



# UNIVERSITAS DHYANA PURA UNDHIRA - BALI

SK MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011

*Perguruan tinggi teladan dan unggulan*

## **SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI**

No. 083a/ST-Bimb.Skripsi/UNDHIRA-S1-FEBH-MANAJEMEN/V/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura, pada semester Ganjil 2021/2022 menugaskan:

### **Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA., M.A**

Sebagai **Pembimbing I** pada Skripsi Mahasiswa :

Nama : Veranata Kathleen Teller  
NIM : 18110111032  
Fakultas : Ekonomika, Bisnis dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Perhotelan  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di The Sand Bar and Restaurant Sanur**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Bimbingan dilakukan minimal 8 (delapan) kali dan mahasiswa dapat diijinkan mendaftar Ujian Skripsi apabila telah mendapat persetujuan dari Pembimbing.
- Segala biaya yang timbul akibat penetapan surat tugas ini dibebankan pada anggaran Universitas Dhyana Pura Tahun Akademik 2021/2022.
- Apabila terjadi kekeliruan dalam penetapan surat tugas ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Surat Tugas ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan 31 Januari 2022

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Badung, 10 Mei 2022  
Program Studi Manajemen

**Ni Putu Dyan Krismawintari, S.E., M.M**  
Ketua

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI *THE SAND BAR AND  
RESTAURANT SANUR***



**VERANATA KATHLEEN TELLER**

**18110111032**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA BISNIS DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS DHYANA PURA  
BADUNG  
2023**

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI *THE SAND BAR AND  
RESTAURANT SANUR***

Skripsi untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Pada Program Studi Manajemen, Peminatan Manajemen Perhotelan  
Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

**VERANATA KATHLEEN TELLER**

**18110111032**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS DHYANA PURA  
BADUNG  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL: 06 Maret 2023

Pembimbing I

Pembimbing II



(Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE., MMA, MA)

NIP: 214500006



(Ni Putu Dyah Krismawintari, SE., M.M)

NIP: 01498612

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora

Universitas Dhyana Pura



(Ni Putu Dyah Krismawintari, SE., M.M)

NIP: 01498612

## **SKRIPSI INI TELAH DIUJI PADA**

Tanggal: 01 Maret 2023

Panitia Penguji Skripsi Berdasarkan SK Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura,  
No: 55/SKRIPSI/UNDHIRA-FEBH-MANAJEMEN/II/2023  
Tanggal 24 Febuari 2023

Ketua/Penguji I : I Ketut Sima, S.H., M.M  
Sekretaris/Pendamping : Putu Chris Susanto, BA., MBA., M.Ed  
Anggota/Penguji II : Dr I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA., M.A

## Persetujuan Publikasi Skripsi Untuk Kepentingan Akademis

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Veranata Kathleen Teller  
NIM : 18110111032  
Fakultas : Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Peminatan : Perhotelan

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, saya menyetujui bahwa karya ilmiah atau skripsi saya yang berjudul ``Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*`, beserta dengan perangkat yang diperlukan (bila ada) untuk disimpan, dipublikasikan, dan atau diperbanyak dalam bentuk apapun oleh Universitas Dhyana Pura bagi keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Dibuat di : Badung  
Pada Tanggal : 02 Maret 2023

Yang menyatakan



(Veranata Kathleen Teller)

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Veranata Kathleen Teller  
NIM : 18110111032  
Program Studi : Manajemen Perhotelan  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah ini bebas dari plagiat dan merupakan karya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti terdapat unsur plagiat dalam karya ilmiah skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan Mendiknas Republik Indonesia No. 17 Tahun 2010 dan Peraturan yang berlaku di Universitas Dhyana Pura.

Badung, 02 Maret 2023



(Veranata Kathleen Teller)

NIM: 18110111032

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora jurusan Manajemen pada Universitas Dhyana Pura Bali.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bantuan dari semua pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak tersebut dibawah ini:

1. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.M.A selaku Rektor Universitas Dhyana Pura Bali sekaligus Pembimbing I yang membimbing dan memberikan masukan selama penulis dan menyusun skripsi ini.
2. Dr. Ni Made Diana Erfiani, S.S., M. Hum., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik, Riset, Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Universitas Dhyana Pura Bali.
3. Dr. Drs. R. Tri Priyono Budi Santoso, M.M., selaku Wakil Rektor II Bidang Operasional, SDM, dan Pemasaran Universitas Dhyana Pura Bali.
4. Dr. Gusti Ngurah Joko Adinegara, S.E., M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali.
5. Ibu Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali sekaligus Pembimbing II yang membimbing dan memberikan masukan selama penulis dan menyusun skripsi ini.
6. Dr. Yeyen Komalasari, S.E., M.M Selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan membantu proses akademik selama menempuh pendidikan di Universitas Dhyana Pura Bali.
7. Bapak/Ibu dosen dan staff pegawai dilingkungan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora, Universitas Dhyana Pura Bali yang tidak disebutkan namanya satu per satu.
8. Bapak Komang Swasta selaku Manajer di *The Sand Bar and Restaurant Sanur* yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melaksanakan penelitian di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.

9. Seluruh staff di *The Sand Bar and Restaurant Sanur* yang telah membantu melaksanakan penelitian di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.
10. Kedua orang tua yang selalu mendoakan, mendukung dan menyemangati peneliti selama penyusunan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman saya yang berada di lingkungan kampus Universitas Dhyana Pura Bali yang telah memberikan bantuan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya dalam lingkungan Universitas Dhyana Pura Bali.

