

# ANALISA PENGARUH KUALITAS MAKANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI YOSHINOYA GALAXY MALL SURABAYA

Willy Wijaya

e-mail: [wwijaya13@gmail.com](mailto:wwijaya13@gmail.com)

Program Manajemen Perhotelan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya, Indonesia

**Abstrak** : Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan melalui variabel *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal dan bersifat kuantitatif, dengan menggunakan teknik analisa deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel kualitas makanan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan *presentation* adalah faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

**Kata Kunci** : Kualitas Makanan, Kepuasan Konsumen

**Abstract** : This research was conducted to analyze the influence of food quality through 4 variables which were *freshness*, *presentation*, *well cooked*, and *variety of food* on customer satisfaction at Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. This type of research is a causal research and quantitative, by using descriptive analysis techniques and multiple linear regression. The result showed that partially and simultaneously 4 variables of food quality had a positive and significant effect on customer satisfaction. While *presentation* was the most dominant factor that influence customer satisfaction.

**Keywords** : Food Quality, Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Budaya makan masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah perkotaan sudah mengalami pergeseran. Gaya hidup masyarakat modern yang serba praktis dan meningkatnya permintaan masyarakat akan jasa kuliner memicu tumbuhnya industri restoran cepat saji (*fast food restaurant*). Di era global saat ini semakin banyak dijumpai *outlet/gerai* restoran cepat saji baik lokal maupun dari luar negeri (*franchise*).

Seiring dengan meningkatnya jumlah restoran cepat saji yang ada di Indonesia, tingkat persaingan dalam usaha sejenis juga semakin meningkat. Akibat dari banyaknya restoran yang bermunculan membuat konsumen semakin selektif dalam memilih restoran. Kelangsungan perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan untuk dapat menguasai pasar yang ada serta pemenuhan harapan konsumen akan produk yang bermutu dengan harga yang realistis.

Dalam jurnal penelitian Soriano (2002) mengemukakan bahwa *quality of food* (kualitas makanan) dan *quality of service* (kualitas layanan) merupakan

atribut-atribut utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas makanan secara umum sudah diterima sebagai salah satu elemen yang mendasar dari keseluruhan pengalaman konsumen di restoran. Kualitas makanan adalah semua ketentuan yang telah ditetapkan berhubungan dengan karakteristik kualitas makanan yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen (Alli, 2004). Qin *et al.* (2009), menyatakan kualitas produk pada bidang *food and beverage* memiliki 4 dimensi, yaitu *freshness* (kesegaran makanan), *presentation* (penyajian makanan), *well cooked* (makanan yang dimasak dengan baik/tepat), dan *variety of food* (keanekaragaman makanan). Apabila kualitas makanan yang diberikan bagus akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak restoran akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi pelanggan akan mendapatkan kepuasan yang diharapkan. Dengan demikian kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran (Namkung dan Jang, 2007, p.387).

*Fast food restaurant* adalah restoran yang menyediakan makanan dalam waktu cepat dan siap untuk disantap konsumen, seperti *fried chicken*, *hamburger* atau *pizza*. Mudah-mudahan memperoleh makanan siap saji di pasaran memang memudahkan tersedianya variasi pangan sesuai selera dan daya beli konsumen. Selain itu, pengolahan dan penyiapan makanan yang lebih mudah dan cepat sangat cocok bagi konsumen yang selalu sibuk (Sulistijani, 2002). Makanan yang ditawarkan oleh *fast food restaurant*, seperti *fried chicken* dan *french fries* umumnya merupakan makanan “*junk food*” yang memiliki sedikit kandungan nutrisi/nirnutrisi dan mengandung jumlah lemak yang besar sehingga tidak baik bagi kesehatan.

