

PENGARUH *FOOD QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, DAN *DINING ATMOSPHERE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA RESTORAN ‘HAKATA IKKOUSHA’ MANYAR SURABAYA

Albertus Andriano Handoko

Jurusan Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika
andriano.albert@gmail.com

Intisari - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari *food quality*, *service quality*, dan *dining atmosphere* terhadap *customer satisfaction* pada speciality restaurant. Penelitian ini menggunakan obyek restoran Jepang Hakata Ikkousha Manyar yang ada di Surabaya.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang artinya diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, responden tersebut pernah berkunjung ke restoran Hakata Ikkousha minimal 1 kali dalam 1 bulan, memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK/ sederajat. Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan *jenis judgement sampling*. Aras pengukuran yang digunakan adalah aras interval. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah ANOVA, *t-test*, dan *multiple regression* dengan bantuan *SPSS 16 for Windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi responden mengenai *food quality*, *service quality*, dan *dining atmosphere* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

Kata Kunci : *Food Quality*, *Service Quality*, *Dining Atmosphere*, *Customer Satisfaction*, *Speciality Restaurant*.

Abstract - *This study aims to identify and analyze the impact of food quality, service quality and customer satisfaction to the dining atmosphere at the specialty restaurant. This study uses an object Hakata Ikkousha Manyar Japanese restaurant in Surabaya.*

The data source used in this study was primarily obtained from respondent using a set of questionnaires. Respondents in this study amounted to 100 people, the respondents who've been going to Hakata Ikkousha at least 1 time in 1 month, and have a minimum educations of high school/vocational/equivalent. The sampling technique is a non-probability sampling with the kind of judgement sampling. Level measurement used are interval level. This study used method ANOVA, t-test, and multiple regression using SPSS 16 for Windows.

The result indicate that the perception of respondent about food quality, service quality, and dining atmosphere has a positive influence toward customer satisfaction.

Key Word : *Food Quality, Service Quality, Dining Atmosphere, Customer Satisfaction, Speciality Restaurant.*

PENDAHULUAN

Jawa Timur adalah sebuah provinsi di bagian timur Pulau Jawa, Indonesia. Ibu kotanya terletak di Surabaya. Jawa Timur memiliki wilayah terluas di antara 6 provinsi di Pulau Jawa, dan memiliki jumlah penduduk terbanyak kedua di Indonesia setelah Jawa Barat. Jawa Timur dikenal sebagai pusat Kawasan Timur Indonesia dan memiliki signifikansi perekonomian yang cukup tinggi. Selain itu, Jawa Timur mempunyai posisi yang strategis di bidang industri karena diapit oleh dua provinsi besar yaitu Jawa Tengah dan Bali, sehingga menjadi pusat pertumbuhan industri maupun perdagangan (pengetahuanlengkap.com).

Industri makanan dan minuman nasional terbukti menjadi salah satu industri dengan pertumbuhan cukup tinggi. Penanaman Modal Asing (PMA) akan mendominasi investasi di industri makanan dan minuman pada tahun 2015, komposisinya diperkirakan 60 persen PMA dan 40 persen berasal dari perusahaan dalam negeri (cnnindonesia.com). Dari sekian banyak pilihan bisnis, usaha restoran paling diminati oleh sebagian banyak orang karena usaha restoran dapat menggaet pelanggan dari semua kalangan dan menjanjikan (infoloka.com). Oleh karena itu, bisnis restoran dapat dijadikan pilihan ketika akan memulai atau membuat suatu bisnis yang menjanjikan.

Semakin banyak bermunculan restoran baru, membuat persaingan di dalam industri restoran menjadi ramai dan tentu saja menjadi lebih sulit untuk bertahan di industri ini. Oleh karena itu, pengusaha industri restoran dituntut untuk kreatif dalam menjalankan bisnisnya agar tidak kalah bersaing dengan pesaing restoran lainnya. Termasuk aspek-aspek seperti *food quality*, *service quality* dan *dining atmosphere* yang dapat memberikan kontribusi dalam keberhasilan dan umur panjang dari restoran (Choy, Lam dan Lee 2012:11).

