Hal yang mendasari dilakukannya penelitian ini karena ditemukan adanya ketidakkonsistenan hasil dari sebagian penelitian yang menganalisis kepuasan konsumen antara lain: penelitian Yonas Stefen dan Efendi (2018) menunjukkan kualitas lingkungan fisik berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan Jusmawi Bustan dan Heri Setiawan (2019) menunjukkan kepuasan konsumen tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas lingkungan fisik. Penelitian Putri Trisnowati (2021) harga berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan Nurramaadhanti Yulia (2021) menyatakan variabel persepsi harga berdampak negatif dan tidak relevan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1.2

Research Gap Penelitian

No	Penulis	Variabel	Hasil
1	Yonas Stefen dan Efendi (2018)	Pelayanan, lingkungan fisik,	Kualitas pelayanan, lingkungan fisik, dan kualitas makanan memberikan pengaruh

		dan kualitas makanan	signifikan terhadap kepuasan konsumen
2	Jusmawi Bustan dan Heri Setiawan (2019)	Lingkungan fisik, dan kualitas makanan	Kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas lingkungan fisik.
3	Putri dan Trisnowati (2021)	Kualitas produk, pelayanan, dan harga	Kualitas produk, pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
4	Nurramaadhanti dan Yulia (2021)	Kualitas produk, pelayanan, dan harga	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

Sumber: Peneliti, 2022

Dengan adanya perbedaan dalam hasil penelitian sebelumnya, sangat krusial untuk melakukan riset ulang. Supaya mendapatkan pemahaman yang lebih spesifik tentang bagaimana persepsi harga, lingkungan fisik, dan kualitas makanan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berlandaskan latar belakang dan *research gap* yang dipaparkan, mendorong peneliti mengkaji lebih dalam mengenai “PENGARUH KUALITAS MAKANAN, LINGKUNGAN FISIK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOLO STEAK & RESTO JATEN”

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan uraian latar belakang masalah yang dipaparkan, didapatkan masalah penelitian seperti:

1. Adanya ketidakkonsistenan penelitian Putri dan Trisnowati (2021) dengan Nuramadhanti dan Yulia (2021) terkait kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh harga.
2. Adanya ketidakkonsistenan penelitian Yonas Stefen dan Efendi (2018) dengan Jusmawi Bustan dan Heri Setiawan (2019) terkait kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh lingkungan fisik.

1.3 Batasan Masalah

Berlandaskan penjabaran di atas, fokus penelitian ini yaitu pengaruh kualitas makanan, lingkungan fisik, dan harga pada kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten.

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian masalah yang sudah dipaparkan, diputuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji dan mengetahui kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kualitas makanan pada Solo Steak Jaten.
2. Menguji dan mengetahui kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh lingkungan fisik pada Solo Steak Jaten.

3. Menguji dan mengetahui kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh persepsi harga pada Solo Steak Jaten.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diperlukan supaya bermanfaat dan bisa menambah wawasan, gambaran, maupun informasi mengenai kualitas makanan, lingkungan fisik, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan peluang bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah, meningkatkan pengetahuan dibidang pemasaran, kompetensi diri, kecerdasan intelektual, dan emosional.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan kepuasan konsumen khususnya dalam hal kualitas makanan, lingkungan fisik dan harga.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji pada topik yang sama. Selain itu, dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas makanan, lingkungan fisik, dan harga terhadap kepuasan konsumen

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini dapat dijabarkan, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Mengenai waktu dan lokasi, jenis penelitian, populasi, sampel, metode pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel serta teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Mengenai gambaran umum penelitian, pengujian data, dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha adalah kepuasan pelanggan. Hal tersebut menjadi keyakinan bahwa dengan meningkatkan kepuasan pelanggan dapat memaksimalkan keuntungan serta memperluas pangsa pasar. Apabila produk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, maka kepuasan konsumen dapat tercapai. Mengharapkan pelanggan untuk membeli produk atau layanan lagi ketika mereka membutuhkannya adalah suatu bentuk mempertahankan pelanggan.

Menurut Kotler kepuasan pelanggan ialah bentuk ungkapan rasa senang atau sedih orang yang datang ketika memadankan ekspektasi dengan realita yang diperoleh (Syamsudinnor et al., 2022). Perasaan senang atau sedih adalah suatu bentuk reaksi konsumen terhadap penilaian dari ekspektasi yang diciptakan dengan realita yang diperoleh. Dari pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen yang puas cenderung membeli produk atau layanan lagi di lain kesempatan serta akan menyarankan pada orang lain.

b. Indikator Kepuasan Konsumen

Hawkins dan Lonney membagi indikator kepuasan pelanggan ke dalam 3 bagian, yaitu:

- 1) Minat melakukan pembelian ulang
- 2) Kesesuaian dengan ekspektasi atau harapan
- 3) Bersedia merekomendasikan (Candrianto, 2021)

c. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Makanan, Lingkungan Fisik Dan Persepsi Harga

Ungkapan rasa senang atau sedih orang yang datang ketika memadankan ekspektasi dengan realita yang diperoleh disebut kepuasan. Hubungan emosional antara perusahaan dan klien akan menghasilkan kepuasan atau kesenangan yang maksimal, dan klien akan terdorong untuk membeli lagi. Berdasarkan penelitian (Abduh & Syarif, 2022) kualitas pelayanan, lingkungan fisik, maupun kualitas makanan berdampak langsung dan relevan pada kepuasan pelanggan. (Mutiara et al., 2020) kepuasan konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa. Selain itu, (Prastiwi, 2018) menunjukkan dalam penelitiannya bahwa dipengaruhi secara langsung dan relevan oleh faktor lingkungan fisik, kualitas layanan, dan kualitas makanan.

2.1.2 Kualitas Makanan

a. Pengertian Kualitas Makanan

Knight & Kotschvar (2000) mengartikan kualitas makanan sebagai tingkat kesesuaian kualitas menu yang diinginkan dengan menetapkan ukuran dan memeriksa elemen-elemen yang harus diperiksa untuk mendapatkan kualitas yang diinginkan (Jayadiputra & Limantoro, 2016). Basith (2014) mengartikan kualitas makanan yaitu evaluasi pelanggan terhadap kualitas makanan yang diperoleh. Kualitas makanan berhubungan dengan kesediaan pelanggan untuk berkorban demi mendapatkan makanan yang mereka inginkan (Binaraesa et al., 2021). Kualitas makanan dapat dievaluasi setelah konsumen membeli, merasakan kemudian disamakan dengan loyalitas yang dilakukan atau disamakan dengan makanan lain yang pernah dicicipi oleh konsumen.

Kualitas makanan menurut Sjahroeddin (2018) adalah gambaran mutu yang mengajarkan dengan cara apa produk disajikan dan menjaga kualitasnya. Kualitas makanan juga menjadi faktor krusial yang dapat memberikan pengalaman pelanggan saat membeli makanan (Yuliantoro et al., 2021). Istilah "*food quality*" mengacu pada kualitas makanan dan minuman. Qin dan Pyrbutok (2009) mengatakan "kualitas makanan memiliki pengaruh yang besar bagi pebisnis serta masyarakat untuk melihat apakah makanan tersebut cukup baik untuk dimakan atau tidak, sehingga kesehatan,

keamanan, dan kelangsungan usaha dapat terjaga” (Stefen & ., 2019)

b. Indikator Kualitas Makanan

Gaman dan Sherrington, dalam bukunya (1996: 75), dan Jones, (2000: 54) membagi kedalam 8 indikator kualitas makanan, diantaranya:

1) Warna

Pemilihan warna pada makanan dibuat kombinasi agar terlihat cocok, menarik dan berwarna. Perpaduan warna ini dapat memacu nafsu makan konsumen.

2) Rasa

Dalam menyajikan suatu hidangan rasa menjadi faktor yang harus diperhatikan karena makanan dengan rasa yang enak dan bau yang sedap dapat memicu nafsu makan seseorang.

3) Tampilan

Ketika menyajikan suatu makanan tampilan makanan harus terlihat baik, bersih, dan menarik.

4) Porsi

Berkaitan dengan ketentuan seberapa besar dan berat porsi yang harus disiapkan untuk setiap makanan yang dipesan.

5) Bentuk

Bentuk berperan dalam menarik penglihatan konsumen. Cara memotong makanan yang berbeda-beda menjadi daya tarik bagi konsumen.

6) Suhu

Sebagian orang suka dengan perbedaan suhu yang diperoleh dari suatu makanan. Selain itu, suhu juga dapat mempengaruhi rasa suatu makanan.

7) Tekstur

Dimana tingkatan tekstur dapat dirasakan dari gesekan dan gerakan indra pengecap.