Salah satu restoran cepat saji yang sedang digemari dan menjadi favorit masyarakat Surabaya saat ini adalah restoran Yoshinoya, yang merupakan *fast food restaurant* khas Jepang yang menawarkan berbagai aneka macam makanan khas Jepang, seperti *beef bowl* (*gyudon*), *teriyaki chicken bowl*, *shrimp bowl*, dan *curry rice* serta beberapa menu *side dish* khas Jepang lainnya. Dengan mengadaptasi konsep penyajian yang cepat, Yoshinoya berbeda dengan restoran cepat saji lainnya karena Yoshinoya memiliki standar mutu yang tinggi, mulai dari pemilihan bahan hingga pengolahan pun diperhatikan dengan baik agar rasa makanan yang ditawarkan tetap terjaga kualitasnya. Untuk menjaga kualitas rasa dan kesegaran makanan yang ditawarkan, semua *gyudon* (*beef bowl*) yang disajikan oleh Yoshinoya, dibuat atau dimasak setelah dipesan. Selain dari bahan yang digunakan, hal lain yang membuat *gyudon* (*beef bowl*) buatan Yoshinoya begitu nikmat adalah resepnya yang sudah berumur lebih dari 100 tahun yang sudah diwariskan turun temurun, sehingga rasanya yang begitu gurih dan penuh cita rasa membuat banyak konsumen gemar untuk menikmati kuliner satu ini. Dan yang terpenting semua produknya ditawarkan dengan harga yang terjangkau.

### **Rumusan Masalah**

1. Apakah *freshness* (kesegaran makanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya?
2. Apakah *presentation* (penyajian makanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya?

3. Apakah *well cooked* (makanan yang dimasak dengan baik/tepat) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya?
4. Apakah *variety of food* (keanekaragaman makanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya?
5. Apakah variabel *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya?
6. Dari keempat variabel kualitas makanan, apakah variabel *presentation* (penyajian makanan) memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya?

## TEORI PENUNJANG

### Kualitas Makanan

Menurut Ryu dan Han (2010), kualitas makanan adalah atribut yang paling penting dari keseluruhan kualitas layanan dan memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Qin *et al.* (2009) menyatakan kualitas produk pada bidang *food and beverage* memiliki 4 dimensi yang bersumber dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Johns dan Howard (1998) dan Kivela *et al.* (1999), yaitu:

1. *Freshness*

Kesegaran makanan biasanya diartikan sebagai pernyataan segar dari makanan yang dihubungkan dengan dengan tekstur, rasa, dan aroma dari makanan.

2. *Presentation*

Penyajian makanan merupakan suatu cara untuk menyuguhkan makanan kepada konsumen untuk disantap secara keseluruhan yang berisikan komposisi yang telah diatur dan disesuaikan dengan permainan warna yang di susun secara menarik agar dapat menambah nafsu makan.

3. *Well cooked*

Makanan yang akan dihidangkan atau disajikan kepada konsumen hendaknya dimasak atau diolah terlebih dahulu dengan baik dan higienis sehingga aman untuk dikonsumsi oleh konsumen atau pelanggan.

4. *Variety of Food*

Keanekaragaman makanan pada restoran menggambarkan jumlah menu *item* yang berbeda yang ditawarkan oleh restoran kepada pelanggan atau konsumen.

### Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” yang mempunyai arti cukup baik, memadai dan “*facio*” yang mempunyai arti melakukan atau membuat. Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa kepuasan mempunyai arti sebagai upaya akan pemenuhan sesuatu. Kepuasan konsumen menurut Zeithaml (2006, p.2) secara garis besar antara lain:

1. *Fulfillment*

Secara harafiah “*fulfillment*” dapat diterjemahkan sebagai kepuasan, kelegaan, ketercapaian, pemenuhan atau kelengkapan dalam segala bidang atau karya.