Badung, 16 Februari 2023  
Yang menyatakan



Veranata Kathleen Teller

## DAFTAR ISI

JUDUL	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR SKRIPSI TELAH DIUJIKAN .....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran Jasa dan Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2 Kepuasan Pelanggan .....	12
2.1.3 Kualitas Makanan.....	13
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Berpikir.....	23
2.4 Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Lokasi dan Objek Penelitian .....	24

3.2. Definisi dan Indikator Operasional Variabel.....	24
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	24
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.1 Jenis Data.....	27
3.3.2 Sumber Data.....	27
3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1 Sejarah The Sand Bar and Restaurant Sanur.....	39
4.1.2 Fasilitas Restoran.....	39
4.1.3 Struktur Organisasi <i>The Sand Bar and Restaurant Sanur</i> .....	40
4.1.4 Uraian Tugas.....	41
4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	44
4.2.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	44
4.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	46
4.3 Deskripsi Data.....	47
4.3.1 Karakteristik Responden.....	47
4.3.2 Analisis Deskriptif.....	50
4.4 Analisis Inferensial.....	54
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	57
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	58
4.4.5 Uji Signifikansi Parameter Individual (t-test).....	59
4.4.6 Uji Statistik F (F-test).....	61
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

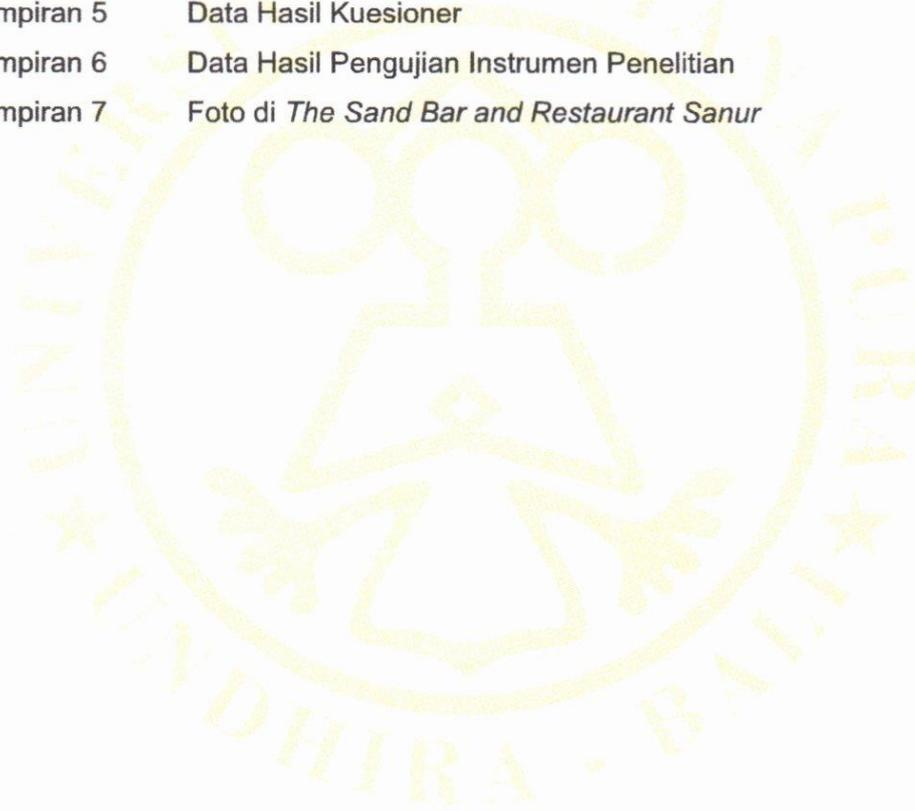
No Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Kuesioner.....	27
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	48
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Asal Negara.....	52
Tabel 4.6	Interpretasi Nilai Rata-Rata Kuesioner .....	53
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Makanan (X1) .....	54
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	55
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	60

## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Data Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali .....	2
Gambar 1.2	Data Jumlah Restoran di Bali .....	4
Gambar 2.1	Kerangka Konsep Penelitian .....	24
Gambar 3.1	Kurva Normal Distribusi t-test .....	37
Gambar 3.2	Kurva Normal Distribusi f-test .....	40
Gambar 4.1	Suasana The Sand Bar and Restaurant Sanur .....	42
Gambar 4.2	Struktur Organisasi The Sand Bar and Restaurant Sanur.....	44
Gambar 4.3	Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Makanan (X1).....	64
Gambar 4.4	Kurva Distribusi Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	66
Gambar 4.5	Kurva Distribusi Uji F .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Nama Lampiran
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian di <i>The Sand Bar and Restaurant Sanur</i>
Lampiran 2	<i>Barcode</i> Kuesioner Penelitian di <i>The Sand Bar and Restaurant Sanur</i>
Lampiran 3	Tabel Variabel dan Indikator Kuesioner
Lampiran 4	Struktur Organisasi <i>The Sand Bar and Restaurant Sanur</i>
Lampiran 5	Data Hasil Kuesioner
Lampiran 6	Data Hasil Pengujian Instrumen Penelitian
Lampiran 7	Foto di <i>The Sand Bar and Restaurant Sanur</i>



## ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of food quality and service quality on customer satisfaction at The Sand Bar and Restaurant Sanur, a popular restaurant located in Sanur, Bali. A quantitative research method was employed, and a Likert scale questionnaire was distributed to 66 customers using convenience sampling. The questionnaire was designed to measure customers' opinions on food quality, service quality, and overall satisfaction with their experience at the restaurant. The data was analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results indicated that both food quality and service quality had a positive and significant influence on customer satisfaction. Specifically, customers who rated the food and service higher reported higher satisfaction levels. These findings suggest that The Sand Bar and Restaurant Sanur could improve customer satisfaction by focusing on food and service quality. For example, they could invest in higher-quality ingredients, improve staff training, or enhance the atmosphere of the restaurant. Overall, this study provides valuable insights for the restaurant industry, particularly in improving customer satisfaction and loyalty. The study's findings may also have broader implications for businesses in the service industry seeking to improve customer satisfaction by prioritizing quality in their offerings.

Keywords: Food quality, Service quality, Customer satisfaction.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di The Sand Bar and Restaurant Sanur, sebuah restoran populer yang berlokasi di Sanur, Bali. Metode penelitian kuantitatif digunakan, dan kuesioner skala Likert dibagikan kepada 66 pelanggan menggunakan convenience sampling. Kuesioner dirancang untuk mengukur pendapat pelanggan tentang kualitas makanan, kualitas layanan, dan kepuasan keseluruhan dari pengalaman mereka di restoran. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara khusus, pelanggan yang menilai makanan dan layanan lebih tinggi melaporkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa The Sand Bar and Restaurant Sanur dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan berfokus pada kualitas makanan dan pelayanan. Misalnya, mereka dapat berinvestasi pada bahan berkualitas lebih tinggi, meningkatkan pelatihan staf, atau meningkatkan suasana restoran. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi industri restoran, khususnya dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Temuan penelitian ini mungkin juga memiliki implikasi yang lebih luas bagi bisnis di industri jasa yang ingin meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memprioritaskan kualitas dalam penawaran mereka.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era sekarang ini, industri makanan dan minuman, khususnya sektor restoran telah menjadi bisnis yang paling menguntungkan dan kompetitif di seluruh dunia. Industri ini memegang peranan penting dalam perekonomian negara (Sumaedi, dkk. 2015). Selain itu, di zaman sekarang ini, individu sangatlah aktif dikarenakan jadwal kerja mereka yang padat, sehingga mereka memiliki sangat sedikit kesempatan untuk membuat makanan mereka di rumah. Oleh karena itu, mereka mencari tempat atau restoran yang dapat menyajikan makanan berkualitas dan terjangkau. Selain itu, setiap hari ratusan hotel, motel, dan restoran baru dibuka dengan penawaran baru, juga inovasi yang tidak hanya menarik penduduk lokal tetapi juga menarik wisatawan internasional. Dalam persaingan yang keras dan lingkungan yang kompetitif ini, maka cukup sulit bagi para pemilik usaha untuk menarik pelanggan baru maupun menjaga kepuasan pelanggan yang sudah ada.