Saat ini terdapat jenis – jenis restoran orisinal yang berkembang, yaitu *family conventional*, *fast food*, *speciality restaurants*, *cafeteria*, *coffee shop*, *gourmet*, *ethnic*, *snack bar*, *buffet*, *drive in / drive thru or parking* (<http://repository.ipb.ac.id/>). *Speciality restaurant* (restoran khusus) sendiri merupakan industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan menyediakan makanan khas dari suatu negara (repository.usu.ac.id).

Salah satu bisnis kuliner yang berkembang pada saat ini adalah ramen. Ramen berasal dari negeri matahari terbit atau Jepang. Banyaknya pertumbuhan kedai-kedai ramen atau restoran ramen diawali dengan masuknya film-film atau drama Asia, khususnya drama-drama asal Jepang (atau sering disebut “*dorama*”) dan drama Korea ke Indonesia. Dalam drama-dramanya telah menarik minat para penonton untuk mengikuti *lifestyle* mereka, yaitu memakan ramen. Mie ramen sendiri adalah mie khas Jepang yang diolah dengan bahan dan adonan yang berbeda dari masakan mie pada umumnya. Mie ramen ini biasanya disajikan dengan kuah pedas atau gurih khas kuah Jepang.

Jika dilihat dari fenomena yang terjadi saat ini telah mampu mengubah perilaku konsumen yang awalnya hanya mengkonsumsi nasi dan lauk pauk asal negaranya saja, sekarang masyarakat Indonesia mulai mengenal dan tertarik untuk mengkonsumsi ramen. Kebutuhan akan *lifestyle* tersebut menjadi tren dan peluang bisnis bagi perusahaan-perusahaan di bidang kuliner (repository.upi.edu). Salah satu restoran ramen yang ada di Surabaya yaitu Hakata Ikkousha.

Beberapa strategi yang dilakukan oleh restoran yaitu *unique selling point* untuk meningkatkan penjualan. Hal tersebut perlu adanya peningkatan pada *food quality*, *service quality*, dan *dining atmosphere* yang cukup berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Seperti yang dilakukan oleh Hakata Ikkousha yang merupakan restoran ramen khas Jepang yang berada di Indonesia, dan tetap menciptakan budaya Jepang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kausal. Penelitian kausal adalah penelitian yang meneliti hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih, karena penelitian ini untuk mengetahui persepsi pelanggan mengenai *food quality*, *service quality* dan *dining atmosphere* yang mempengaruhi *customer satisfaction* pada Hakata Ikkousha di Manyar Surabaya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner tersebut disebar pada responden sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan dan karakteristik yang ditentukan. Sumber data dalam penelitian ini adalah responden yang pernah makan di Hakata Ikkousha Manyar Surabaya. Penyebaran kuesioner pada responden bersifat tertutup (*close ended question*) yaitu responden dibatasi dengan tersedianya alternatif jawaban atas pertanyaan yang dibuat. Sedangkan skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*, 1 untuk sangat tidak setuju dan 7 untuk sangat setuju.

Target populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang berdomisili di Surabaya dan pernah berkunjung untuk menikmati atau memesan makanan dan minuman di Hakata Ikkousha minimal 1 kali dalam 1 bulan, dengan pertimbangan bahwa responden tersebut sudah mengetahui Hakata Ikkousha secara langsung. Memiliki pendidikan terakhir minimal SMA/SMK/ sederajat dengan asumsi

responden mampu untuk memahami dan memberikan jawaban atas pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dengan obyektif mengenai *food quality*, *service quality*, *dining atmosphere* dan *customer satisfaction*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota dari populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel atau subjek penelitian. Jenis pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *judgement sampling* yang merupakan pengambilan sampel dari suatu populasi berdasarkan kriteria berupa suatu pertimbangan tertentu. Besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Jumlah ini mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh Hair *et al.* (2010:102) yang menyatakan “*The research generally would not factor analyze a sample of fewer than 50 observation, and preferably the sample size should be 100 or larger*” yang artinya bahwa sebuah penelitian pada umumnya tidak akan menganalisa faktor sampel yang kurang dari 50 pengamatan, dan sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, mean, standard deviation, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji asumsi klasik. Hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut :

H1: Diduga *food quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

H2: Diduga *service quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

H3: Diduga *dining atmosphere* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

H4: Diduga *food quality*, *service quality*, dan *dining atmosphere* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembagian kuesioner dilakukan untuk melakukan uji validitas dan uji realibilitas dengan cara menyebar kuesioner sebanyak 30 kuesioner. Pembagian kuesioner tersebut dilakukan terhadap pengunjung yang pernah menikmati makanan dan minuman di Hakata Ikkousha Manyar Surabaya minimal 1 kali dalam 1 bulan..