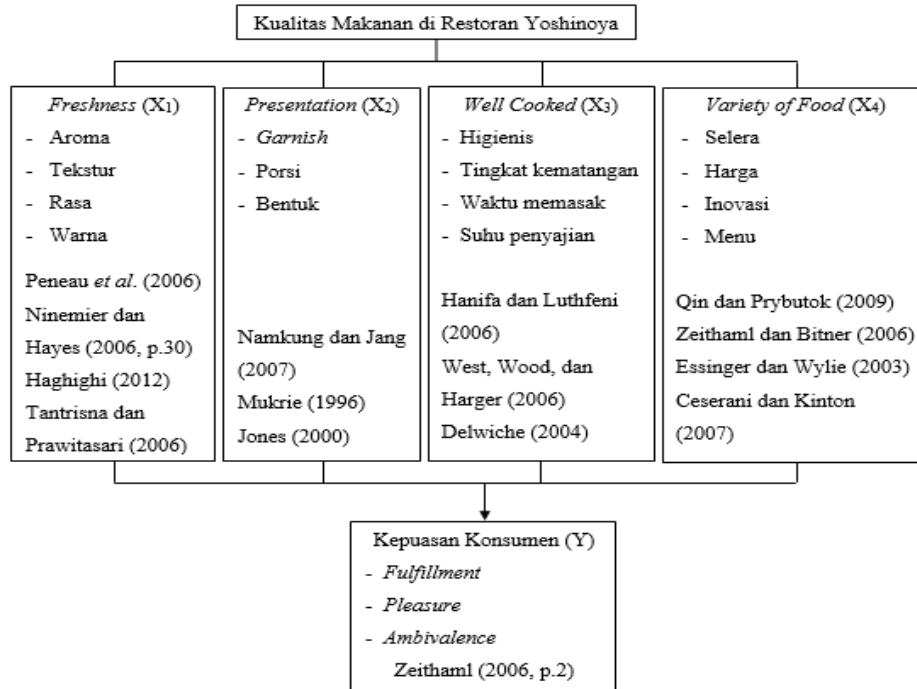
## 2. *Pleasure*

Istilah “*pleasure*” mengacu pada tingkat dimana individu merasakan kesenangan, penuh kegembiraan, bahagia yang berkaitan dengan situasi tersebut.

## 3. *Ambivalence*

Dalam pengertian psikologi, “*ambivalence*” merupakan keadaan perasaan, pikiran seseorang yang saling bertentangan terhadap suatu hal yang terjadi pada waktu yang bersamaan.

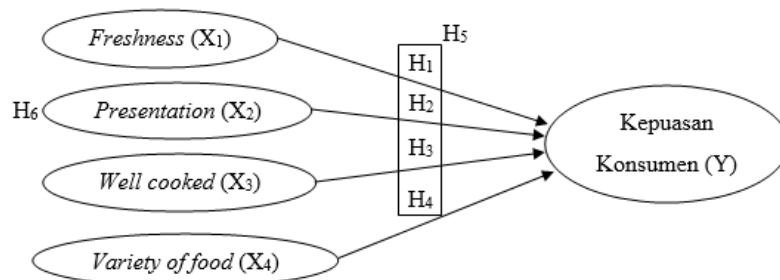
### Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Banyak penelitian yang menyatakan bahwa kesegaran, penampilan, dan keanekaragaman makanan, serta makanan yang dimasak dengan baik/tepat mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, penulis ingin meneliti lebih lanjut apakah kesegaran, penampilan, dan keanekaragaman makanan, serta makanan yang dimasak dengan baik/tepat mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.

### Model Penelitian



Gambar 2. Model Penelitian

Gambar di atas merupakan metode analisis pada penelitian ini. Variabel yang digunakan adalah variabel kualitas makanan (X) sebagai variabel independen yang terdiri atas *freshness* (X<sub>1</sub>), *presentation* (X<sub>2</sub>), *well cooked* (X<sub>3</sub>), dan *variety of food* (X<sub>4</sub>). Sedangkan variabel kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel dependen yang akan diteliti.