8) Bau

Bau adalah reaksi yang ditimbulkan dari suatu makanan.
(Suhartanto & Hidayat, 2018)

Berdasarkan uraian di atas kualitas makanan dapat diartikan sebagai kemampuan suatu makanan dalam memenuhi ekspektasi konsumen yang dipengaruhi oleh warna, rasa, tampilan, porsi, bentuk, suhu, tekstur, dan bau.

c. Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas makanan menjadi faktor kesuksesan suatu usaha dalam memenuhi kepuasan konsumen. Semakin bagus kualitas produk yang dimiliki maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian (Sianipar, 2020) menunjukkan kepuasan

pelanggan dipengaruhi secara langsung serta relevan oleh persepsi harga dan kualitas makanan. Menurut penelitian (Prastiwi, 2018) kepuasan dapat ditingkatkan secara signifikan dengan kualitas makanan. Selain itu, (Abduh & Syarif, 2022) kualitas makanan berdampak langsung dan relevan terhadap kepuasan pelanggan.

2.1.3 Lingkungan Fisik

a. Pengertian Lingkungan Fisik

Menurut Lovelock dan Wright (2007), lingkungan fisik adalah kesan yang diciptakan dari lingkungan fisik yang dirasakan oleh panca indera. Menurut Heizer & Render (2009), lingkungan fisik adalah tempat dimana layanan diberikan serta bagaimana lingkungan mempengaruhi pelanggan. Sihombing (2004) mengatakan bahwa lingkungan fisik organisasi harus digunakan untuk membuat orang merasa nyaman dan tentram, sehingga akan membantu mereka bekerja lebih baik. Menurut Moekijat (1995), lingkungan fisik seorang karyawan meliputi hal-hal seperti warna, udara, cahaya, suara, dan musik yang akan mempengaruhi seberapa baik dirinya melakukan pekerjaannya (Sumiati et al., 2018). Dengan begitu, bisa dikatakan lingkungan fisik ialah semua yang ada di sekitar pengunjung restoran, termasuk suhu, cahaya, musik, dan sikap yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Fokus penelitian ini adalah kenyamanan dan keberagaman yang ada di

sekitar rumah makan sehingga dapat memberikan pengalaman yang mengesankan bagi pengunjung.

b. Indikator Lingkungan Fisik

Bitner (1982) mengklasifikasikan lingkungan fisik (*servicescape*) ke dalam 3 dimensi diantaranya:

1) *Ambient conditions*

Ialah ciri lingkungan yang berhubungan latar belakang seperti: suhu, suara, musik, bau, warna, dan cahaya. Perasaan seseorang tentang layanan yang mereka terima dapat dipengaruhi oleh salah satu faktor tersebut.

2) *Spatial layout and functionally*

Tata ruang (*spatial layout*) adalah kapasitas dalam hal penataan mesin, peralatan, denah ruangan, dan perabot untuk memudahkan kegiatan transaksi jasa. Kapasitas produk untuk memfasilitasi layanan, mencapai tujuan konsumen, dan mencapai kepuasan pelanggan disebut sebagai "*functionally*".

3) *Signs, symbols and artifacts*

Tanda, simbol, atau artefak yang berfungsi sebagai sinyal, untuk menyampaikan proses layanan, arahan, dan citra perusahaan (Stefen & ., 2019)

c. Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Lingkungan Fisik adalah segala sesuatu di sekitar restoran termasuk suhu, pencahayaan, musik, kebersihan, dan sikap yang

dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Beberapa peneliti menunjukkan bahwa lingkungan fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan, diantaranya: penelitian (Prastiwi, 2018) kepuasan dipengaruhi secara langsung dan relevan oleh lingkungan fisik, kualitas layanan, dan kualitas makanan. Novita Damayanti et al. (2020) kualitas pelayanan dan lingkungan fisik berdampak secara langsung dan relevan atas kepuasan pelanggan, dan menurut Jayadiputra dan Limantoro (2016), kepuasan dipengaruhi secara signifikan oleh faktor lingkungan fisik.

2.1.4 Persepsi Harga

a. Pengertian Persepsi Harga

Bagi Kotler, harga mengacu pada banyaknya nilai yang diberikan *customer* dari membeli atau memakai suatu barang atau jasa (Satriadi et al., 2021). Harga menjadi faktor yang krusial bagi konsumen karena sebagai pokok dalam memperkirakan konsistensi manfaat barang yang diperoleh dengan loyalitas yang dikeluarkan. Bagi Kotler dan Keller persepsi seseorang adalah langkah seseorang dalam menentukan, mengarahkan, dan mengilustrasikan informasi untuk terciptanya suatu produk yang bermakna (Gultom et al., 2022).

Pada intinya adalah persepsi setiap orang berbeda-beda tergantung aspek yang mengelilingi dan kondisi mereka. Harga menurut Gitosudharmo adalah banyaknya nilai suatu produk dalam

satu mata uang (Hasibuan & Annam, 2022). Dalam kenyataannya besar kecilnya harga tidak dipengaruhi oleh aspek fisik saja melainkan juga faktor psikologis dan lainnya.

Bagi Kotler dan Armstrong persepsi harga ialah jumlah yang tercantum dan berhubungan dengan manfaat dari pemakaian suatu produk ataupun jasa (Budiyanto, 2021). Persepsi setiap orang tentang suatu produk apakah mahal, murah, ataupun sedang bervariasi tergantung lingkungan dan keadaan masing-masing. Intinya, konsumen menentukan harga suatu produk berdasarkan persepsi mereka tentang harga daripada nilai nominalnya. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan harga secara cermat supaya berhasil dalam menawarkan produk ataupun jasanya. Sehingga dapat disimpulkan harga yaitu banyaknya nilai yang diberikan oleh seseorang atas manfaat pembelian suatu barang atau jasa.

b. Indikator Persepsi Harga

Menurut Kotler dan Armstrong terdapat 4 indikator yang menentukan harga diantaranya:

1) Harga Terjangkau

Harga bisa dijangkau oleh konsumen.

2) Kesamaan Harga Dengan Kualitas Produk

Perbedaan kualitas dan harga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan. Sehingga perlu

kesesuaian harga yang ditawarkan dengan kualitas produk yang diberikan.

3) Persaingan Harga

Konsumen cenderung membandingkan harga ketika membeli sesuatu sehingga produsen harus memiliki harga yang dapat bersaing dengan produk sejenis.

4) Kesamaan Harga Dengan Manfaat

Konsumen cenderung membeli barang yang dapat memberikan manfaat yang sebanding dengan apa yang mereka keluarkan (Astuti & Matondang, 2020).

Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh harga. Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas serta tidak ada manfaatnya konsumen cenderung memilih untuk tidak membeli lagi. Namun apabila harga sesuai dan ada manfaatnya, konsumen pasti akan kembali lagi.

c. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap kepuasan Konsumen

Konsumen cenderung membandingkan antara manfaat dan harga yang dibayarkan saat membeli suatu produk. Akibatnya, perusahaan harus mampu menyediakan barang berkualitas tinggi, mempunyai nilai lebih, dan menetapkan harga berdasarkan kualitas untuk memastikan pelanggan senang dengan pembelian mereka. (Mutiarra et al., 2020) menunjukkan bahwa variabel harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara positif dan signifikan.

Mamik et al. (2022) menunjukkan harga berdampak secara langsung dan relevan atas kepuasan pelanggan serta penelitian (Santoso, 2019) harga memiliki dampak signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berikut merupakan kajian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, diantaranya:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu Yang Relevan

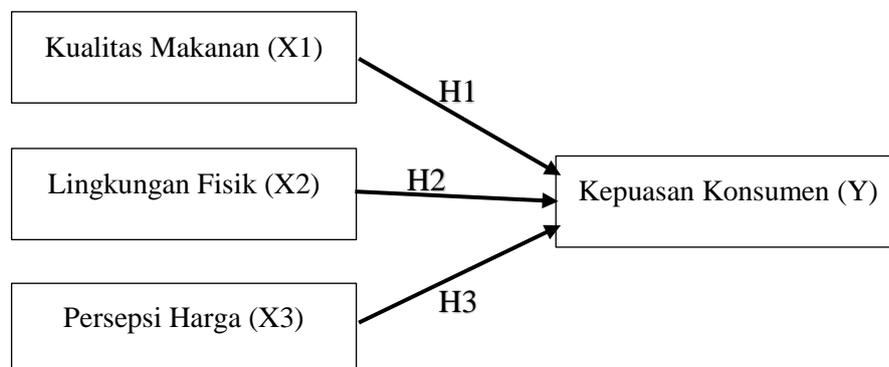
No	Penulis	Hasil	Implikasi/Saran/Kontribusi
1	Yonas Stefen dan Efendi (2018)	Kepuasan konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas makanan serta lingkungan fisik.	Kepada restoran Kampoeng Kita untuk mengubah tampilan eksteriornya dan menjaga kesegaran bahan baku makanannya.
2	(Binaraesa et al., 2021)	Kualitas makanan dan Kualitas Layanan memiliki hubungan positif dan berdampak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.	Kepada Moonk Cartil & Cafe tetap menjaga kualitas makanan dan layanan, menciptakan suasana yang nyaman, melakukan evaluasi dan inovasi secara berkala.
3	Suhartanto & Hidayat (2018)	Lingkungan fisik, kualitas makanan, dan pelayanan berhubungan positif dan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Manohara Center of Borobudur Study	Pihak Hotel Manohara Center of Borobudur Study disarankan agar memaksimalkan pelayanan dari sisi internal dan eksternal serta melakukan promosi guna meningkatkan penjualan dan omset perusahaan.
4	(Altair & Sukresna, 2022)	Kualitas makanan dan kualitas lingkungan fisik berdampak secara langsung dan relevan	Disarankan bagi kedai kopi untuk tetap mempertahankan kualitas makanan yang dimiliki dan menjaga suasana, maupun