1. UJI VALIDITAS

Uji validitas adalah seberapa cermat dan tepat suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian untuk melakukan fungsi ukurnya. Kuesioner yang dinyatakan valid akan menunjukkan bahwa setiap pernyataan-pernyataan yang terdapat didalam penelitian sudah mewakili variabel penelitian yang dilakukan.

Tabel 1
Uji Validitas

Items		r <i>Pearson</i>	Signifikansi	Keterangan
<i>Dining Atmosphere (X1)</i>				
X1	Interior/bangunan restoran Hakata Ikkousha membuat saya merasakan budaya Jepang.	0.820	0.000	Valid
X2	Musik Jepang di restoran Hakata Ikkousha menghibur saya.	0.740	0.000	Valid
X3	Suasana restoran Hakata Ikkousha nyaman.	0.681	0.000	Valid
X4	Tata letak di restoran Hakata Ikkousha menyenangkan bagi saya.	0.435	0.016	Valid
X5	Fasilitas di restoran Hakata Ikkousha unik bagi saya.	0.778	0.000	Valid
<i>Food Quality (X2)</i>				
X1	Saya menyukai masakan restoran Hakata Ikkousha	0.749	0.000	Valid
X2	Porsi masakan restoran Hakata Ikkousha membuat saya kenyang.	0.722	0.000	Valid
X3	Saya menyukai ragam pilihan makanan di restoran Hakata Ikkousha .	0.727	0.000	Valid
X4	Saya suka adanya pilihan makanan sehat di restoran Hakata Ikkousha .	0.827	0.000	Valid
<i>Service Quality (X3)</i>				
X1	Restoran Hakata Ikkousha menyajikan makanan sesuai pesanan.	0.732	0.000	Valid
X2	Restoran Hakata Ikkousha memberikan layanan yang tepat.	0.629	0.000	Valid
X3	Restoran Hakata Ikkousha memberikan layanan yang cepat.	0.745	0.000	Valid
X4	Karyawan restoran Hakata Ikkousha menjawab pertanyaan saya dengan baik.	0.668	0.000	Valid
<i>Customer Satisfaction (Y1)</i>				

Y1	Saya senang dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha.	0.748	0.000	Valid
Y2	Saya puas dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha.	0.842	0.000	Valid
Y3	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha.	0.786	0.000	Valid

Sumber: Data Diolah (2015)

Tabel 1 adalah hasil dari pengujian validitas terhadap pernyataan di kuesioner mengenai seluruh indikator diketahui bahwa setiap item pertanyaan menghasilkan nilai korelasi *pearson* (r *Pearson*) di atas 0.4 dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 ($\alpha=5\%$), dengan demikian dapat dikatakan bahwa item pertanyaan dalam kuisisioner ini dapat dinyatakan valid.

2. UJI REALIBILITAS

Reliabilitas menunjukkan kehandalan kuisisioner. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai *cronbach's alpha*. Jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0.6, maka kuesioner dinyatakan reliabel. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas pada kuesioner dalam penelitian ini dengan menggunakan data 30 responden, dengan bantuan *SPSS 16 for Windows*.

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Dining Atmosphere</i>	0.727	Reliabel
<i>Food Quality</i>	0.750	Reliabel
<i>Service Quality</i>	0.618	Reliabel
<i>Customer Satisfaction</i>	0.695	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2015)

3. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan dapat diketahui bahwa responden yang pernah menikmati makanan dan minuman di Hakata Ikkousha berdomisili di Surabaya dan lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan daripada laki-laki (51%). Dari segi usia sebagian besar responden berada di rentang usia 28-36 tahun (43%). Jika dilihat dari pendidikan terakhirnya, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir S1 (56%) dan berdasarkan jenis pekerjaan sebagian besar responden berprofesi sebagai pegawai swasta (39%).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah menikmati makanan dan minuman di Hakata Ikkousha, berdomisili di Surabaya, berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia antara 28-36 tahun, pendidikan terakhir S1, berprofesi sebagai pegawai swasta.

4. DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN

Tabel 3
Deskripsi Variabel *Dining Atmosphere*

Item		Rata-rata	Std. Deviasi
X1.1	Interior/bangunan restoran Hakata Ikkousha membuat saya merasakan budaya Jepang.	4.86	1.073
X1.2	Musik Jepang di restoran Hakata Ikkousha menghibur saya.	4.72	1.326
X1.3	Suasana restoran Hakata Ikkousha nyaman.	4.53	1.374
X1.4	Tata letak di restoran Hakata Ikkousha menyenangkan bagi saya.	4.50	1.219
X1.5	Fasilitas di restoran Hakata Ikkousha unik bagi saya.	4.79	1.274
<i>Dining Atmosphere</i>		4.68	

Sumber: Data Diolah (2015)

Pada Tabel 3 menunjukkan nilai rata-rata untuk variabel *dining atmosphere* sebesar 4.68 yang berarti bahwa responden cenderung memiliki persepsi yang baik terhadap penciptaan suasana melalui *interior design, music, mood, layout, dan facilities aesthetics* dari restoran ramen Hakata Ikkousha Surabaya. Pernyataan *dining atmosphere* yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah konsumen merasakan budaya Jepang di restoran Hakata Ikkousha yaitu sebesar 4.86 yang artinya responden setuju bahwa *interior* atau bangunan pada Hakata Ikkousha Surabaya membuat responden merasakan budaya Jepang misalnya *interior* yang ditonjolkan adalah warna merah, putih dan hitam serta desain yang serba kayu yang mirip dengan kedai ramen di Jepang. Sedangkan indikator yang memiliki rata-rata terendah adalah tata letak perabotan pada restoran Hakata Ikkousha yaitu sebesar 4.50, namun nilai tersebut masih di atas nilai netral yaitu 4 yang berarti responden cenderung setuju bahwa tata letak *furnishings* seperti tata letak meja dan kursi yang nyaman dengan bantalan empuk, AC yang berjumlah 13 unit sehingga suhu ruangan sejuk, lampu yang berjumlah 100 buah sehingga penerangan cukup, dan lain-lain yang menyenangkan bagi konsumen di restoran Hakata Ikkousha. Sedangkan untuk standar deviasi dengan

nilai terendah terdapat pada indikator *interior* atau bangunan restoran Hakata Ikkousha membuat konsumen merasakan budaya Jepang yaitu sebesar 1.073 yang berarti bahwa indikator tersebut merupakan tanggapan responden yang paling homogen.

Tabel 4
Deskripsi Variabel *Food Quality*

Item		Rata-rata	Std. Deviasi
X2.1	Saya menyukai masakan restoran Hakata Ikkousha	4.84	1.316
X2.2	Porsi masakan restoran Hakata Ikkousha membuat saya kenyang.	4.65	1.410
X2.3	Saya menyukai ragam pilihan makanan di restoran Hakata Ikkousha .	4.93	1.373
X2.4	Saya suka adanya pilihan makanan sehat di restoran Hakata Ikkousha .	4.85	1.417
<i>Food Quality</i>		4.82	

Sumber: Data Diolah (2015)

Pada Tabel 4 menunjukkan rata-rata untuk variabel *food quality* adalah sebesar 4.82 yang artinya responden cenderung memiliki persepsi yang baik mengenai *taste, food portion, menu variety* dan *healthy food options* dari restoran ramen Hakata Ikkousha Surabaya. Pernyataan tertinggi dari *food quality* yang memiliki rata-rata tertinggi adalah responden yang menyukai ragam pilihan makanan di restoran Hakata Ikkousha yang menyediakan berbagai macam pilihan ramen, tuke men, donmono, curry, hotplate, soup, dll sebesar 4.93. Tidak hanya tersedianya ragam pilihan makanan, peralatan atau bumbu-bumbu tambahan juga disediakan pada setiap meja. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah porsi makanan restoran Hakata Ikkousha membuat konsumen kenyang yaitu sebesar 4.65, namun nilai tersebut masih di atas nilai netral yaitu 4 sehingga dapat dikatakan responden cenderung menyukai dengan porsi makanan di Hakata Ikkousha dikarenakan porsi ramen yang disajikan dapat memenuhi rasa lapar.