### **Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran dan model penelitian yang tertera sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: *Freshness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
- H<sub>2</sub>: *Presentation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
- H<sub>3</sub>: *Well cooked* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
- H<sub>4</sub>: *Variety of food* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
- H<sub>5</sub>: *Freshness, presentation, well cooked, dan variety of food* secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
- H<sub>6</sub>: *Presentation* merupakan pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah *causal research* dan bersifat kuantitatif. Dikatakan *causal research* karena penelitian ini bertujuan mendapatkan bukti-bukti hubungan sebab-akibat atau pengaruh dari variabel-variabel penelitian. Bersifat kuantitatif, karena penelitian ini menganalisis data penelitian berbentuk angka-angka (*numeric*) kuantitatif (Malhotra, 2005). Dalam hal ini yaitu, pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen atau pelanggan restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya yang tidak diketahui jumlah pastinya. Jumlah sampel penelitian ditetapkan sebanyak 100 orang dengan asumsi dapat mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Karakteristik dari sampel yang digunakan adalah konsumen pria dan wanita, berusia minimal 18 tahun dengan asumsi sudah dewasa, dan pernah mengonsumsi makanan di restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya minimal 2 kali dalam setahun terakhir (Mei 2016 – Mei 2017).

### **Definisi Operasional Variabel**

Dalam upaya menghindari terjadinya perbedaan pandangan dalam mendefinisikan dan memberi pengertian pada variabel-variabel penelitian yang

akan diteliti. Maka peneliti merumuskan definisi operasional masing-masing variabel sebagai berikut:

#### 1. Kualitas Makanan

Kualitas tidak hanya terdapat dalam produk barang atau jasa saja, tetapi juga termasuk dalam produk makanan seperti halnya dalam restoran. Indikator kualitas makanan yang digunakan adalah:

##### 1. *Freshness*

- Aroma dari makanan yang disajikan sedap, dapat menggugah selera makan konsumen.
- Warna pada makanan yang disajikan terlihat segar/tidak pucat, serasi, dan menarik perhatian konsumen.
- Rasa dari makanan yang disajikan terasa *juicy*, tidak kering, dan penuh cita rasa atau lezat.
- Tekstur dari makanan yang disajikan terasa *crispy*/renyah, dan terasa empuk/lunak (tidak keras).

##### 2. *Presentation*

- Garnish pada makanan yang disajikan sesuai/padu dengan rasa hidangan yang disajikan dan terlihat menarik.
- Porsi dari makanan yang disajikan sesuai dengan standar porsi seperti yang dipresentasikan di menu.
- Bentuk dari makanan yang disajikan terlihat unik dan menarik.

##### 3. *Well cooked*

- Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus dalam keadaan bersih (higienis), tidak ada benda asing yang berbahaya seperti rambut, serangga, dan lain-lain.
- Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus dimasak hingga matang sempurna tapi tidak sampai *overcook* (gosong).
- Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus dimasak dalam waktu yang tepat sehingga bumbu dapat meresap ke dalam makanan.
- Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus disajikan dengan suhu yang tepat guna mempertahankan cita rasa dan aroma dari makanan.

##### 4. *Variety of food*

- Terdapat varian makanan yang sesuai dengan selera konsumen.
- Terdapat varian makanan dengan varian harga yang terjangkau.
- Terdapat varian makanan dengan inovasi yang kreatif dan menarik perhatian konsumen.
- Terdapat varian makanan dengan pilihan menu yang banyak/beragam dan menarik perhatian konsumen.

#### 2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang mengacu pada teori Zeithaml (2006, p.2), yaitu:

##### 1. *Fulfillment*, yaitu kebutuhan dasar konsumen dapat terpenuhi.

- Konsumen merasa puas dengan keanekaragaman makanan yang ditawarkan oleh restoran Yoshinoya.
- Konsumen merasa puas dengan hasil akhir dari makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya karena telah dimasak dengan baik/tepat.

2. *Pleasure*, yaitu perasaan senang yang dialami oleh konsumen.
  - Konsumen merasa senang dengan penampilan dari makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya.
  - Konsumen merasa senang dengan kesegaran dari rasa makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya.
3. *Ambivalence*, yaitu perbandingan antara kenyataan dengan harapan konsumen.
  - Secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya karena sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan konsumen.

### **Teknik Pengumpulan dan Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode survei dalam pengumpulan data, dengan menggunakan kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dimana telah disediakan alternatif jawaban sehingga responden hanya perlu memberi tanda pada jawaban yang dipilih.