		atas kepuasan konsumen <i>coffee shop</i> Atas Kota	tata ruang yang diciptakan guna mencapai kepuasan konsumen.
5	(Anjarsari et al., 2018)	Kualitas makanan, kualitas layanan, dan lingkungan fisik memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	pelanggan <i>Nanny's Pavillon</i> lebih mengutamakan kualitas makanan seperti: tampilan, menu yang beragam, rasa, suhu, serta lingkungan fisik yang menarik dapat memenuhi kepuasan konsumen.
6	(Wijaya & Hidayati, 2020)	Citra merek, harga, dan lingkungan fisik berdampak secara langsung dan relevan atas kepuasan konsumen.	Implikasi manajerial yang disarankan diantaranya: penambahan lampu, kipas angin, musik, kebersihan tempat makan dan kamar mandi, hiburan (musik), promo/diskon.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dijadikan pedoman dalam membuat ilustrasi yang searah dengan tujuan penelitian. Berikut kerangka berpikirnya:

Gambar 2.1
Model Kerangka Berpikir



2.4 Hipotesis Penelitian

Suharsimi menyatakan bahwa hipotesis hanyalah tanggapan sementara terhadap suatu kasus sampai terkonfirmasi oleh data yang terkumpul (Ibrahim, 2021) dan biasanya hipotesis digunakan untuk jenis penelitian kuantitatif:

2.4.1 Hubungan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Faktor yang mempengaruhi kesuksesan suatu usaha dalam memenuhi kepuasan konsumen adalah kualitas makanan. Kotler dan Armstrong, menjelaskan kualitas makanan sebagai kekuatan suatu produk untuk memuaskan pelanggan atau memenuhi kebutuhan mereka (Nugroho & Saryanti, 2019). Semakin bagus kualitas makanan yang dimiliki dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut (Yuliantoro et al., 2021) kepuasan pelanggan berhubungan secara langsung dan relevan dengan kualitas makanan. Kualitas makanan juga berhubungan secara langsung dan relevan atas kepuasan konsumen dalam penelitian (Binaraesa et al., 2021). Penelitian (Stefen & ., 2019) menunjukkan lingkungan fisik maupun kualitas makanan berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta penelitian (Altair & Sukresna, 2022) baik lingkungan fisik maupun kualitas makanan memberikan dampak secara langsung dan relevan atas kepuasan pelanggan.

H₁ : Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten.

2.4.2 Hubungan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Lovelock & Wright (2007), lingkungan fisik ialah opini yang dibentuk oleh panca indera dari lingkungan fisik yang dirasakan. Lingkungan fisik ialah apapun yang ada di sekitar restoran, termasuk cuaca, cahaya, musik, dan sikap yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Nurharyati, 2017) lingkungan fisik memiliki hubungan secara langsung dan relevan atas kepuasan pelanggan. Penelitian Jayadiputra dan Limantoro (2016), lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Wijaya & Hidayati, 2020) mengatakan dalam penelitiannya bahwa kepuasan pelanggan juga dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh lingkungan fisik, kewajaran harga, dan *brand image*. Menurut (Anjarsari et al., 2018) terdapat korelasi positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan dengan lingkungan fisik, kualitas layanan, dan kualitas makanan.

H₂ : Lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten.

2.4.3 Hubungan Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Konsumen cenderung membandingkan antara manfaat dan harga yang dibayarkan saat membeli suatu produk. Akibatnya, perusahaan harus mampu menyediakan barang berkualitas tinggi, mempunyai nilai lebih, dan menetapkan harga berdasarkan kualitas untuk memastikan pelanggan senang dengan pembelian mereka.

Dari penelitian (Rani et al., 2021) diketahui harga memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian (Tombeng et al., 2019) terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan kualitas produk, harga, dan pelayanan. Tidak hanya itu, (Aditya, 2020) menegaskan kepuasan konsumen dapat dipengaruhi positif signifikan oleh harga, serta (Ariyanto, 2019) mengatakan harga memiliki hubungan terhadap kepuasan konsumen secara signifikan.

H₃ : Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan September 2022 sampai Februari 2023. Adapun lokasi penelitian ini yaitu Solo Steak & Resto yang beralamat di Jl. Raya Solo – Tawangmangu KM. 10 Kebakan, Sapen, Kec. Mojolaban, Kab. Sukoharjo, Jawa Tengah.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian asosiatif kausal dengan metode kuantitatif dipilih untuk penelitian ini. Sugiyono (2013) analisis kuantitatif adalah cara yang digunakan untuk mengenali komunitas tertentu, dengan teknik pengambilan secara acak, pengumpulan informasi dengan alat bantu penelitian, serta melakukan analisis untuk uji hipotesis.

Penelitian asosiatif kausal dipakai buat memastikan ada atau tidaknya satu atau beberapa variabel bebas berpengaruh atas variabel dependen. Adapun maksud penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran bagaimana kualitas makanan, lingkungan fisik & harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3.3 Populasi, Sampel, Metode Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Bagi Sugiyono (2013), populasi ialah gambaran atas segala peristiwa atau orang yang memiliki karakter untuk dijadikan pusat perhatian oleh peneliti kemudian diambil kesimpulan. Populasi dalam

penelitian ini bersifat *infinit*, artinya banyaknya populasi tidak diketahui secara jelas.

3.3.2 Sampel

Sampel yang dipakai yaitu pelanggan Solo Steak & Resto Jaten. Rumus *Cochran* digunakan untuk menghitung ukuran sampel karena ukuran populasi tidak dapat ditentukan secara pasti. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono yang mengatakan “rumus *Cochran* bisa digunakan untuk mencari jumlah sampel bila jumlah populasi tidak diketahui” (Sartika, 2022)

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$
$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Keterangan :

n = banyaknya responden

z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) ditentukan sebesar 10%

Dari perhitungan diatas jumlah sampel penelitian ini sebanyak 96 dan digenapkan menjadi 100 orang. Hal tersebut dinilai sudah pantas, dan sesuai dengan pendapat Sugiyono (2013) yang mengatakan ukuran sampel yang dikatakan pantas berkisar antara 30 – 500 sampel.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dirancang sebab peneliti mempunyai keterbatasan dalam hal waktu, energi, dana maupun banyaknya populasi. Metode pengambilan sampel yang dipilih yaitu *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dimana tidak memberikan kesempatan sama untuk tiap bagian populasi dan penentuan responden berdasarkan kriteria khusus. Adapun kriteria sampel yang memenuhi sebagai syarat menjadi responden penelitian ini diantaranya:

1. Konsumen yang berumur minimal 17 tahun karena dinilai mampu dan bisa membuat keputusan sendiri
2. Konsumen yang bertempat tinggal di Kabupaten Karanganyar dan pernah melakukan pembelian minimal 1 kali di Solo Steak & Resto Jaten.

3.4 Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, diantaranya:

a. Data primer

Data primer ialah informasi diperoleh langsung dari objek penelitian. Data primer didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dan jawaban pernyataan yang diberikan kepada pelanggan Solo Steak & Resto Jaten.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari dokumen atau orang lain. Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari literatur, studi kepustakaan, dan kajian terdahulu (Siyoto & Sodik, 2015).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan langsung ke tempat penelitian dilakukan untuk mengumpulkan data tentang permasalahan yang diteliti.

2. Studi Pustaka

Studi kepustakaan ialah cara mempertemukan data atau informasi yang berkaitan dengan penelitian melalui: artikel, laporan, jurnal penelitian, atau literatur lainnya.