Bali merupakan salah satu provinsi yang keindahan alam dan budayanya masih terus dikembangkan, selain itu keramahan penduduk, kultur, bahkan makanan tradisional mereka juga menjadi salah satu daya tarik bagi para wisatawan mancanegara untuk berkunjung, menjadi salah satu faktor wisatawan mancanegara tiap tahunnya meningkat. Jumlah kunjungan wisatawan ke Bali pada September 2022 sebanyak 291.162 kunjungan, menurut data Badan Pusat Statistik Bali pada 01 November 2022. Ini melanjutkan tren positif sejak awal tahun. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (BPS 2022) merilis data kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) Agustus 2022 sebanyak 276.659 kunjungan, meningkat

12,23% dibandingkan Juli 2022. Data tersebut terbagi atas 276.627 wisatawan yang masuk melalui pintu masuk Bandara Internasional Ngurah Rai dan 32 orang wisatawan masuk melalui jalur pelabuhan.

**Gambar 1.1**

**Data Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali 2022**



Sumber: *Bali Tourism Statistic 2022*

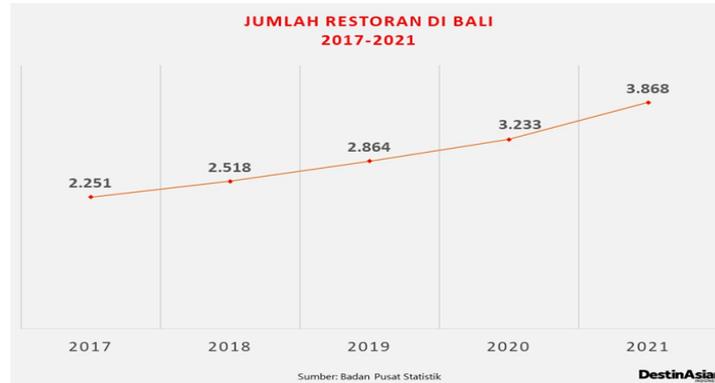
Berdasarkan Gambar 1.1, dapat dilihat perubahan kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Bali mulai dari awal tahun 2022 hingga November 2022 mengalami peningkatan walaupun sedang dilanda Covid. Jumlah wisatawan mancanegara ke Provinsi Bali pada tahun 2022 naik cukup signifikan sebanyak 43,76 persen. Restoran merupakan salah satu penunjang pariwisata yang semakin berkembang pesat terutama dalam pelayanan jasa yang bergerak dibidang makanan maupun minuman yang dapat memenuhi kebutuhan para konsumennya. Mulai dari restoran yang berskala kecil sampai dengan restoran mewah dimana secara umum untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan salah satu strategi untuk bisa memenangkan persaingan terutama dibidang kuliner. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan memberikan masukan penting

bagi restoran untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar. Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha di tengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, restoran dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kualitas pelayanan yang sesuai dengan harga produk dan jasa yang ditawarkan.

Industri makanan di Bali telah berkembang baik secara kualitas maupun kuantitas, berkembang secara luas dan mendalam. Masakan Peru, Jepang-Latin, restoran vegan yang kreatif, perpaduan kuliner Indonesia, restoran steak, kedai kopi, berbagai masakan yang dibuat secara otentik, dan preferensi makanan yang dipenuhi dengan kreativitas dan inovasi. Sekarang setiap makanan sepanjang hari — dari sarapan hingga makan siang dan makan malam — disajikan dengan kualitas yang menakjubkan. Industri makanan dan minuman (mamin) di Bali mengalami pertumbuhan yang menggembirakan di Kuartal II 2018. Berdasarkan data BPS, nilainya mencapai 8,67 persen atau di atas pertumbuhan nasional. Kondisi ini tidak terlepas dari bisnis hotel, restoran, dan catering (Horeca) yang jumlahnya cukup besar di Bali. Bahkan, Bali merupakan destinasi yang cukup diperhitungkan bagi wisatawan yang *food enthusiast*. ``Penggerak ekonomi, Industri Mamin di Bali sumbang 8,67 persen.`` Bali Post.

Merujuk data Badan Pusat Statistik (BPS), populasi restoran di Bali pada 2020 meningkat 13% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada 2021, angkanya kembali naik sebesar 20%. Dibandingkan grafik sebelum pandemi, pertumbuhan ini cukup tinggi, bahkan di atas rata-rata. Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.2.

**Gambar 1.2**  
**Data Jumlah Restoran di Bali**



Sumber: *Bali Tourism Statistic 2022*

Sanur terletak di sudut tenggara pulau Bali, di seberang Denpasar dan pusat kota utama Bali, Indonesia. Wilayah Sanur terutama meliputi Pantai Sanur dan Jalan Danau Tamblingan (jalan utama Sanur). Kawasan wisata utama terkonsentrasi di timur *Bypass*. Di sinilah sebagian besar wisatawan tinggal, dan memiliki sebagian besar hotel, restoran, dan aktivitas. Di Sanur sendiri, lokasi yang dipilih penulis dinilai sangat relevan dengan perkembangan restoran yang pesat di Bali karena memiliki banyak wisata kuliner terutama restaurant. Beberapa diantaranya meliputi *Soul on The Beach*, *Seaside Restaurant*, *Warung Beach Breeze* dan lainnya. *The Sand Bar and Restaurant* sendiri adalah salah satu usaha yang berada di Sanur.

Berkembang pesatnya industri makanan dan minuman menyebabkan pemilik usaha untuk memastikan pelayanan yang maksimal dan menaikkan kualitas makanan dan rasa sehingga dapat menarik pelanggan untuk datang ke restaurant lagi. Penting sekali bagi sebuah usaha untuk memiliki pelanggan yang loyal agar restoran dapat bertahan di persaingan pasar.

Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari

berpindahannya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci dalam mempertahankan konsumen. Hal ini seperti yang dikemukakan Kotler bahwa kunci untuk mempertahankan konsumen adalah melalui kepuasan konsumen (Suwardi, 2011). Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Sebaliknya berpalingnya konsumen disebabkan oleh kurang pekanya restoran di dalam memberikan pelayanan dan rasa puas konsumen terhadap apa yang restoran berikan kepada konsumen. Konsumen yang tidak pernah komplain bukan berarti konsumen tersebut puas. Tetapi mereka tidak mengajukan keluhan dan sebaliknya mereka langsung beralih restoran ke restoran yang lain untuk menghindari ketegangan dan menambah masalah tersendiri bagi konsumen. Adapun konsumen yang berani mengungkapkan keluhan atau ketidakpuasannya seringkali adalah konsumen yang loyal (setia) yang bersedia memberikan masukan dan saran-saran yang bersifat membangun bagi restoran.

Tjiptono (2007) memaparkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dari uraian definisi di atas dapat diketahui bahwa produk bukan hanya sesuatu yang berwujud (*tangible*) seperti makanan, pakaian, buku dan sebagainya, akan tetapi produk juga merupakan sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*) seperti pelayanan jasa. Konsumen bukan hanya membeli produk itu sendiri, tetapi pada inti yang sebenarnya konsumen membeli manfaat (*benefit*) dari produk yang bersangkutan. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap

suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi.

Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.<sup>2</sup> Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan adalah “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik mampu bersaing (kompetitif), tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen. Menurut Morgan dan Hunt dalam jasfar mendefinisikan kepercayaan adalah rasa percaya, kepada mitra dimana seseorang berhubungan. Kepercayaan timbul dari suatu produk yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting lainnya dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan satu perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya (Dianto, 2013). Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya (Rohman, 2017). Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu

perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang (Apriyansah, 2018). Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak.

Menurut Kotler dan Keller (2014) kepuasan pelanggan lebih mengarah pada perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan. Dari pendapat tersebut, maka kita dapat mengambil kesimpulan jika pelanggan merasa puas maka kemungkinannya pelanggan ini akan bertahan dengan produk Anda dalam waktu lama. Begitu pula sebaliknya. Kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan yang juga berdampak pada tingkat penjualan. Kepuasan pelanggan di restoran dapat melahirkan promosi secara tidak langsung kepada pengunjung lainnya. Pengunjung yang merasa puas dengan pelayanan di restoran lebih cenderung memberikan rekomendasi kepada calon pengunjung lainnya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan semakin puas. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan

juga melakukan strategi untuk membentuk kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari pelanggan.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun, usaha untuk memuaskan pelanggan sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan. Di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*, kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat dilihat dari ulasan pelanggan yang tersedia di *Google Maps*, *Trip Advisor*, dan platform lainnya. Seperti ulasan-ulasan di *Google Maps* yang menyatakan pelanggan merasa nyaman berada di pantai dengan adanya *Live Music*, makanan di *The Sand Bar* higienis dan memiliki rasa yang baik, dan juga mendapatkan pelayanan yang ramah. Tetapi ada pula ulasan yang menyatakan bahwa olahan makanan dari ikan dirasa kurang segar. Terdapat celah yang menarik untuk diteliti mengenai pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran ini. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas lebih lanjut tentang pengaruh faktor-faktor ini terhadap kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.

Berdasarkan observasi awal, penulis memilih The Sand Bar and Restaurant Sanur sebagai objek penelitian karena restoran ini dikenal dengan kualitas pelayanan dan makanan yang baik. Penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana kualitas makanan dan pelayanan yang diberikan The Sand Bar and Restaurant Sanur dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi The Sand Bar and Restaurant Sanur untuk meningkatkan kualitas makanan dan pelayanan mereka serta memperbaiki pengalaman pelanggan. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi restoran-restoran lain dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesuksesan bisnis mereka.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*?
2. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*?
3. Apakah ada pengaruh positif yang simultan dan signifikan antara Kualitas makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial antara kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*

3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara Kualitas makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memiliki manfaat yang penting baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur di bidang bisnis manajemen pemasaran, khususnya dalam mengkaji pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan dari penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan pengetahuan pada bidang tersebut. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman atau pembandingan untuk penelitian selanjutnya dalam mengaplikasikan teori-teori manajemen.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi *The Sand Bar and Restaurant Sanur* untuk memperbaiki kualitas makanan dan pelayanan mereka, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mencapai tujuan pemasaran yang lebih optimal. Temuan ini juga dapat berguna bagi para pemilik dan pengelola restoran lainnya dalam meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Manajemen Pemasaran Jasa dan Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan pemasaran produk fisik. Salah satu ciri utama pemasaran jasa adalah tidak dapat disimpan, sehingga pemasaran jasa harus berfokus pada pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan saat mengonsumsi jasa tersebut.

Adapun, menurut Lovelock dan Wright (2016), pemasaran jasa melibatkan tujuh elemen dalam bauran pemasaran, yang dikenal dengan istilah 7P. Tujuh elemen tersebut meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Dalam pemasaran jasa, aspek *people* (orang) menjadi salah satu elemen penting yang harus diperhatikan. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller (2016), sumber daya manusia yang berkualitas dan terlatih akan membantu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Selain itu, menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi yang dikenal dengan istilah **SERVQUAL**, yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (responsivitas), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik). Penerapan konsep SERVQUAL dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Schiffman dan Kanuk (2010) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa. Faktor-faktor tersebut meliputi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor budaya, menurut Schiffman dan Kanuk (2010), meliputi nilai-nilai, keyakinan,

norma, dan adat istiadat yang berlaku dalam suatu masyarakat. Selain itu, faktor sosial, menurut Schiffman dan Kanuk (2010), meliputi kelompok referensi, keluarga, dan peran serta status sosial. Faktor pribadi, seperti yang dijelaskan oleh Schiffman dan Kanuk (2010), meliputi usia, pendapatan, pendidikan, dan kepribadian. Terakhir, faktor psikologis, menurut Schiffman dan Kanuk (2010), meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan pemasaran jasa perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut dan menyesuaikan bauran pemasaran mereka agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, seperti yang disarankan oleh Schiffman dan Kanuk (2010)

### **2.1.2 Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan Pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja atau hasil. yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler , 2004:147).