### **Analisa Regresi Berganda**

Dalam penelitian ini, analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas yaitu *freshness*, *presentation*, *well cooked*, *variety of food* dengan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. Uji Normalitas
2. Uji Linieritas
3. Uji Multikolinieritas

### **Uji Hipotesis**

Uji hipotesis dilakukan dengan uji F dan uji t. Uji F digunakan untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh kualitas makanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Uji t digunakan untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh kualitas makanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

### **Koefisien Determinasi Parsial**

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui salah satu dari variabel kualitas makanan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung parsial yang paling besar dan Sig. yang paling kecil (Malhotra, 2005).

## **ANALISA DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Profil Responden**

Responden pada penelitian ini adalah konsumen Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Dari hasil deskripsi profil responden diketahui bahwa mayoritas responden adalah konsumen dengan jenis kelamin pria. Dilihat dari segi usia, mayoritas responden berusia antara 18 -

25 tahun. Sedangkan dari segi profesi atau pekerjaan, responden dengan profesi sebagai pegawai merupakan konsumen mayoritas. Dan dari segi frekuensi kunjungan atau makan di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya dalam setahun terakhir (Mei 2016 – Mei 2017), mayoritas responden makan sebanyak 3 kali dalam setahun terakhir (Mei 2016 – Mei 2017).

### Deskripsi Jawaban Responden Kualitas Makanan

Tabel 1. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Makanan

Dimensi	Indikator	Mean	Kategori
<i>Freshness</i>	Aroma dari makanan yang disajikan sedap, dapat menggugah selera makan konsumen.	3.91	Puas
	Warna pada makanan yang disajikan terlihat segar/tidak pucat, serasi, dan menarik perhatian konsumen.	3.92	Puas
	Rasa dari makanan yang disajikan terasa <i>juicy</i> , tidak kering, dan penuh cita rasa atau lezat.	4.51	Sangat Puas
	Tekstur dari makanan yang disajikan terasa <i>crispy</i> /renyah, dan terasa empuk/lunak (tidak keras).	4.31	Sangat Puas
<i>Presentation</i>	Garnish pada hidangan sudah sesuai/padu dengan rasa hidangan yang disajikan dan terlihat menarik.	3.99	Puas
	Porsi dari makanan yang disajikan sesuai dengan standar porsi seperti yang dipresentasikan di menu.	3.88	Puas
	Bentuk dari makanan terlihat unik dan menarik.	4.08	Puas
<i>Well cooked</i>	Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus dalam keadaan bersih (higienis), tidak ada benda asing yang berbahaya seperti rambut, serangga, dan lain-lain.	4.64	Sangat Puas
	Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus dimasak hingga matang sempurna guna mematikan bakteri, tapi tidak sampai <i>overcook</i> (gosong).	4.64	Sangat Puas
	Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus dimasak dalam waktu yang tepat sehingga bumbu dapat meresap dan tekstur makanan menjadi empuk.	4.39	Sangat Puas
	Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus disajikan dengan suhu yang tepat guna mempertahankan cita rasa dan aroma dari makanan.	4.35	Sangat Puas
<i>Variety of Food</i>	Terdapat varian makanan yang sesuai dengan selera konsumen.	4.19	Puas
	Terdapat varian makanan dengan varian harga yang terjangkau.	3.66	Puas
	Terdapat varian makanan dengan inovasi yang kreatif dan menarik perhatian konsumen.	3.94	Puas
	Terdapat varian makanan dengan pilihan menu yang banyak/beragam dan menarik perhatian konsumen.	4.06	Puas
Mean secara keseluruhan variabel kualitas makan (X)		4.16	Puas