3. Kuesioner

Responden diminta untuk menanggapi daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis sebagai bagian dari kuesioner. *Statement* disusun berdasarkan pada indikator-indikator yang sudah ditetapkan. Untuk menilai tanggapan partisipasi memakai skala ordinal dengan bantuan Skala Likert. Tanggapan

responden diwakili oleh pernyataan dalam kuesioner pada skala satu sampai empat. Berikut nilai skalanya:

- Skala 1 = Sangat Tidak Setuju “STS”
- Skala 2 = Tidak Setuju “TS”
- Skala 3 = Setuju “S”
- Skala 4 = Sangat Setuju “SS”

3.6 Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang selalu ada serta berkaitan dengan penelitian. Sugiyono (2013:38) variabel penelitian merupakan semua hal yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi. Terdapat dua jenis variabel diantaranya:

- a. Variabel Independen ialah variabel yang menjadi penyebab munculnya variabel terikat. Variabel bebas penelitian ini yaitu kualitas makanan, lingkungan fisik, dan persepsi harga.
- b. Variabel Dependen adalah variabel yang merupakan sebab dari munculnya variabel bebas. Variabel terikat penelitian adalah kepuasan konsumen.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel ialah konsep berupa gambaran ilustrasi mengenai parameter yang akan diukur.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Kepuasan Konsumen (Y)	Kotler kepuasan pelanggan merupakan ungkapan rasa senang atau sedih seseorang yang muncul setelah membandingkan ekspektasi dengan realita yang diperoleh (Syamsudinnor et al., 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat melaksanakan pembelian ulang 2. Kesesuaian dengan ekspektasi atau harapan pelanggan 3. Bersedia merekomendasikan (Hawkins dan Lonney)
Kualitas Makanan (X1)	Kotler dan Armstrong, Kualitas makanan merupakan kemampuan suatu produk untuk memuaskan pelanggan atau memenuhi kebutuhan mereka (Nugroho & Saryanti, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Warna 2. Rasa 3. Tampilan 4. Porsi 5. Bentuk 6. Temperatur 7. Tekstur 8. Bau (Gaman dan Sherrington serta Jones)
Lingkungan Fisik (X2)	Lovelock & Wright (2007) lingkungan fisik sebagai kesan yang diciptakan oleh panca indera dari lingkungan fisik yang dirasakan (Jayadiputra & Limantoro, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Kondisi lingkungan</i> 2. <i>Tata ruang dan fungsinya</i> 3. <i>Tanda, simbol, artefak</i> (Bitner)
Persepsi Harga (X3)	Menurut Kotler mengacu pada banyaknya nilai yang diberikan <i>customer</i> dari membeli atau memakai suatu barang atau jasa (Satriadi et al., 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesamaan harga sama kualitasnya 3. Persaingan harga 4. Kesamaan harga sama manfaatnya (Kotler dan Armstrong)

3.8 Teknik Pengujian Instrumen

Penelitian ini menggunakan kuesioner berupa *statement* yang diberikan kepada *customer* yang dibuat melalui *google form*. Kemampuan peneliti membuat pernyataan dan ketepatan responden dalam menjawab harus benar-benar diperhatikan dengan baik. Sehingga, harus dibuat uji instrumen untuk menilai ketepatan kuesioner dengan bantuan SPSS versi 23.0. Uji instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas dipakai menilai kuesioner sah atau tidak. Ghozali mengatakan kuesioner disebut sah bila pertanyaannya bisa memberikan informasi dari apa yang diteliti (Adha et al., 2019).

Uji signifikansi dipakai dengan membandingkan r hitung (*correlation item total correlation*) dengan r tabel, dimana *degree of freedom* (df) = $n-2$, n ialah banyaknya responden. Bila nilai r hitung lebih besar r tabel, disebut valid. Tetapi bila r hitung lebih kecil r tabel, disebut tidak valid (Anindya, 2020)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai menilai pernyataan tiap variabel. Kuesioner dinilai reliabel bila jawaban responden atas *statemen* yang diberikan konsisten (Adha et al., 2019). Suatu komponen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

3.9 Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini dipakai untuk melihat data bersifat normal atau tidak. Alat yang dipakai yaitu *kolmogorov-smirnov test*. Identifikasi normal tidaknya suatu dapat dapat dilihat melalui bagan histogram dan penyebaran titik di sumbu diagonal (Farisi et al., 2020) Data dikatakan normal bila bagan histogram berbentuk lonceng (*bell shaped curved*) ataupun data menyebar mengikuti garis diagonal ataupun di sekitar garis diagonal. Data dikatakan normal bila nilai signifikansi $> 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna melihat hubungan antar variabel bebasnya (Farisi et al., 2020). Ada masalah bila nilai *tolerance* lebih kecil sama dengan 0,1 atau VIF lebih besar sama dengan 10 dan bila nilai *tolerance* lebih besar sama dengan 0,10 atau VIF lebih kecil sama dengan 10 tidak ada masalah.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dilakukan untuk mengamati adanya ketidaksamaan varians dari pengamatan satu ke lainnya. Jika hasil variasi residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Bila nilai sig lebih besar

0,05 dikatakan lolos uji, bila nilai sig kurang 0,05 dikatakan tidak lolos (Farisi et al., 2020)

2. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji hipotesis digunakan membuat keputusan atas praduga yang telah dibuat sebelumnya. Pengujian ini dilakukan dengan cara melakukan uji parsial atau uji T. Hasil dari pengujian ini akan menentukan hipotesis yang telah dibuat terbukti atau tidak terbukti. Uji parsial (Uji T) dipakai untuk melihat seberapa besar dampak yang diberikan tiap variabel bebas atas variabel terikatnya. Dasar pengambilan keputusannya, bila t hitung lebih besar t tabel, sig kurang dari sama dengan 0,05, berarti (X) berpengaruh signifikan terhadap (Y), bila t hitung lebih kecil t tabel, sig lebih dari sama dengan 0,05, berarti (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap (Y) (Farisi et al., 2020)

3. Uji Ketepatan Model

Uji Ketepatan model digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ketepatan model terdiri dari Uji F dan R²

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk melihat secara bersama-sama pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen. Bila sig kurang 0,05 artinya X berpengaruh signifikan pada variabel terikat. Bila sig lebih besar 0,05 X tidak berpengaruh signifikan pada variabel terikat (Meiryani, 2021)

b. Koefisien Determinasi(R²)

Koefisien determinasi dilakukan untuk memperkirakan seberapa kuat dampak yang dihasilkan variabel bebas dengan bersama-sama atas variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Bila mendekati satu, dianggap variabel bebas mampu menjelaskan seluruh informasi yang digunakan ketika memperkirakan variabel terikat. Bila R² sedikit, dianggap kekuatan variabel bebas dalam menginterpretasikan variabel terikat kurang (Meiryani, 2021)

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai dengan tujuan untuk melihat dampak yang diberikan variabel independen atas variabel dependen. Berikut adalah formulasi modelnya:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi dari tiap variabel independen

X₁ = Kualitas Makanan

X₂ = Lingkungan Fisik

X₃ = Persepsi Harga

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Penelitian kuantitatif asosiatif kausal dipakai, untuk mengetahui hubungan sebab akibat yang disebabkan oleh variabel bebas atas variabel terikat. Populasinya yaitu konsumen usia minimal 17 tahun, pernah melakukan pembelian di Solo Steak & Resto Jaten minimal 1 kali, dan beralamat di Kabupaten Karanganyar. Pencarian data dilakukan pada tanggal 13 – 17 Desember 2022. Proses pencarian data ini dilakukan dengan cara online maupun offline.

Pencarian data secara online dengan membuat link kuesioner melalui *google form* lalu disebarluaskan lewat perantara aplikasi WhatsApp & Instagram, menghubungi kontak teman-teman satu per satu yang dirasa memenuhi kriteria dalam penelitian ini untuk dapat membantu mengisi kuesioner. Tidak hanya itu, peneliti juga menyebarkan dan menghubungi melalui direct message instagram untuk menjangkau responden yang lebih luas. Sedangkan pencarian data secara offline dilakukan dengan cara membagikan pertanyaan kuesioner dalam bentuk *hard file* sehingga memudahkan partisipan dalam menentukan jawaban yang sesuai isi hati mereka.

Ketika melakukan pencarian data, terdapat beberapa persoalan yang dihadapi diantaranya: responden yang ketika dihubungi tidak langsung mau mengisi kuesioner dengan alasan sibuk atau mau mengisi tapi nanti. Ada juga responden yang menolak karena tidak tahu cara mengisinya. Responden ketika

dihubungi bilanganya mau mengisi tetapi setelah dicek ternyata tidak diisi atau beralasan lupa. Selain itu, ada juga kendala lain yang dihadapi yaitu responden yang mengisi kuesioner tidak dibaca atau dipahami dengan baik sehingga peneliti perlu menyeleksi kembali kuesioner yang masuk.