Tabel 5
Deskripsi Variabel *Service Quality*

Item		Rata-rata	Std. Deviasi
X3.1	Restoran Hakata Ikkousha menyajikan makanan sesuai pesanan.	5.23	1.196
X3.2	Restoran Hakata Ikkousha memberikan layanan yang tepat.	4.79	1.297
X3.3	Restoran Hakata Ikkousha memberikan layanan yang cepat.	5.25	1.452

X3.4	Karyawan restoran Hakata Ikkousha menjawab pertanyaan saya dengan baik.	4.53	1.540
<i>Service Quality</i>		4.95	

Sumber: Data Diolah (2015)

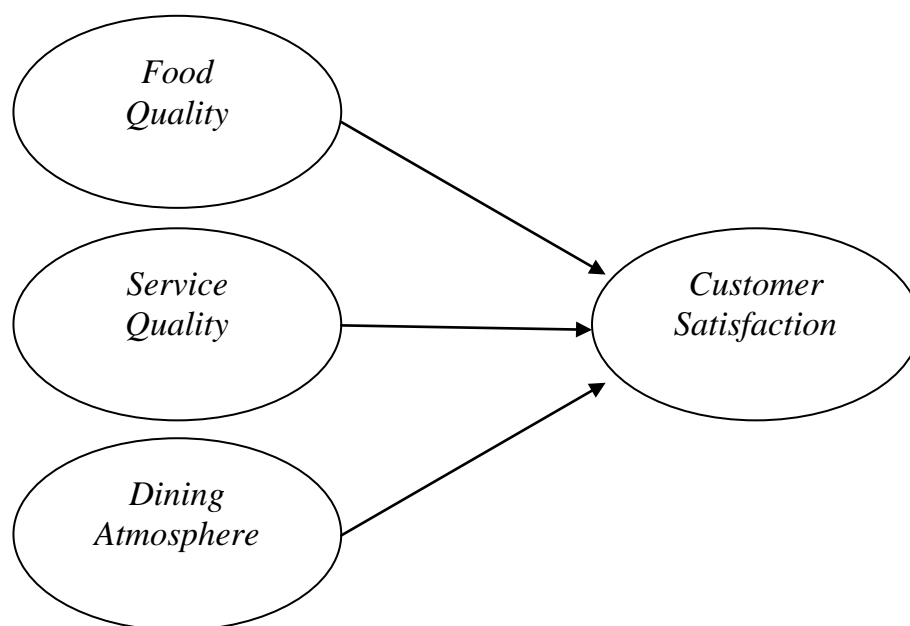
Berdasarkan Tabel 5 di atas menunjukkan rata-rata untuk variabel *service quality* adalah sebesar 4.95 yang artinya responden cenderung memiliki persepsi yang baik terhadap yang diberikan oleh Hakata Ikkousha Surabaya. Pernyataan *service quality* yang memiliki rata-rata tertinggi adalah restoran Hakata Ikkousha memberikan layanan yang cepat yaitu sebesar 5.25 yang artinya responden menyetujui bahwa restoran Hakata Ikkousha memberikan layanan yang cepat sehingga konsumen tidak akan menunggu lama, *waiter* langsung tanggap ketika konsumen datang dan langsung memberikan menu, dalam waktu ± 10 menit makanan dan minuman diantarkan. Sedangkan untuk pernyataan yang memiliki rata-rata terendah adalah karyawan restoran Hakata Ikkousha menjawab pertanyaan konsumen dengan baik yaitu sebesar 4.53, namun nilai tersebut masih di atas nilai netral yaitu 4 sehingga dapat dikatakan bahwa responden cenderung setuju restoran Hakata Ikkousha memiliki karyawan yang dapat menjawab pertanyaan dengan baik, tidak hanya itu setiap *waiter* juga menggunakan *handy talky* yang memudahkan berkomunikasi untuk melayani konsumen antar *waiter* satu dengan *waiter* yang lain tanpa harus bertatap muka langsung. Sedangkan untuk standar deviasi dengan nilai terendah terdapat pada indikator restoran Hakata Ikkousha menyajikan makanan sesuai pesanan yang dipesan oleh konsumen yaitu sebesar 1.196 yang berarti bahwa indikator tersebut merupakan tanggapan responden yang paling homogen.