Engel dalam Tjiptono (2014:433) menyatakan bahwa “Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan”.

Oliver dalam Suhartanto dan Hidayat (2018:4) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau jasa yang dirasakan dapat memenuhi harapan dari konsumen tersebut. Dari pengertian kepuasan pelanggan di atas terdapat beberapa kesamaan yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja / hasil yang dirasakan). Umumnya harapan

pelanggan merupakan keinginan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterima bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa).

Zeithaml, et al., (2009) menyatakan bahwa kepuasan dapat diartikan sebagai evaluasi oleh konsumen terhadap sebuah produk atau pelayanan dengan anggapan bahwa apa yang diterimanya sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkannya. Indikator kepuasan konsumen menurut Zeithaml (2009, p.2) secara garis besar antara lain:

1. *Fulfillment* Suatu perasaan senang akan salah satu kebutuhan telah terpenuhi atau sesuai dengan ekspektasi, kepuasan juga dapat dihubungkan dengan jenis lain dari perasaan, tergantung pada konteks tertentu.
2. *Pleasure* Perasaan konsumen yang merasa senang atau berhubungan dengan rasa bahagia akan apa yang diterima.

*Ambivalence* Pengalaman unik yang dirasakan oleh konsumen dimana ketika ada campuran pengalaman positif dan negatif yang terkait dengan produk atau Jasa.

### **2.1.3 Kualitas Makanan**

Peri (2006) dalam Winarjo dan Japarianto (2017:1) menyatakan bahwa memberikan kualitas makanan yang sesuai dengan harapan pelanggan dapat memberikan pengaruh yang positif untuk hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Penilaian pelanggan dimulai dari saat pelanggan mencicipi makanan kemudian memberikan penilaian terhadap kualitas makanan tersebut. Kualitas makanan merupakan kesesuaian makanan yang dikonsumsi oleh pelanggan.

Menurut Schröder, M. J. (2011) kualitas merupakan atribut atau karakteristik yang khas yang dimiliki oleh suatu produk. Sedangkan Menurut Potter dan Hotchkiss (2012:1), Kualitas Makanan merupakan karakteristik kualitas dari

suatu makanan atau minuman yang diterima oleh konsumen. Menurut Malik et al., (2013) Kualitas makanan memiliki empat dimensi yaitu freshness, presentation, well cooked, dan variety of food. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Makanan adalah keseluruhan karakteristik dari suatu makanan atau minuman yang dapat memenuhi harapan konsumen dan menjadikan makanan atau minuman tersebut menjadi layak untuk dibeli.

Menurut Ryu dan Han (2010) dalam Ali (2019:6) bahwa persepsi pelanggan tentang kualitas makanan yang memuaskan dapat mencakup dari bahan-bahan yang bergizi, presentasi yang menarik dan rasa yang berkualitas. Kualitas makanan diukur menggunakan 4 (empat) indikator yang mengacu pada penelitian Aidin Namin (2017:80) :

1. Makanan yang bergizi Menyediakan makanan yang bergizi dan baik dikonsumsi untuk pelanggan restoran.
2. Memiliki cita rasa yang kuat Penilaian pelanggan atas makanan yang disajikan memiliki cita rasa kuat yang sesuai pelanggan.
3. Bahan baku yang segar Menyediakan makanan yang menggunakan bahan baku yang selalu segar dan baru untuk semua menu makanan.
4. Makanan yang bervariasi Menyediakan makanan yang bervariasi untuk pelanggan agar memiliki banyak pilihan untuk di coba dan dikonsumsi.

Menurut Essinger dan Wylie (2003), secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Makanan adalah sebagai berikut:

1. Rasa
2. Kuantitas
3. Variasi
4. Higienitas
5. Inovasi

Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah menurut penelitian Essinger dan Wylie (2003).

#### 2.1.4 Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler, 2012). Selanjutnya menurut Kotler, Bowen, Makens (dalam Samuel dkk, 2007) terdapat 4 karakteristik pelayanan yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Tidak seperti barang yang dijual, layanan tidak bisa dilihat, dicicipi, dirasakan, didengar, atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian yang disebabkan oleh *service intangibility*, pelanggan berusaha untuk mencari bukti yang dapat dilihat atau tangible yang dapat memberikan informasi dan keyakinan mengenai pelayanan tersebut.

2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Service Inseparability mengandung arti bahwa pelanggan merupakan bagian dari produk di sebagian besar bisnis layanan, penjual maupun pembeli harus hadir sehingga transaksi dapat terjadi. Pelanggan menghubungi karyawan merupakan bagian dari produk yang dijual.

3. Berubah-ubah (*variability*)

Layanan sifatnya berubah-ubah, artinya layanan tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan dan dimana serta bagaimana layanan tersebut disediakan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Layanan tidak dapat disimpan dan tidak bertahan lama, dalam pengertian layanan dirasakan pada saat konsumen membeli.

Menurut Kotler dan Keller (2012) Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan sifat-sifat dan karakter suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung. Menurut Tjiptono (2011) Kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter suatu produk atau jasa serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Tjiptono & Chandra (2011 : 232). Dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangible* atau bukti fisik

Kemampuan perusahaan untuk memberikan bukti nyata kepada pelanggan dan menunjukkan eksistensinya.

2. *Reliability* atau kehandalan

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya.

3. *Responsiveness* atau ketanggapan

Suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas.

4. *Assurance* atau jaminan

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, kompetensi dan sopan santun.

5. *Empathy* atau empati

Perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Gunawan, Jessica Alaysia 2017) dengan judul “Pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Cafe Monsoon Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Café Monsoon, seperti yang diamati dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap 20 konsumen Café Monsoon yang menyatakan bahwa mereka puas dengan kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang diberikan Café Monsoon. Hal ini menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Café Monsoon. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan tipe penelitian kausal dan analisis kuantitatif. Metode penelitian yang dipakai adalah metode survei. Teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 225 responden yang merupakan konsumen yang sudah pernah datang ke Café Monsoon Bandung. Teknik analisis yang dipakai adalah teknik analisis linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas makanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dilihat secara parsial variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan.