Peneliti memperoleh sampel (responden) sebanyak 130 yang diperoleh dari hasil penyebaran melalui whatsapp, instagram maupun secara langsung. Namun setelah dilakukan pengecekan, hanya 118 data yang dianggap layak untuk dijadikan sumber data. Dengan demikian, 118 data inilah yang dijadikan peneliti sebagai sampel akhir.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif merupakan hal-hal personalitas responden yang meliputi: gender, umur, dan profesi. Berikut tabel deskripsi responden dalam penelitian ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Frekuensi	%
Laki-Laki	19	16%
Perempuan	99	84%
Total	118	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui 19 (16%) laki-laki dan 99 (84%) perempuan. Hal tersebut menjelaskan partisipasi yang terlibat didominasi oleh perempuan.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Frekuensi	%
17 – 27 Tahun	83	70%
28 – 37 Tahun	26	22%
38 – 47 Tahun	9	8%
Total	118	100%

Berdasarkan tabel 4.2 terdapat 83 (70%) responden berumur 17 – 27 thn, 26 atau 22% responden berusia 28 – 37 thn, dan 9 atau 8% responden berusia 38 – 47 thn. Hasil ini mengartikan bahwa partisipasi yang terlibat kebanyakan berumur 17 – 27 thn.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Frekuensi	%
Pelajar/Mahasiswa	53	45%
Pegawai	15	13%
Guru	1	1%
Pengusaha	3	2,5%
Wiraswasta	3	2,5%
Karyawan swasta	39	33%
Ibu Rumah Tangga	4	3%
Total	118	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui 53 atau 45% berprofesi pelajar/mahasiswa, 15 atau 13% pegawai, 1% guru, 2,5% pengusaha, 2,5% wiraswasta, 39 atau 33% karyawan swasta, dan 3% ibu rumah tangga. Hal ini mengartikan bahwa partisipasi yang terlibat didominasi pelajar/mahasiswa.

4.2.2 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dipakai menilai kuesioner sesuai atau tidak. Bila r hitung lebih besar r tabel, disebut valid. Biila r hitung lebih kecill r tabel, disebut tidak sah.

Untuk $N = 118$ diperoleh nilai r tabel dengan bantuan Ms.Excel sebesar (0,179).

Berikut tabel perbandingannya:

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Kuesioner

Item/Variabel	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Variabel Kualitas Makanan (X1)			
KM1	0,596	0,179	Valid
KM2	0,660	0,179	Valid
KM3	0,595	0,179	Valid
KM4	0,574	0,179	Valid
KM5	0,686	0,179	Valid
KM6	0,719	0,179	Valid
KM7	0,660	0,179	Valid
KM8	0,627	0,179	Valid
Variabel Lingkungan Fisik (X2)			
LF1	0,858	0,179	Valid
LF2	0,827	0,179	Valid
LF3	0,751	0,179	Valid
Variabel Persepsi Harga (X3)			
HG1	0,788	0,179	Valid
HG2	0,828	0,179	Valid
HG3	0,784	0,179	Valid
HG4	0,857	0,179	Valid

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)			
KP1	0,768	0,179	Valid
KP2	0,771	0,179	Valid
KP3	0,777	0,179	Valid

Pada tabel 4.4 dinyatakan bahwa tiap-tiap item pernyataan bernilai $> (0,179)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang ada dikatakan sah atau valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat menilai indikator pernyataan dari tiap variabel. Kuesioner dinilai reliabel bila jawaban responden atas *statemen* yang diberikan konsisten (Adha et al., 2019). Suatu komponen disebut reliabel apabila *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Berikut tabel hasil pengujiannya:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Makanan (X1)	0,793	<i>Reliable</i>
Lingkungan Fisik (X2)	0,744	<i>Reliable</i>
Persepsi Harga (X3)	0,828	<i>Reliable</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,655	<i>Reliable</i>

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui *Cronbach's Alpha* dari tiap komponen lebih besar 0,60 dapat dinyatakan semua pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel atau konsisten.

4.2.3 Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna melihat data bersifat normal atau tidak. Alat yang digunakan yaitu dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan metode Monte Carlo. Data disebut normal bila nilai signifikansinya $> 0,05$. Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		118	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,88602157	
Most Extreme Differences	Absolute	,093	
	Positive	,093	
	Negative	-,060	
Test Statistic		,093	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,015 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,251 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,240
		Upper Bound	,262

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

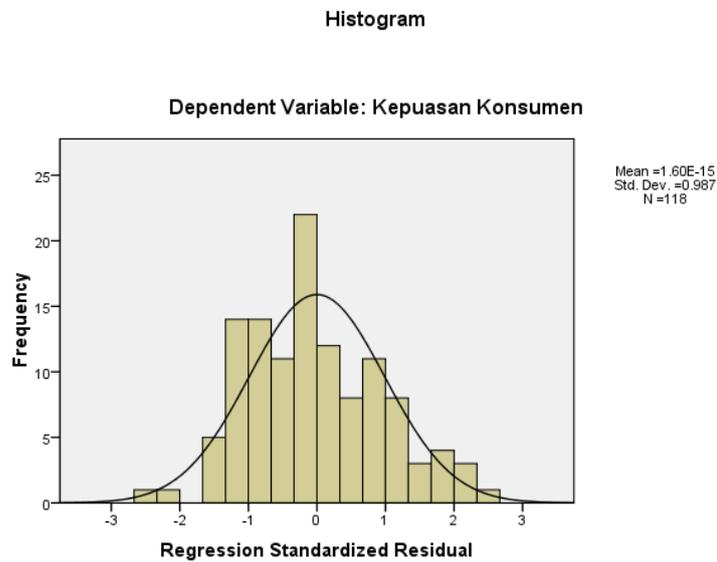
c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Berdasarkan tabel 4.6 uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Test dengan metode Monte Carlo diperoleh nilai Monte Carlo (0,251) $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan terdistribusi normal.

Tabel 4.7

Grafik Histogram Uji Normalitas



Dari tabel 4.7 menunjukkan grafik berbentuk seperti lonceng sehingga dapat disimpulkan penyebaran data bersifat normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai guna melihat hubungan antar variabel bebasnya (Farisi et al., 2020). Terjadi multikolinearitas bila nilai *tolerance* lebih kecil sama dengan 0,1 atau VIF lebih besar sama dengan 10 dan bila nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau VIF ≤ 10 tidak ada masalah multikolinearitas.

Tabel 4.8

Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
1	Kualitas Makanan	0,484	2,068	Bebas masalah multikolinearitas
2	Lingkungan Fisik	0,605	1,653	Bebas masalah multikolinearitas
3	Persepsi Harga	0,724	1,382	Bebas masalah multikolinearitas

Dari tabel 4.8 diketahui nilai *tolerance* (X1) 0,484 dan VIF 2,068. Nilai *tolerance* (X2) 0,605 dan nilai VIF 1,653. Nilai *tolerance* harga 0,724 dan nilai VIF 1,382. Dengan begitu, dapat dikatakan bebas masalah multikol sebab VIF bernilai kurang dari sepuluh dan *tolerancenya* > 0,1.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dipakai guna melihat adanya ketidaksamaan varians dari pengamatan satu ke lainnya. Bila nilai signifikansinya > 0,05 menunjukkan variabel bebas masalah heteroskedastisitas. Model bagus yaitu model yang bebas masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig	Keterangan
1	Kualitas Makanan	0,461	Bebas masalah heteroskedastisitas
2	Lingkungan Fisik	0,208	Bebas masalah heteroskedastisitas
3	Persepsi Harga	0,976	Bebas masalah heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 4.9 dengan metode glejser didapatkan signifikansi kualitas makanan 0,461 lingkungan fisik 0,208 dan harga sebesar 0,976. Artinya tiap variabel nilainya > 0,05 dengan begitu bisa dikatakan data bebas masalah heteroskedastisitas.

4.2.4 Uji Hipotesis (Uji T)

Uji parsial dipakai untuk melihat pengaruh yang diberikan tiap variabel dependen atas variabel terikatnya. Bila t hitung lebih besar t tabel atau sig kurang dari sama dengan 0,05, artinya (X) berpengaruh signifikan terhadap (Y), bila t hitung kurang t tabel atau sig lebih besar sama dengan 0,05, artinya (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap (Y). Berikut hasil uji parsialnya:

Tabel 4.10

Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constanta)	1,820	,881		2,064	,041
Kualitas Makanan	,089	,045	,200	1,965	,052
Lingkungan Fisik	,244	,081	,272	2,990	,003
Persepsi Harga	,240	,058	,343	4,122	,000

c. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dijabarkan:

- Untuk variabel kualitas makanan (X1) diketahui t hitung (1,965) < t tabel (1,980), signifikansi 0,052 > 0,05. Artinya kualitas makanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten. Dengan demikian, H1 penelitian ditolak atau tidak terbukti.
- Untuk variabel lingkungan fisik (X2) diketahui t hitung (2,990) > t tabel (1,980), signifikansi 0,003 < 0,050. Artinya lingkungan fisik berdampak

signifikan terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten. Dengan demikian, H2 penelitian dapat diterima atau terbukti.

- Untuk variabel persepsi harga (X3) diketahui t hitung (4,122) > t tabel (1,980) signifikansi 0,000 < 0,050. Artinya harga berdampak signifikan pada kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten. Dengan demikian, H3 penelitian bisa diterima atau terbukti.