Tabel 6
Deskripsi Variabel *Customer Satisfaction*

	Item	Rata-rata	Std. Deviasi
Y1.1	Saya senang dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha.	5.08	1.161
Y1.2	Saya puas dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha.	5.24	1.224
Y1.3	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha.	5.42	1.130
<i>Customer Satisfaction</i>		5.25	

Sumber: Data Diolah (2015)

Pada Tabel 6 menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap variabel *customer satisfaction* sebesar 5.25 yang menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha Surabaya. Indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha Surabaya yaitu sebesar 5.42 yang artinya bahwa secara keseluruhan responden merasa sangat puas dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha Surabaya. Sedangkan indikator terendah adalah konsumen merasa senang dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha Surabaya yaitu sebesar 5.08, namun nilai tersebut masih di atas nilai netral yaitu 4 sehingga dapat dikatakan bahwa responden merasa senang dengan pengalaman makannya di restoran Hakata Ikkousha Surabaya. Indikator secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan pengalaman makan di restoran Hakata Ikkousha memiliki nilai standar deviasi terendah yaitu sebesar 1.130, sehingga dapat dikatakan bahwa indikator tersebut merupakan tanggapan responden terhadap variabel *customer satisfaction* yang paling homogen.



Gambar 1
Model Penelitian Pengaruh Food Quality, Service Quality, dan Dining Atmosphere terhadap Customer Satisfaction

Dari hasil pembuktian hipotesis pada Uji F, didapatkan hasil F hitung sebesar 99.442 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang nilainya kurang dari 0.05 ($\alpha=5\%$). Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa *Dining*

atmosphere, *Food quality*, dan *Service quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Customer satisfaction* Hakata Ikkousha Manyar Surabaya. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian oleh Ha dan Jan g (2010: 528), Kim *et al.* (2009: 16) dan Ryu dan Han (2010: 324) yang menyebutkan persepsi konsumen pada *food quality*, *service quality*, dan *dining atmosphere* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap *customer satisfaction*.

RINGKASAN

Penelitian dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan bantuan program *SPSS 16 for Windows*, penjelasannya sebagai berikut :

1. *Food quality* signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada restoran ‘Hakata Ikkousha’ Manyar Surabaya.
2. *Service quality* signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada restoran ‘Hakata Ikkousha’ Manyar Surabaya.
3. *Dining atmosphere* signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada restoran ‘Hakata Ikkousha’ Manyar Surabaya.
4. *Food quality*, *service quality*, dan *dining atmosphere* signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* pada restoran ‘Hakata Ikkousha’ Manyar Surabaya.

REKOMENDASI

Adapun rekomendasi yang ditujukan kepada restoran Hakata Ikkousha Surabaya, selain itu rekomendasi juga ditujukan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan penelitian ini. Rekomendasi yang diajukan adalah :

1. Rekomendasi Bagi Restoran Hakata Ikkousha Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian pada bab IV, diketahui bahwa variabel *dining atmosphere* memiliki nilai terendah dibanding variabel lainnya. Dari 5 pernyataan pada variabel *dining atmosphere*, pernyataan yang memiliki nilai terendah yaitu tata letak perabotan yang ada di restoran Hakata Ikkousha. Oleh karena itu pihak restoran Hakata Ikkousha harus lebih memperhatikan tata letak gambar, meja kasir ataupun meja kursi untuk konsumen yang bisa meningkatkan daya tarik konsumen sehingga konsumen merasa puas.

Untuk variabel *food quality* mendapatkan nilai lebih tinggi dibandingkan variabel lainnya, pernyataan yang mendapat rata-rata tertinggi adalah konsumen menyukai ragam pilihan makanan di restoran Hakata Ikkousha, sehingga pihak dari restoran Hakata Ikkousha terus mempertahankan keberagaman pilihan makanan dengan cara menambah 1 jenis ramen rasa baru pada waktu tertentu atau ramen dengan pilihan

topping yang dapat disesuaikan sendiri oleh konsumen agar konsumen tidak merasa bosan dengan menu-menu yang sudah ada dan juga memberikan kesan positif pada menu-menu yang ditawarkan oleh Hakata Ikkousha.