Tat dkk. (2011) melakukan studi di kalangan mahasiswa sarjana di Malaysia untuk mengeksplorasi niat pembelian mereka di restoran cepat saji, mengadopsi dimensi SERVPERF. Rahman dkk. (2012) mempelajari driver kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam hal kualitas layanan dan harga. Mereka mengukur kualitas pelayanan menggunakan dimensi berikut: Citra restoran, akurasi dan kecepatan layanan. Canny (2014) melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dari 213 siswa muda yang biasanya menyantap makanan mereka dari restoran casual di Jakarta. Mereka mencoba mencari hubungan antara pengalaman bersantap dan kepuasan pelanggan dan niat untuk datang lagi. Mereka telah menjalankan analisis regresi untuk mencapai tujuan studi mereka. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, mereka telah mengeksplorasi bahwa kepuasan konsumen mengarah pada niat perilaku konsumen.

Abdullah, F (2013) mengatakan bahwa lingkungan fisik dan desain interior restoran memainkan peran penting dalam menarik pelanggan potensial. Perancangan interior terdiri dari: furniture, lighting dan dekorasi sesuai tema resto, kebersihan dan daya tanggap. Lebih lanjut mereka menyimpulkan bahwa terkadang melodi dan musik juga sangat efektif alat kepada pelanggan. Selain itu, peneliti juga mengukur efek tempat duduk pengaturan tentang kepuasan pelanggan. Sabir et al (2014) melakukan penelitian dan menemukan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap bisnis, selain itu juga memberikan kontribusi nyata terhadap ekspansi dan keuntungan bisnis. Demikian pula, Lee et al (2004) menyimpulkan studi mereka dengan pernyataan bahwa, kepuasan konsumen mencerminkan loyalitas pelanggan, kinerja perusahaan dan dalam jangka panjang komitmen mereka dengan perusahaan atau perusahaan.

Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh (Firdiansyah, Indra 2017) dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG GUBRAK KEPRI MALL KOTA BATAM”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling Method. Sampel dalam penelitian ini 100 orang dari pelanggan Warung Gubrak Kepri Mall Batam dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji T dan uji F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 0,398X_1 + 0,359X_2 + 0,249X_3$ . Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar 0,584 menunjukkan bahwa 58,4 persen variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 41,6 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Dewa, Chriswardana Bayu, 2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan Cengkir Heritage Resto and Coffee”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas restoran terhadap kepuasan pelanggan. Subjek penelitian adalah pengunjung restoran Cengkir Heritage Resto and Coffee Yogyakarta. Penelitian ini mengembangkan suatu model teoritis dengan membuat tiga hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan Structural Equation Model (SEM) melalui program aplikasi AMOS 18. Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner kepada 120 responden. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu responden dipilih secara acak sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas restoran yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas makanan dan physical environment berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Yasmine, 2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Mentai Eat Lovah”. Dalam penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas makanan melalui dua variabel terhadap kepuasan pelanggan di Mentai Eat Lovah. Jenis penelitian ini adalah penelitian faktor analisis dan bersifat kuantitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data sekunder dan primer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pada kualitas makanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi para praktisi dalam mengambil langkah-langkah keputusan untuk menentukan strategi pemasaran guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Sumber data ini menggunakan Kuesioner (Data Primer) dan Jurnal, buku dan internet (Data Sekunder). Populasi dalam penelitian ini para pelanggan Mentai Eat Lovah. Ukuran sampel penelitian yang diambil sebanyak 142 orang ditentukan dengan Raosoft Kalkulator Ukuran Sampel, selanjutnya sampel ditentukan dengan

teknik Probability Sampling. Sampling dengan pendekatan Teknik Cluster Random Sampling yaitu pengambilan sampel acak dari berdasarkan daerah tertentu.

Dalam penelitian analisis data menggunakan analisis faktor. Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) Kepuasan pelanggan Eat Lovah dikarenakan oleh kualitas produk makanannya dan kesesuaian harga 49,592% . (2) Kepuasan pelanggan dikarenakan oleh kepuasan pada kualitas produk 7,315%. (3) Kepuasan pelanggan dikarenakan oleh faktor panca indra 5,426%. (4) Kepuasan pelanggan dikarenakan oleh faktor kualitas layanan 4,757%. Dan (5) Kepuasan pelanggan dikarenakan oleh faktor tampilan 3,980%. Kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif (71,070%) terhadap kepuasan pada pelanggan Mentai Eat Lovah.

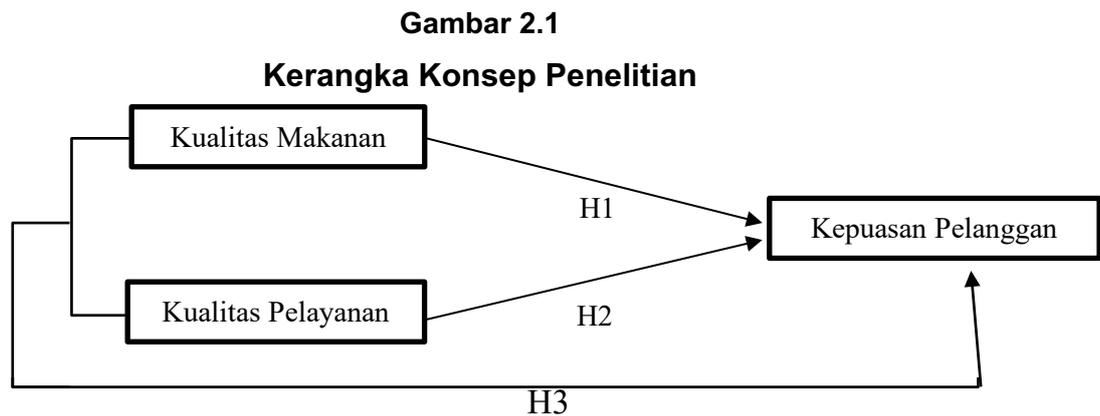
Penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Ahmad, 2015) dengan judul *“The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention”*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan antara kualitas layanan, kualitas makanan, kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan di restoran layanan terbatas di Yordania. Sebuah survei berbasis kuesioner dibagikan kepada 400 siswa yang dilayani di 10 restoran layanan terbatas di lingkungan universitas di Amman, ibu kota Yordania. Kualitas pelayanan diukur dari segi atribut SERVQUAL. Dimensi kunci dari kualitas makanan, kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan diidentifikasi melalui literatur. Data yang terkumpul (283 kuesioner valid) dianalisis menggunakan SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, dimensi kualitas layanan selain kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan. Akhirnya, hasil menegaskan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan dan retensi pelanggan. Ukuran sampel yang kecil merupakan keterbatasan utama dari penelitian ini. Implikasi praktis dari