Berdasarkan tabel deskripsi jawaban responden mengenai kualitas makanan, dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban responden pada 4 dimensi variabel kualitas makanan tergolong tinggi. Nilai tertinggi dapat dilihat pada dimensi *well cooked* dengan pernyataan “Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus dalam keadaan bersih (higienis), tidak ada benda asing yang berbahaya seperti rambut, serangga, dan lain-lain” dan “Makanan yang akan disajikan kepada konsumen harus dimasak hingga matang sempurna guna



mematikan bakteri, tapi tidak sampai *overcook* (gosong).” yaitu dengan masing-masing *mean* sebesar 4.64, sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *variety of food* dengan pernyataan “Terdapat varian makanan dengan varian harga yang terjangkau” yaitu dengan *mean* sebesar 3.66. Secara keseluruhan, kualitas makanan memiliki *mean* sebesar 4.16. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas makanan pada restoran Yoshinoya secara keseluruhan dipersepsikan baik oleh responden, tetapi belum mencapai kategori sangat baik karena nilainya belum maksimal.

## Kepuasan Konsumen

Tabel 2. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen

Dimensi	Indikator	Mean	Kategori
Kepuasan Konsumen	Konsumen merasa puas dengan keanekaragaman makanan yang ditawarkan oleh restoran Yoshinoya.	4.06	Puas
	Konsumen merasa puas dengan hasil akhir dari makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya karena telah dimasak dengan baik/tepat.	4.42	Sangat Puas
	Konsumen merasa senang dengan penampilan dari makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya.	4.01	Puas
	Konsumen merasa senang dengan kesegaran dari rasa makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya.	4.13	Puas
	Secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya karena sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan konsumen.	4.24	Sangat Puas
Mean secara keseluruhan variabel kepuasan konsumen (Y)		4.17	Puas

Berdasarkan tabel deskripsi jawaban responden mengenai kepuasan konsumen, dapat dilihat bahwa mayoritas jawaban responden pada variabel kepuasan konsumen tergolong tinggi. Nilai tertinggi dapat dilihat pada pernyataan “Konsumen merasa puas dengan hasil akhir dari makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya karena telah dimasak dengan baik/tepat” yaitu dengan rata-rata (*mean*) sebesar 4.42, sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan “Konsumen merasa senang dengan penampilan dari makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya” dengan rata-rata (*mean*) sebesar 4.01. Secara keseluruhan, kepuasan konsumen memiliki *mean* sebesar 4.17. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen puas dengan restoran Yoshinoya.

## Uji Normalitas

Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa data penelitian berdistribusi normal dan bebas *outlier*. Dan titik-titik pada grafik *normal probability plot* menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

## Uji Linieritas

Uji linieritas pada penelitian ini diolah dengan SPSS menggunakan *Test of Linearity* dengan taraf signifikansi 0.05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier apabila *Sig.* atau signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0.05 (Priyatno, 2008). Berikut adalah hasil uji linieritas:

Tabel 3. Hasil Uji Linieritas

Variabel	Source	F	Sig.
<i>Freshness</i> - Kepuasan Konsumen	<i>Linearity</i>	29.229	0
<i>Presentation</i> - Kepuasan Konsumen	<i>Linearity</i>	54.439	0
<i>Well cooked</i> - Kepuasan Konsumen	<i>Linearity</i>	21.015	0
<i>Variety of food</i> - Kepuasan Konsumen	<i>Linearity</i>	45.011	0

Berdasarkan tabel hasil uji linieritas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat terbukti mempunyai hubungan linier (garis lurus), yang diindikasikan dengan *Sig.* kurang dari 0.05 (5%). Dengan demikian, data penelitian memenuhi asumsi linieritas yang disyaratkan.

### Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan linier sempurna antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak boleh mengandung multikolinieritas. Pendeteksian ada atau tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
<i>Freshness</i> (X <sub>1</sub> )	0.791	1.264
<i>Presentation</i> (X <sub>2</sub> )	0.659	1.517
<i>Well cooked</i> (X <sub>3</sub> )	0.866	1.155
<i>Variety of Food</i> (X <sub>4</sub> )	0.592	1.689

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* keempat variabel bebas di atas lebih dari 0.10, demikian pula besarnya nilai *Variance Influence Factor* (VIF) pada seluruh variabel bebas yang dijadikan model penelitian lebih kecil dari 10, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari multikolinieritas, sehingga semua variabel bebas dapat digunakan dalam penelitian.