4.2.5 Uji Ketepatan Model

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan dipakai untuk melihat pengaruh secara bersama-sama variabel kualitas makanan, lingkungan fisik, dan persepsi harga terhadap variabel terikat kepuasan konsumen (Y). Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4.11

Uji Simultan

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	69,007	3	23,002	28,550	,000
Residual	91,849	114	,806		
Total	160,856	117			
a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui f hitung 28,550 signifikansi 0,000 dan f tabel 2,684 yang didapatkan dengan bantuan Ms.Excel. Dalam hal ini F hitung > F tabel artinya variabel kualitas makanan, lingkungan fisik, dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

b. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi dipakai untuk mengukur seberapa kuat pengaruh yang diberikan variabel independen kualitas makanan, lingkungan fisik dan persepsi harga secara berbarengan atas variabel dependen (Y). Berikut pengujiannya:

Tabel 4.10
Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,655 ^a	,429	,414	,898
a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan				

Dari tabel 4.12 diketahui nilai (R²) 0,429 atau 42,9%. Artinya keberagaman yang mampu dijelaskan oleh variabel kualitas makanan, lingkungan fisik, dan harga pada kepuasan konsumen sebesar 42,9% sementara $(100\% - 42,9\%) = 57,1\%$ dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian.

4.2.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dipakai untuk menguji hipotesis yaitu apakah terdapat pengaruh kualitas makanan, lingkungan fisik, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen:

Tabel 4.11
Persamaan Regresi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constanta)	1,820	,881		2,064	,041

Kualitas Makanan	,089	,045	,200	1,965	,052
Lingkungan Fisik	,244	,081	,272	2,990	,003
Persepsi Harga	,240	,058	,343	4,122	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dibentuk formulasi modelnya:

$$Y = 1,820 + 0,089 X_1 + 0,244 X_2 + 0,240 X_3$$

Dari formulasi model tersebut dapat dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut:

- a. Konstanta bernilai 1,820 berarti kepuasan konsumen pada Solo Steak & Resto Jaten akan bernilai 1,820 jika kualitas makanan, lingkungan fisik, dan harga dianggap (0).
- b. Koefisien regresi kualitas makanan bernilai 0,089. Berarti bila kualitas makanan naik 1 satuan bisa menaikkan nilai kepuasan 0,089 atau 8,9% dan dikarenakan koefisien bernilai positif artinya kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif.
- c. Koefisien regresi lingkungan fisik sebesar 0,244. Berarti bila lingkungan fisik naik 1 satuan bisa menaikkan nilai kepuasan 0,244 atau 24,4% dan dikarenakan koefisien bernilai positif artinya lingkungan fisik berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen.
- d. Koefisien regresi persepsi harga bernilai 0,240. Berarti harga naik 1 satuan bisa menaikkan nilai kepuasan 0,240 atau 24% dan dikarenakan koefisien bernilai positif artinya harga terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif

4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.3.1 Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil penelitian menjelaskan kualitas makanan berpengaruh tidak signifikan pada kepuasan konsumen Solo Steak Jaten. Hal tersebut dibuktikan koefisien regresi bernilai positif 0,089 dan *p-value* 0,052 > 0,050. Artinya kualitas makanan kurang berpengaruh pada kepuasan konsumen. Hasil ini didukung oleh (Safitri, 2022) dimana kepuasan pelanggan dipengaruhi secara tidak signifikan oleh variabel kualitas makanan.

Fakta bahwa variabel kualitas makanan dalam penelitian ini berpengaruh tidak signifikan mengindikasikan bahwa ada faktor lain yang menyebabkan kualitas makanan tidak berdampak pada kepuasan konsumen, seperti pengunjung tidak begitu memperdulikan warna, tampilan, porsi, bentuk, suhu, tekstur, bau dan rasa makanan yang dihidangkan Solo Steak & Resto Jaten, melainkan lebih tertarik karena lingkungan fisik yang diciptakan maupun dari harga yang ditawarkan. Selain itu, pada dasarnya makanan yang tersedia di Solo Steak & Resto Jaten adalah makanan yang sudah dikenal dan *familiar* di kalangan masyarakat sehingga orang sudah memiliki gambaran seperti apa bentuk makanan tersebut.

4.3.2 Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menjelaskan lingkungan fisik berdampak terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten secara positif dan signifikan. Hal ini didukung dengan *p-value* 0,003 < 0,050 dan koefisien regresi

bernilai positif 0,244. Dengan begitu, penelitian ini searah dengan (Wijaya & Hidayati, 2020) dimana lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen dipengaruhi secara positif dan signifikan. Serta (Damayanti et al., 2020) lingkungan fisik berdampak positif dan relevan terhadap kepuasan konsumen.

Bitner (1982) mengatakan “hotel ataupun resto dapat meningkatkan *brand image*, kepercayaan pelanggan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui lingkungan fisik yang mereka ciptakan”. Tidak hanya itu, menurut Hanaysha (2016) lingkungan fisik yang dibangun dengan nyaman dapat membuat pelanggan betah dan mampu memikat *customer* lain. Artinya dengan memberikan lingkungan fisik yang nyaman dapat meningkatkan kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten. Hal tersebut telah dilakukan pihak Solo Steak & Resto Jaten dengan membuat tampilan resto yang *instagramable*, bangunan yang luas, suasana yang nyaman dan asri, terdapat tempat bermain anak-anak, tempat cuci tangan, stop kontak, mushola, toilet maupun tempat parkir yang memadai.

4.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menjelaskan kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi harga. Hal ini didukung dengan *p-value* $0,000 < 0,050$ dan koefisien regresi bernilai positif 0,240. Hasil tersebut searah dengan penelitian (Mutiarra et al., 2020) dimana harga memiliki dampak positif signifikan terhadap

kepuasan konsumen, dan (Ningrum et al., 2022) bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung dan signifikan.

Persepsi harga yang dialami konsumen mempresentasikan bahwa harga yang ditawarkan oleh Solo Steak & Resto Jaten relatif terjangkau. Dimana harga yang ditetapkan oleh Solo Steak & Resto tergolong rendah dan tidak terlalu tinggi yaitu mulai dari Rp 15.000-an. Selain itu, harga dinilai memiliki tingkat kewajaran yang bisa diterima oleh konsumen. Artinya ketika harga suatu makanan dapat diterima dan dinilai wajar oleh konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen mengingat harga menjadi faktor penentu konsumen dalam membeli barang ataupun jasa. Pemikiran positif merupakan wujud ungkapan rasa senang atas pembelian sesuatu, sementara pemikiran negatif wujud dari ungkapan kecewa seseorang atas pembelian sesuatu. Maka dari itu bisa disimpulkan ketika harga suatu produk dapat diterima dan memberikan manfaat yang sebanding dengan biaya yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain:

1. Kualitas makanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten. Didukung koefisien regresi bernilai positif 0,089 dan *p-value* 0,052 > 0,050. Artinya kualitas makanan memberikan pengaruh yang kecil terhadap kepuasan konsumen dengan kata lain kualitas makanan bukanlah daya tarik utama bagi pelanggan Solo Steak & Resto Jaten.
2. Lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten. Didukung koefisien regresi bernilai positif 0,244 dan *p-value* 0,003 < 0,050. Artinya semakin nyaman lingkungan fisik yang dibangun bisa mencapai kepuasan konsumen.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten. Didukung koefisien regresi bernilai positif 0,240 dan *p-value* 0,000 < 0,050. Artinya keterjangkaun harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebab arga menjadi faktor yang *krusial* bagi konsumen ketika membeli barang atau jasa.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini berkaitan dengan kemampuan dari variabel independen yang kurang bisa dalam menjelaskan

faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu hanya sekitar 42,9% sementara 57,1% nya tidak dipaparkan dalam penelitian.

5.3 Saran

Berlandaskan pada hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, berikut rekomendasi yang bisa penulis berikan untuk peneliti berikutnya

1. Bagi Praktisi

Berdasarkan hasil penelitian, indikator (porsi makanan besarnya sama) dan indikator (suhu makanan pas untuk langsung dinikmati) memperoleh nilai mean terendah (3,16). Sehingga, peneliti merekomendasikan kepada pihak Solo Steak & Resto Jaten untuk dapat menetapkan atau membuat *standard portion size* mengenai seberapa besar daging yang harus disiapkan untuk tiap kali dipesan. Selain itu perlu memperhatikan suhu makanan, sebab suhu dapat mempengaruhi kualitas rasa makanan itu sendiri. Dengan adanya masukan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen Solo Steak & Resto Jaten.