Dari hasil penelitian pada bab sebelumnya, didapatkan hasil bahwa *food quality*, *service quality*, dan *dining atmosphere* berpengaruh simultan terhadap *customer satisfaction*. Sehingga disimpulkan bahwa Hakata Ikkousha yang ada di Manyar-Surabaya dapat memuaskan konsumen melalui makanan yang berkualitas, layanan yang cepat dan tepat, dan juga desain interior ruangan yang membuat konsumen nyaman ketika makan.

2. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan model penelitian yang kompleks, yang jumlah sampelnya hanya sebanyak 100 responden saja. Selanjutnya, untuk penelitian yang memiliki tingkat kompleksitas tinggi dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih baik, misalnya untuk restoran yang memiliki ciri khas suatu negara yang berada di Indonesia dan semua cabang yang ada dijadikan sebagai obyek penelitian, apakah setiap cabang memiliki standarisasi yang sama mengenai *food quality* dan *service quality* yang bisa berdampak pada *customer satisfaction* dan *customer loyalty*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adya, Atep.2003.*Dasar-Dasar Pelayanan Prima*.Jakarta:PT Elex Media Komputiindo
- Atmodjo M, 2005, *Restoran dan Segala Permasalahannya*, Yogyakarta, Andi.
- Countryman, C.C. & Jang, S. 2006. 'The effects of atmospheric elements on customer impression: the case of hotel lobbies', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(7): 534–545.
- Cox, Roger and Paul Brittain.2000.*Retail Management, Pearson Proffesional*, Fourth Edition, Great Brittain.
- Enns, Philip G. (1985). *Business statistics: methods and applications (irwin series in quantitative analysis for business)*. USA: Better Worls Books
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP. UNDIP.
- Ha, J. & Jang, S. 2010. 'Effects of service quality and food quality: the moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment', *International Journal of Hospitality Management*, 29(4): 520–529.

- Ha, J. & Jang, S. 2012. *'The effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception'*, *Journal of Services Marketing*, 26(3): 204–215.
- Heung, V.C.S. & Gu, T. 2012. *'Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions'*, *International Journal of Hospitality Management*, 31(4): 1167–1177.
- Irawan, Handi.2002.*10 Kepuasan Pelanggan*.Jakarta :PT Elex Media Komputindo
- Ivancevich et al.2006.*Perilaku dan Manajemen Organisasi*.Jakarta:Penerbit Erlangga
- Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Cetakan pertama. Yogyakarta. BPFE.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *“Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Principles of Marketing 7e”*, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2007, *Marketing An Introduction*, Eighth Edition, Upper Saddle River, Pearson Education.
- Kotler, P. dan K. L. Keller, 2006, *Marketing Management*, 12th Edition, Upper Saddle River, Pearson Education.
- Kotler, P. dan K. Keller, 2012, *Marketing Management*, Fourteenth Edition, Pearson Education Ltd.
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2013, *Principles of Marketing*, Fourteenth Edition, Pearson Education Ltd.
- Kisang Ryu, 2005, *“Dinescape, Emotions and Behavioral Intention In Upscale Restaurant”*, KANSAS STATE UNIVERSITY Manhattan, Kansas.
- Kumar, I., Garg, R. & Rahman, Z. 2010. *'Influence of retail atmospherics on customer value in an emerging market'*, *Great Lakes Herald*, 4(1): 1–13.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

- Levy, M. & Weitz, B.A. 2012. *Retailing management*. (8th edition). New York: McGraw-Hill.
- Lovelock, C. dan L.K. Wright, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, PT Indeks.
- Namkung, Y., Jang, S., 2007. *Does food quality really matter in restaurant: its impact of customer satisfaction and behavioral intentions?* *Journal of Hospitality and Tourism Research* 31 (3), 387–410
- Namkung, Y. & Jang, S.S. 2008. 'Are highly satisfied restaurant customers really different? A quality perception perspective', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2): 142–155.
- Niedert, Kathleen and Becky Dorner.2004.*Nutrition Care of the Older Adult*.USA:American Dietetic Association
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. 1988. 'SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality', *Journal of Retailing*, 64(1): 12–40.
- Purwanto, D. (2007). *Korespondensi Bisnis Modern*. Jakarta: ESENSI.
- Ryu, K., Lee, H. & Kim, W.G. 2012. 'The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2): 200–223.
- Santoso, S. (2002). *Buku latihan SPSS statistika parametik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sahari, Basir, dan Jangga, 2012, *Factor of Food Dimension Affecting Customer Satisfaction In Family Restaurant*, University Teknologi Mara, 3rd *INTERNATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND ECONOMIC RESEARCH*.
- Sekaran. U. dan R. Bougie, 2010, *Research Methods for Business*, Fifth Edition, A John Wiley and Sons Ltd.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. 2010. *Consumer behavior*. (10th edition). Boston: Pearson.

Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
Soekresno.2001.*Manajemen Food Beverage Service Hotel*.Jakarta:PT Gramedia
Pustaka Utama.

Subroto, Djoko.(2003). *Food & Beverage and Table Setting*.Jakarta:PT Gramedia
Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:
Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta

Sulek & Hensley.(2004).*The Relative Importance of Food, Atmosphere and
Fairness of Wait*.Cornell University.Volume 45 Issue 3

Syugian,Syahu.2006.*Kamus Manajemen Mutu*.Jakarta:PT Gramedia Pustaka
Zeithaml, V.A. 1988. 'Consumer perceptions of price, quality, and value: a
means-end model and synthesis of evidence', *Journal of Marketing*, 52(3):
2-22.

<http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=114> (diunduh 10 Oktober 2015)

http://kanalsatu.com/id/post/32002/2015__apkrindo_jatim_optimis_pertumbuhan_restoran_sampai_15_berita (diunduh 23 September 2015)

<http://surabayakota.bps.go.id/webbeta/frontend/index.php/Brs> (diunduh 10 Oktober 2015)

<http://www.antaraneews.com/berita/391811/restoran-bukan-sekedar-tempat-makan>
(diunduh 18 November 2015)

<http://www2.jawapos.com/baca/artikel/20470/Bisnis-Kuliner-Bergairah-Semester-II>
(diunduh 22 November 2015)

https://books.google.co.id/books?id=sMpO3vaKzZgC&pg=PA95&lpg=PA95&dq=kotler+The+recognition+that+people,+in+their+purchase+decision-making,+respond+to+more+than+simply+the+tangible+product+or+service+being+offered&source=bl&ots=1ux7M6_ENh&sig=teGq_GJV7EHV-aOgwCoLpjQ9eCQ&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiZ0aatw63JAhULW44KHUIC64Q6AEIITAB#v=onepage&q=kotler%20The%20recognition%20that%20people%2C%20in%20their%20purchase%20decision-making%2C%20respond%20to%20more%20than%20simply%20the%20tangible%20product%20or%20service%20being%20offered&f=false (diunduh 26 November 2015)

https://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwickK_z0K3JAhUCwI4KHexaBd8QFghLMAc&url=http%3A%2F%2Fjournal.ubaya.ac.id%2Findex.php%2Fjimius%2Farticle%2Fdownload%2F1073%2F1039&usg=AFQjCNHrxgg67GkzBZYdvkR-kNPvtbr5xw&sig2=u019DIpqMcAzsRuEGuJzPw&bvm=bv.108194040,d.c2E
(diunduh 26 November 2015)

http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/2742/4/T1_462007046_BAB%20III.pdf (diunduh 26 November 2015)

<http://www.orangbiasaji.net/2012/12/wisata-kuliner-gaya-hidup-kaum-urban.html>
(diunduh 7 Desember 2015)

<http://www.pengetahuanlengkap.com/2015/01/jawa-timur.html?m=0> (diunduh 20 Desember 2015)

<http://ikkousha.co.id> (diunduh 20 Desember 2015)

<http://kuliner.panduanwisata.id/indonesia/kedai-ramen-hakata-ikkousha-kedai-ramen-asli-jepang/> (diunduh 20 Desember 2015)

<http://hersays.com> (diunduh pada 20 Desember 2015)

<http://id.openrice.com/jakarta/review/hakata-ikkousha-gubeng/142673> (diunduh 20 Desember 2015)

http://www.tripadvisor.com/ShowUserReviews-g297715-d3888199-r155951432-Hakata_Ikkousha_Ramen-Surabaya_East_Java_Java.html#REVIEWS (diunduh pada 12 Januari 2016)