### Analisa Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah:

$$Y = 6.939 + 0.192 X_1 + 0.447 X_2 + 0.143 X_3 + 0.176 X_4$$

Melalui persamaan regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa setiap koefisien regresi *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* bernilai positif. Hal ini menunjukkan semakin baik *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food*, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.

### Koefisien Korelasi Berganda

Tabel 5. Korelasi dan Koefisien Regresi

R	R Square	Adjusted R Square
0.709	0.503	0.482

Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0.709 menunjukkan bahwa variabel bebas *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* secara simultan memiliki korelasi atau hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.

Nilai *adjusted R*<sup>2</sup> sebesar 0.482 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya dapat dipengaruhi oleh faktor *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* sebesar 48.2% sedangkan sisanya yaitu 51.8% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas layanan, faktor situasional, dan faktor personal.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji F dan Uji t

Tabel 6. Hasil Uji F dan Uji t

Variabel	t	Sig.	F <sub>hitung</sub>	Sig.
<i>Freshness</i> (X <sub>1</sub> )	2.63	0.01	24.007	0
<i>Presentation</i> (X <sub>2</sub> )	4.092	0		
<i>Well cooked</i> (X <sub>3</sub> )	2.35	0.021		
<i>Variety of Food</i> (X <sub>4</sub> )	2.129	0.036		

Variabel bebas kualitas makanan yang terdiri *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* masing-masing memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05. Sedangkan nilai t bersifat positif menunjukkan bahwa masing-masing variabel *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan konsumen. Dari hasil ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Hipotesis H<sub>1</sub> yang berbunyi “*freshness* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya” dapat dinyatakan diterima.
- Hipotesis H<sub>2</sub> yang berbunyi “*presentation* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya” dapat dinyatakan diterima.
- Hipotesis H<sub>3</sub> yang berbunyi “*well cooked* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya” dapat dinyatakan diterima.

- Hipotesis H<sub>4</sub> yang berbunyi “*variety of food* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya” dapat dinyatakan diterima.

$F_{hitung}$  sebesar 24.007 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2.47 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.00 yang lebih kecil dari taraf nyata 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H<sub>5</sub> yang berbunyi “*freshness, presentation, well cooked, dan variety of food* secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya” dapat dinyatakan diterima.

Variabel *presentation* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen bila dibandingkan dengan variabel lainnya, hal ini dibuktikan dengan nilai t pada variabel *presentation* yang lebih besar daripada nilai t variabel lainnya yaitu sebesar 4.092 dan dengan nilai Sig. sebesar 0 yang lebih kecil daripada nilai Sig. variabel lainnya. Dengan demikian hipotesis H<sub>6</sub> yang berbunyi “*presentation* merupakan pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya” dapat dinyatakan diterima.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis dapat dikatakan bahwa variabel kualitas makanan yang terdiri dari *freshness, presentation, well cooked, dan variety of food* secara simultan dan parsial terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas makanan yang disajikan oleh restoran Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya, maka akan semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Qin, Prybutok, dan Zhao (2010) yang menunjukkan bahwa dimensi kualitas makanan yang terdiri dari *freshness, presentation, well cooked, dan variety of food* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas makanan masih menjadi faktor kritis dalam keseluruhan evaluasi kepuasan konsumen yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih *fast food restaurant*. Maka dari itu, sebuah restoran perlu untuk memperhatikan kualitas makanan yang disajikan agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