Untuk pengusaha/pebisnis khususnya dalam bidang kuliner restoran direkomendasikan untuk dapat menerapkan teori dari hasil analisis variabel yang terbukti dalam penelitian ini mengenai lingkungan fisik dan harga yang ditawarkan. Dengan begitu, pengusaha perlu memikirkan keberlangsungan bisnis tidak hanya dari segi kualitas tetapi juga dari faktor internal dan eksternalnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian berikutnya penelitian ini bisa dikaji ulang atau membangun dengan menambahkan variabel lain seperti: *brand image*, WOM, pelayanan, loyalitas dan yang lainnya. Sehingga akan banyak faktor yang teridentifikasi dapat mempengaruhi kepuasan konsumen serta dapat menyempurnakan kekurangan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, R., & Syarif, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Dapur Indonesia Menteng). *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 236–245.
- Aditya, R. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 17(1), 61.
- Altair, N., & Sukresna, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Kewajaran Harga, Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Coffee Shop Atas Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11.
- Anindya, R. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada “ Sami Remen”. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo*, 2(2), 11.
- Anjarsari, G. E., Sri Suprpti, N. W., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Restoran Terhadap Kepuasan Serta Niat Berperilaku. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5, 1347.
- Ariyanto, A. (2019). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cireng Moncrot CV Good Food – Tangerang. *Ekonomi Efektif*, 1(3), 1–15.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Binaraesa, N. N. P. C., Hidayat, I., & Lestariningsih, M. (2021). Store Atmosphere Memoderasi Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 61–68.
- Candrianto. (2021). *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Literasi Nusantara.
- Damayanti, N., Wadud, M., & Roswaty, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Unsilent Palembang. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 23–31.
- Farisi, S., Irnawati, J., & Fahmi, M. (2020). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Perkebunan Nusantara V (Persero) Kebun Tanah Putih Provinsi Riau. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 4(1), 15–33.
- Laela, E. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Padarumah Makan Ciganea Purwakarta.

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 8(1), 180–186.

- Meiryani. (2021). Memahami Uji F (Uji Simultan) Dalam Regresi Linear. *Binus University*.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427.
- Ningrum, M. K., Setyowati, T., & Mutaliningtyas, W. (2022). Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Business, Management and Accounting*, 3, 389–399.
- Nurharyati, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Produk, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Resto). *Jurnal Universitas PGRI*, 1(1).
- Prastiwi, M. P. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–14.
- Rani, Rani Sukma Dewi, Ni Made Rustini, & Ni Made Taman Sari. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kober Mie Setan Cabang Pulau Kawe Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 3(1), 41–48.
- Safitri, L. (2022). Analisis Kualitas Makanan, Citra Kota, Dan Promosi Terhadap Kunjungan Ulang Pada Wisata Kota Bukittinggi Sumatera Barat Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 270–289.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Sartika. (2022). *Analisis Framework S-O-R Mengenai Online Shopping Value Dan Web Satisfaction Terhadap Purchase Intention*. Lakeisha.
- Sianipar, R. (2020). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Food Junction Canteen Universitas Pelita Harapan Karawaci. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(2), 161–168.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media.
- Stefen, Y., & . E. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik dan Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Kampong Kita. *ULTIMA Management*, 10(2), 129–143.
- Suhartanto, A. Y., & Hidayat, A. (2018). Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik, Makanan, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Restoran, Dan Word of Mouth *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1–18.

- Suryandriyo, B. (2018). Hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*, 1–19.
- Tombeng, B., Roring, F., & Farlane S. Rumokoy. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 891–900.
- Wijaya, F. S., & Hidayati, R. (2020). Analisis pengaruh citra merek, kewajaran harga, dan lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen pada tower cafe tembalang. *Diponegoro Journal of Management*, 9, 1–14.
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388.
- Yuliantoro, N., Gracia, E., & Novia, J. (2021). The Effect of Food Quality And Price Fairness on Millenial Generations Customer Satisfaction During The Covid-19 Pandemic Period Fakultas Pariwisata-Universitas Pelita Harapan 2). *Journal FAME*, 4(1).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Penyusunan Proposal	X	X	X	X	X	X	X	X																									
2.	Konsultasi						X	X	X			X							X				X											
3.	Revisi Proposal															X																		
4.	Pendaftaran Semprop								X																									
5.	Ujian Semprop										X																							
6.	Pengumpulan Data														X	X	X																	
7.	Analisis Data															X	X	X																
8.	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																		X	X			X											
9.	Pendaftaran Munagosah																							X										
10.	Munagosah																												X					
11.	Revisi Skripsi																												X					

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum wr.wb

Saya Nisa Indriani Putri mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta ingin memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini yang akan saya gunakan untuk menyelesaikan penelitian saya sebagai tugas akhir yang berjudul “PENGARUH KUALITAS MAKANAN, LINGKUNGAN FISIK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SOLO STEAK & RESTO JATEN”

Adapun syarat responden untuk penelitian ini yaitu berusia 17 tahun ke atas dan pernah melakukan pembelian minimal 1 kali di Solo Steak & Resto Jaten. Informasi yang saudara/i berikan akan sangat membantu kelancaran penelitian ini. Semua informasi yang diberikan kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Hormat saya,



Nisa Indriani Putri

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

- Laki-Laki
- Perempuan

Umur :

- 17 – 27 tahun
- 28 – 37 tahun
- 38 – 47 tahun
- > 47 tahun

Pekerjaan :

- Pelajar/Mahasiswa
- Wiraswasta
- Pegawai
- Karyawan Swasta
- Ibu Rumah Tangga
- Yang lainnya

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Baca dengan teliti kemudian berilah tanda centang pada jawaban yang Anda anggap paling sesuai
2. Anda hanya diperkenankan memilih satu dari beberapa jawaban berikut dimana :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

Kualitas Makanan (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Makanan yang disajikan memiliki kombinasi warna yang sesuai dan menarik				
2.	Makanan yang disajikan memiliki cita rasa yang enak dan bervariasi				
3.	Makanan yang disajikan bersih dan rapi				
4.	Porsi makanan yang disajikan kuantitasnya sama dan tidak berubah-ubah				
5.	Makanan yang disajikan suhunya pas untuk langsung dinikmati				
6.	Tampilan makanan yang disajikan menarik				
7.	Makanan diolah dengan baik sehingga mudah dikonsumsi				
8.	Makanan yang disajikan memiliki aroma yang khas dan menggugah selera				

Lingkungan Fisik (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Desain interior dan suasana yang diciptakan membuat saya nyaman				
2.	Meja, kursi ditata dengan rapi dan tidak membatasi ruang gerak pelanggan				
3.	Penampilan karyawan terlihat bersih, rapi, dan sopan				

Harga (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Harga yang ditawarkan Solo Steak & Resto relatif terjangkau				
2.	Harga sesuai dengan rasa dan kuantitas (porasi) makanan				
3.	Harga yang ditawarkan memiliki daya saing dengan restoran yang lain				
4.	Harga sesuai dengan kualitas makanan yang diberikan				

Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan				
2.	Fasilitas penunjang yang diberikan seperti tempat cuci tangan, colokan, mushola, mainan anak-anak sesuai dengan yang diharapkan				
3.	Saya akan merekomendasikan restoran ini kepada orang lain karena makanan yang enak, pelayanan yang baik, dan harga terjangkau				

Lampiran 3 Data Deskriptif Responden

No	Gender	Usia	Pekerjaan
1	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
2	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
3	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
4	Perempuan	28 - 37 tahun	Wiraswasta
5	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
6	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
7	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
8	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
9	Laki - laki	17 - 27 tahun	Wiraswasta
10	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
11	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
12	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
13	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
14	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
15	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
16	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pengusaha
17	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
18	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
19	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
20	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa

21	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
22	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pegawai
23	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
24	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
25	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
26	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
27	Perempuan	28 - 37 tahun	Pegawai
28	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
29	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai
30	Perempuan	28 - 37 tahun	Ibu Rumah Tangga
31	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
32	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
33	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
34	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
35	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
36	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
37	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pegawai
38	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai
39	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
40	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
41	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
42	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai

43	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
44	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
45	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
46	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
47	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
48	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pengusaha
49	Perempuan	17 - 27 tahun	Pengusaha
50	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai
51	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
52	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
53	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
54	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
55	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai
56	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
57	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai
58	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
59	Perempuan	17 - 27 tahun	Guru
60	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
61	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
62	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
63	Laki - laki	38 - 47 tahun	Wiraswasta
64	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa

65	Perempuan	38 - 47 tahun	Karyawan swasta
66	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
67	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai
68	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
69	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pegawai
70	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
71	Perempuan	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
72	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai
73	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
74	Perempuan	28 - 37 tahun	Pelajar/Mahasiswa
75	Perempuan	28 - 37 tahun	Pegawai
76	Laki - laki	17 - 27 tahun	Pelajar/Mahasiswa
77	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai
78	Perempuan	17 - 27 tahun	Pegawai
79	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
80	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
81	Perempuan	38 - 47 tahun	Karyawan swasta
82	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
83	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
84	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
85	Laki - laki	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
86	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta

87	Perempuan	38 - 47 tahun	Karyawan swasta
88	Perempuan	28 - 37 tahun	Ibu Rumah Tangga
89	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
90	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
91	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
92	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
93	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
94	Perempuan	38 - 47 tahun	Karyawan swasta
95	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
96	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
97	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
98	Perempuan	38 - 47 tahun	Ibu Rumah Tangga
99	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
100	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
101	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
102	Perempuan	38 - 47 tahun	Ibu Rumah Tangga
103	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
104	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
105	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
106	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
107	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
108	Perempuan	38 - 47 tahun	Karyawan swasta

109	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
110	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
111	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
112	Perempuan	38 - 47 tahun	Karyawan swasta
113	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
114	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
115	Perempuan	17 - 27 tahun	Karyawan swasta
116	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
117	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta
118	Perempuan	28 - 37 tahun	Karyawan swasta

Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Per Item Setiap Responden

N O	K M 1	K M 2	K M 3	K M 4	K M 5	K M 6	K M 7	K M 8	L F 1	L F 2	L F 3	H G 1	H G 2	H G 3	H G 4	K P 1	K P 2	K P 3
1	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
2	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
6	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
7	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
8	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
9	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
10	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
11	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
12	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
13	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
14	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3
15	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
16	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
17	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3
19	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3
20	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3

24	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
25	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
27	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
33	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
34	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4
35	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
36	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3
38	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
39	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3
40	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3
41	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
42	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
43	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3

46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
48	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
49	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4
50	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
53	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
55	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3
56	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4
57	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
58	2	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	2
59	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
60	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
63	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
66	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3
67	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4

68	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	
69	3	2	4	3	2	3	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2
70	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
71	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
73	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
74	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3	2	3	3	3	2	2
77	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	2	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3
80	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
81	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
82	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
83	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3
84	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3
85	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
86	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4
87	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
88	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
89	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3

9 0	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
9 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9 2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9 3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
9 4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
9 5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
9 6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
9 7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9 8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9 9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1 0 0	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
1 0 1	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
1 0 2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1 0 3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3
1 0 4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
1 0 5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
1 0 6	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
1 0 7	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3

108	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
109	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
110	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
113	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
114	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
115	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
116	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
117	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
118	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Lampiran 5 Karakteristik Responden

Output Karakteristik Responden SPSS 23

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	19	16.1	16.1	16.1
	Perempuan	99	83.9	83.9	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 27 tahun	83	70.3	70.3	70.3
	28 - 37 tahun	26	22.0	22.0	92.4
	38 - 47 tahun	9	7.6	7.6	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guru	1	.8	.8	.8
	Ibu Rumah Tangga	4	3.4	3.4	4.2
	Karyawan swasta	39	33.1	33.1	37.3
	Pegawai	15	12.7	12.7	50.0
	Pelajar/Mahasiswa	53	44.9	44.9	94.9
	Pengusaha	3	2.5	2.5	97.5
	Wiraswasta	3	2.5	2.5	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas Variabel Kualitas Makanan

Correlations

		KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	KM6	KM7	KM8	Kualitas Makanan
KM1	Pearson Correlation	1	.347**	.282**	.324**	.199*	.408**	.266**	.375**	.596**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.031	.000	.004	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
KM2	Pearson Correlation	.347**	1	.207*	.275**	.418**	.440**	.279**	.404**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000		.024	.003	.000	.000	.002	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
KM3	Pearson Correlation	.282**	.207*	1	.233*	.324**	.338**	.414**	.231*	.595**
	Sig. (2-tailed)	.002	.024		.011	.000	.000	.000	.012	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
KM4	Pearson Correlation	.324**	.275**	.233*	1	.316**	.265**	.355**	.202*	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.011		.000	.004	.000	.028	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
KM5	Pearson Correlation	.199*	.418**	.324**	.316**	1	.466**	.350**	.299**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.031	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
KM6	Pearson Correlation	.408**	.440**	.338**	.265**	.466**	1	.403**	.363**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
KM7	Pearson Correlation	.266**	.279**	.414**	.355**	.350**	.403**	1	.337**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.004	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
KM8	Pearson Correlation	.375**	.404**	.231*	.202*	.299**	.363**	.337**	1	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012	.028	.001	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118
Kualitas Makanan	Pearson Correlation	.596**	.660**	.595**	.574**	.686**	.719**	.660**	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118	118	118	118	118	118

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Lingkungan Fisik

Correlations

		LF1	LF2	LF3	Lingkungan Fisik
LF1	Pearson Correlation	1	.607**	.459**	.858**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118
LF2	Pearson Correlation	.607**	1	.405**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118
LF3	Pearson Correlation	.459**	.405**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118
Lingkungan Fisik	Pearson Correlation	.858**	.827**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Persepsi Harga

Correlations

		HG1	HG2	HG3	HG4	Persepsi Harga
HG1	Pearson Correlation	1	.523**	.451**	.569**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118
HG2	Pearson Correlation	.523**	1	.533**	.673**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118	118
HG3	Pearson Correlation	.451**	.533**	1	.554**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118	118
HG4	Pearson Correlation	.569**	.673**	.554**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118	118
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.788**	.828**	.784**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118	118

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Correlations

		KP1	KP2	KP3	Kepuasan Konsumen
KP1	Pearson Correlation	1	.335**	.473**	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	118	118	118	118
KP2	Pearson Correlation	.335**	1	.379**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	118	118	118	118
KP3	Pearson Correlation	.473**	.379**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	118	118	118	118
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.768**	.771**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	118	118	118	118

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Makanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.793	.794	8

Uji Reliabilitas Variabel Lingkungan Fisik

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.744	.743	3

Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.828	.830	4

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.655	.663	3

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		118	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	,88602157	
Most Extreme Differences	Absolute	,093	
	Positive	,093	
	Negative	-,060	
Test Statistic		,093	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,015 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,251 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,240
		Upper Bound	,262

a. Test distribution is Normal.

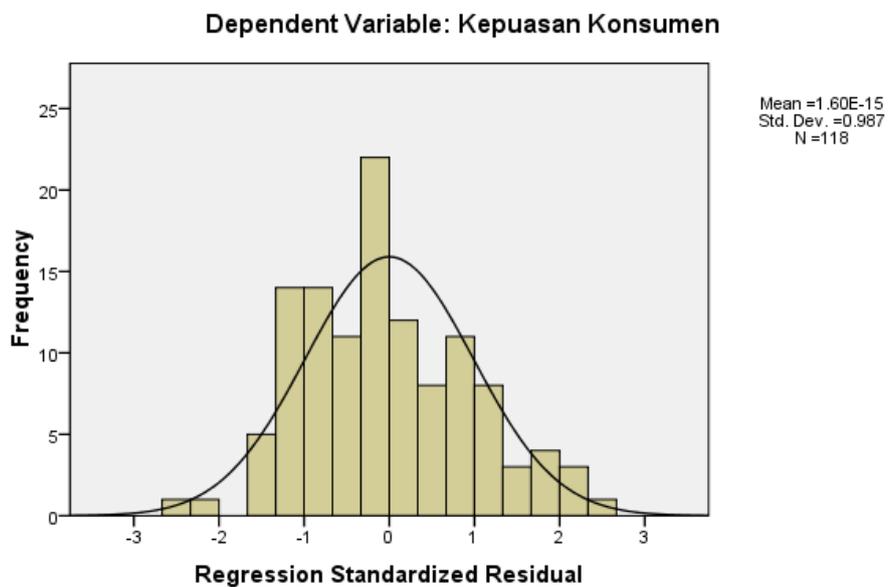
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Grafik Histogram Uji Normalitas

Histogram



Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.820	.881		2.064	.041		
	Kualitas Makanan	.089	.045	.200	1.965	.052	.484	2.068
	Lingkungan Fisik	.244	.081	.272	2.990	.003	.605	1.653
	Persepsi Harga	.240	.058	.343	4.122	.000	.724	1.382

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.448	.529		-.846	.399
	Kualitas Makanan	.020	.027	.097	.740	.461
	Lingkungan Fisik	.062	.049	.149	1.265	.208
	Persepsi Harga	-.001	.035	-.003	-.030	.976

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis dan Model Regresi Penelitian

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,655 ^a	,429	,414	,898

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan

Uji Simultan (UJI F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69.007	3	23.002	28.550	.000 ^a
	Residual	91.849	114	.806		
	Total	160.856	117			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, Lingkungan Fisik, Kualitas Makanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,820	,881		2,064	,041
	Kualitas Makanan	,089	,045	,200	1,965	,052
	Lingkungan Fisik	,244	,081	,272	2,990	,003
	Persepsi Harga	,240	,058	,343	4,122	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Persamaan Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,820	,881		2,064	,041
	Kualitas Makanan	,089	,045	,200	1,965	,052
	Lingkungan Fisik	,244	,081	,272	2,990	,003
	Persepsi Harga	,240	,058	,343	4,122	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Nisa Indriani Putri

Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 22 Maret 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Tegal Baru, RT 01 RW 02 Kec. Jaten, Kab.
Karanganyar, Jawa Tengah

No Telepon : 085 647 898 036

Email : nisa18putri@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal :

- a. TK Pertiwi 01 Papahan
- b. SD Negeri 02 Jaten
- c. SMP Negeri 1 Jaten
- d. SMA Negeri Kebakkramat
- e. UIN Raden Mas Said Surakarta – Sekarang

Lampiran 10 Bukti Cek Plagiarisme

Nisa IP MBS_Muna

ORIGINALITY REPORT

9%	9%	6%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	3%
2	febi.uinsaid.ac.id Internet Source	<1%
3	repository.upy.ac.id Internet Source	<1%
4	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1%
5	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	<1%
6	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%
7	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source	<1%
8	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1%