Dari hasil analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa variabel *presentation* memiliki koefisien regresi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel *freshness, well cooked, dan variety of food*. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *presentation* memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Presentation* pada makanan yang disajikan restoran Yoshinoya memiliki penampilan yang unik karena cara penyajian makanannya yang diletakkan di dalam mangkuk bulat yang sama dengan keunikan pada logo Yoshinoya yang berbentuk mangkuk pula, sehingga menjadi ciri khas dari restoran Yoshinoya yang menyajikan menu andalannya yaitu *gyudon (beef bowl)*.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Namkung dan Jang (2007) yang menyatakan bahwa presentasi makanan sebagai salah satu faktor kualitas makanan yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen, makanan yang didekorasi

dengan menarik agar mendapatkan perhatian konsumen dalam memenuhi persepsi konsumen tentang kualitas.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya dan didasarkan pada hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Freshness* (kesegaran makanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
2. *Presentation* (penampilan makanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
3. *Well cooked* (makanan yang dimasak dengan baik/tepat) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
4. *Variety of food* (keanekaragaman makanan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.
5. Variabel *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food* secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya
6. Dari keempat variabel kualitas makanan, variabel *presentation* (penampilan makanan) memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap kepuasan konsumen melalui variabel *freshness*, *presentation*, *well cooked*, dan *variety of food*, maka peneliti dapat memberikan sejumlah saran kepada pemilik maupun pengelola Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak pengelola Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya dapat lebih meningkatkan kualitas makanan dari segi penampilan makanan melalui penataan garnish yang lebih rapi atau lebih kreatif dan bentuk makanan dibuat lebih menarik serta porsi makanan lebih disesuaikan seperti yang dipresentasikan di menu, karena penampilan makanan merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen.
2. Diharapkan pihak pengelola Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya untuk mempertahankan kualitas makanan dari segi kesegaran makanan, karena *gyudon/beef bowl* yang ditawarkan oleh Yoshinoya memiliki rasa yang begitu nikmat dan penuh cita rasa serta tekstur yang renyah dan empuk sehingga membuat banyak konsumen merasa sangat puas untuk menikmatinya.
3. Diharapkan pihak pengelola Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya untuk mengembangkan keanekaragaman makanan yang ditawarkan, karena perlunya inovasi menu baru dan kreatif yang disesuaikan dengan selera konsumen Indonesia, sehingga konsumen tidak mudah bosan atau merasa jenuh dengan menu yang monoton dan memiliki inisiatif untuk lebih sering makan serta mencoba menu baru yang ada di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alli, I. (2004). *Food quality assurance: Principles and practices*, Boca Raton, Florida: CRC Press.
- Andaleeb, S.S., & Conway C. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: An examination of the transaction-specific model. *Journal of Services Marketing*, Vol. 20, No.1, pp.3-11.
- Cooper, D.R., & Pamela, S.S. (2008). *Business research methods*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Kivela, J., Inbakaran, R., & Reece, J. (1999). Consumer research in the restaurant environment, part 1: A conceptual model of dining satisfaction and return patronage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol.11, No.5, pp.205-222.
- Kivela, J., Inbakaran, R., & Reece, J. (1999). Consumer research in the restaurant environment, part 2: Research design and analytical methods. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, pp.269-286.
- Kristianto, P.R., & Philip, S. (2002). Analisa pengaruh faktor kualitas makanan dan harga terhadap keputusan konsumen Café Venezia. (TA No. 06132365/ARS/2006). Unpublished undergraduate thesis, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Malhotra, N.K. (2005). *Riset pemasaran pendekatan terapan*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Namkung, Y., & Jang, S.SC. (2007). "Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intention", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, pp.387-410.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) untuk analisis data dan uji statistik*. Yogyakarta: MediaKom.
- Qin, H., Prybutok, V.R., and Zhao, Q.(2009). "Perceived service quality in fast-food restaurants: Empirical evidence from China", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 27, No.4, pp.424-437.
- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence of the quality of food, service, and physical environment on customer satisfaction in quick-casual restaurants: Moderating role of perceived price", *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol. 3, No.3, pp.310-329.
- Soriano, D.R. (2002). Customer's expectations factors in restaurants. The situation in Spain. *International Journal Quality and Reliability Management*, pp.1055-1067.
- Sulistijani, D.A. (2002). *Sehat dengan menu berserat*. Jakarta: Trubus Agriwidya.
- Zeithaml, V., & Bitner, M.J. (2006). *Service marketing* (4<sup>th</sup> edition). New York: McGraw-Hill, International Edition.