penelitian ini didasarkan pada kenyataan bahwa restoran layanan terbatas di lingkungan universitas harus menyadari peran penting dari layanan dan kualitas makanan dalam memuaskan pelanggan mereka sebagai anteseden retensi mereka. Studi ini asli karena meneliti hubungan antara layanan dan kualitas makanan dan kepuasan dan retensi pelanggan di jenis restoran tertentu di Yordania.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Jooyeon Ha, 2010) dengan judul *“Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment”*. Studi ini secara empiris meneliti tidak hanya hubungan antara persepsi kualitas dan kepuasan/loyalitas, tetapi juga peran persepsi pelanggan tentang atmosfer di segmen restoran etnik. Secara khusus, penelitian ini, menggunakan analisis regresi hierarkis, menyelidiki efek langsung dari kualitas layanan dan kualitas makanan pada kepuasan dan loyalitas pelanggan serta efek moderasi dari persepsi atmosfer, di restoran Korea. Seperti yang diharapkan, penelitian ini menunjukkan bahwa layanan dan kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ini menunjukkan bahwa, seperti segmen restoran lainnya, layanan karyawan dan makanan juga sangat penting untuk restoran etnik. Memverifikasi peran moderasi atmosfer, bagaimanapun, penelitian ini menemukan bahwa pelayanan karyawan yang baik dapat lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan persepsi atmosfer yang rendah dibandingkan dengan mereka yang memiliki persepsi yang lebih tinggi. Lebih lanjut, menyediakan makanan berkualitas sangat penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan di restoran etnis di mana atmosfer tidak memuaskan. Temuan dan implikasi yang lebih rinci juga dibahas.

### 2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka konsep penelitian di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Makanan (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Berdasarkan pada pokok permasalahan yang diajukan, beserta tujuan penelitian yang dipaparkan, maka penelitian ini menggunakan gambaran model analisis sebagai berikut :



Sumber: Teori Kotler & penelitian sebelumnya

### 2.4 Hipotesis

H1. Diduga terdapat Pengaruh Kualitas Makanan secara parsial terhadap kepuasan Pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*

H2. Diduga terdapat pengaruh Kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*

H3. Diduga terdapat pengaruh yang simultan dan signifikan antara kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi dan Objek Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Sanur *Resort*, Jl. Danau Tamblingan No.64, Sanur, Kec. Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali. 80228. *The Sand Bar and Restaurant* Sanur merupakan salah satu restaurant yang cukup terkenal yang menjual berbagai macam jenis makanan Barat dengan bumbu khas lokal Bali.

#### **3.2. Definisi dan Indikator Operasional Variabel**

##### **3.2.1 Identifikasi Variabel**

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan dua variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tetap (*dependent*). Untuk memahami lebih dalam variabel – variabel tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*Independent*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan variabel terikat. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Makanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).
2. Variabel terikat (*dependent*) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel – variabel bebas yang penulis gunakan pada penelitian ini. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) di *The Sand Bar and Restaurant* Sanur

### 3.2.2 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini definisi operasional yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Kualitas Makanan (X<sub>1</sub>)

Kualitas Makanan adalah keseluruhan karakteristik dari suatu makanan atau minuman yang dapat memenuhi harapan konsumen. Faktor yang mempengaruhi kualitas makanan adalah rasa, kuantitas, variasi, higienitas, dan inovasi diukur dengan skala likert kepada pelanggan *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.

#### 2. Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi restoran untuk mencapai kepuasan pelanggan. Diukur dengan menggunakan skala likert dengan indikator meliputi indikator *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) kepada pelanggan *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.

#### 3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai evaluasi oleh konsumen terhadap sebuah produk atau pelayanan dengan anggapan bahwa apa yang diterimanya sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkannya. Indikator kepuasan pelanggan yaitu *fulfillment*, *pleasure*, dan *ambivalence* diukur dengan skala likert kepada pelanggan *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.

**Tabel 3. 1**

#### **Variabel dan Indikator Kuesioner**

No	Variabel	Kode Indikator	Nama Indikator	Definisi Operasional Indikator
1	Kualitas Makanan	X <sub>1.1</sub>	Rasa	Sajian makanan di <i>The Sand Bar and Restaurant Sanur</i> memiliki rasa yang baik

No	Variabel	Kode Indikator	Nama Indikator	Definisi Operasional Indikator
	Essinger dan Wylie (2003)			
		X1.2	Kuantitas	Komposisi bahan makanan yang disajikan memiliki jumlah yang sesuai
		X1.3	Variasi	The Sand Bar and Restaurant Sanur memiliki menu makanan yang bervariasi
		X1.4	Higienitas	Kebersihan dan Sanitasi makanan yang disajikan telah diolah dengan baik
		X1.5	Inovasi	Pengembangan menu makanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan
2	Kualitas Pelayanan Fandy Tjiptono dan Chandra (2011 : 232)	X2.1	Bukti Fisik	Penampilan fasilitas dan citra The Sand Bar and Restaurant yang ditunjukkan kepada pelanggan.
		X2.2	Keandalan	Kemampuan dan keramahan pegawai dalam melayani pelanggan.
		X2.3	Daya Tanggap	Kecekatan pegawai dalam melayani pelanggan.
		X2.4	Jaminan	Memberikan jaminan keamanan, ganti rugi pada layanan buruk yang diberikan pegawai kepada pelanggan.
		X2.5	Empati	Memberikan empati atau perhatian kepada pelanggan.
3	Kepuasan Pelanggan Zeithaml (2009)	Y1.1	<i>Fulfillment</i>	Perasaan senang akan terpenuhinya kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.
		Y1.2	<i>Pleasure</i>	Perasaan menyenangkan oleh pelanggan atas apa yang diterima.
		Y1.3	<i>Ambivalence</i>	Pengalaman yang dirasakan pelanggan saat berada di The Sand Bar and Restaurant Sanur.

### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Data Kuantitatif, yaitu data yang dapat dihitung dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, berupa jawaban yang diperoleh dari responden.
2. Data Kualitatif, yaitu data yang berupa uraian-uraian dan keterangan-keterangan dan tidak dapat dihitung. Diantaranya sejarah hotel, struktur organisasi, tingkat pendidikan karyawan dan data jumlah karyawan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*

#### **3.3.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh penulis melalui proses penyebaran kuesioner terhadap responder di *The Sand Bar and Restaurant Sanur* sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung, yaitu data tersebut diperoleh penulis dari buku-buku literatur yang memberikan informasi tentang pengaruh kualitas makanan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### **3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2010:61), populasi dapat didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Populasi sampel dari penelitian ini adalah semua pelanggan yang mengunjungi *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Setelah menentukan populasi, penulis menentukan teknik pengambilan sampel yang tepat untuk penelitian ini. Menurut Sugiyono (2017:217) pengertian teknik sampling adalah sebagai berikut: "Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian". Teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu *convenience sampling*. Menurut Hartono (2004) pengambilan sampel dengan *convenience sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Hair et al (2010) penentuan jumlah sampel yang *representative* yaitu tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel minimum} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 13 \times 5 \\ &= 65 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa sampel minimum menggunakan 65 sampel. Penelitian ini mengambil jumlah sampel sebanyak 66 sampel. Kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu pelanggan yang berada di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Proses penyebaran kuesioner dibutuhkan waktu selama 3 bulan yaitu pada bulan Mei 2022 - Juli 2022.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya. Menurut

Sugiyono (2017:231-240) Data yang diperlukan dalam penelitian dikumpulkan dengan mempergunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, hingga karya seni.

3. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih.

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. (Sugiyono, 2017:142) Diperlukan suatu cara untuk dapat mengkuantitatifkan data tersebut, yaitu dengan memberikan skor pada jawaban responden. Pemberian skor yang digunakan dalam penelitian ini

adalah skala Likert. Indikator – indikator penilaian yang dapat diukur pada skala likert yang memiliki 5 tingkat preferensi jawaban yang masing – masing mempunyai skor yaitu 1 sampai 5 dengan rincian sebagai berikut :

1. Sangat tidak setuju = 1
2. Tidak Setuju = 2
3. Netral = 3
4. Setuju = 4
5. Sangat Setuju = 5

(Sugiyono, 2017:94)

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Uji Validitas**

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Misalnya, meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti. Karena meteran memang mengukur panjang, meteran tersebut menjadi tidak valid jika mengukur berat (Sugiyono, 2017:121). Item instrumen yang digunakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka soal dinyatakan tidak valid. Menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan- 69 antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Uji

validitas akan menggunakan korelasi pearson product moment, dapat dicari dengan menggunakan rumus :

## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrumen yang tidak reliabel/konsisten (Sugiyono, 2017:121). Instrumen dinyatakan reliabel bila ( $r_i \geq 0,60$ ) dan bila ( $r_i \leq 0,60$ ) dinyatakan tidak reliabel. Pengujian uji reliabilitas dapat dicari dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum X_i \cdot Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \cdot (n \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}$$

Keterangan:

$r$	= Korelasi <i>product moment</i>
$X$	= Skor setiap item
$Y$	= Skor total
$n$	= Jumlah sampel

$$r_i = 1 - \frac{MK_e}{MK_s}$$

Keterangan:

$r_i$  = reliabilitas instrumen

$MK_e$  = mean kuadrat kesalahan

$MK_s$  = mean kuadrat antara subyek

(Sugiyono, 2017:132)

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratn) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ). Multikolinieritas terjadi jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0,60 dan dikatakan tidak terjadi Multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60. Adapun cara lain untuk menentukan Multikolinieritas yaitu:

- a. Nilai *tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistika.
- b. Nilai *variance inflation factor* (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat.

#### 2. Uji Asumsi Klasik Normalitas

Untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Jika distribusi data normal, maka analisis data dan pengujian hipotesis digunakan statistik parametrik.

#### 3. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas

Untuk mengukur sama atau tidaknya varians dari residual observasi satu dengan observasi lainnya. Jika residual mempunyai varians yang sama disebut homoskedastisitas, dan jika variansnya tidak sama disebut

heteroskedastisitas. Analisis uji asumsi klasik heteroskedastisitas hasil output SPSS melalui grafik scatterplot antara *Z prediction* (ZPRED) untuk variabel bebas (sumbu X=Y hasil prediksi) dan nilai residualnya (SRESID) merupakan variabel terikat (sumbu Y=Y prediksi - Y riil). Homoskedastisitas terjadi jika titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah ataupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang tertentu.

#### 4. Analisis Korelasi Berganda

Menurut Sunyoto (2012:166), korelasi berganda merupakan alat untuk mengukur hubungan atau tingkat asosiasi antara variabel-variabel bebas ( $X_1, 2, 3, \dots, n$ ) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan. Simbol koefisien korelasi berganda adalah R.

$$R_{y, X_1 X_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2 r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1 x_2}}{1 - r_{x_1 x_2}^2}}$$

Berdasarkan nilai R yang diperoleh, maka dapat dihubungkan  $-1 < R < 1$  yaitu sebagai berikut :

1. Apabila  $R = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel  $X_1, X_2$  dan Y, semua positif sempurna.
2. Apabila  $R = -1$ , artinya tidak terdapat hubungan antara variabel  $X_1, X_2$  dan Y, semua negatif sempurna.
3. Apabila  $R = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan korelasi

#### 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sunyoto (2012:133) analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antar variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel

bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ). Dikatakan linier karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus.

Persamaan estimasi regresi linier berganda sebagai berikut:

Keterangan:

$R_{y.x_1x_2}$  = korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2$  dengan variabel  $Y$

$r_{yx_1}$  = koefisien korelasi antara  $X_1$  dengan  $Y$

$r_{yx_2}$  = koefisien korelasi antara  $X_2$  dengan  $Y$

$r_{x_1x_2x_3}$  = koefisien korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2$

## 6. Analisis Koefisien Determinasi

Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel bebas ( $X$ ) secara bersama-sama terhadap variabel terikat ( $Y$ ) menurut Sugiyono (2017:286) dengan rumus, yaitu :

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$D$  = Koefisien determinasi

$R$  = Koefisien korelasi berganda

## 7. Analisis t-test

Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama dan kedua yaitu pengaruh variabel bebas yaitu  $X_1$  dan  $X_2$  secara parsial terhadap variabel terikat yaitu  $Y$ . Adapun langkah- langkah analisis menurut Algifari (2000:106) adalah sebagai berikut:

a) Menurut hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ )

$H_0 : \beta \leq 0$  : Ini berarti variabel bebas (X) tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : \beta > 0$  : ini berarti variabel bebas (X) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

b) Menentukan *level of significant* ( $\alpha$ ) dalam penelitian ini adalah sebesar 5%.

c) Menentukan kriteria pengujian :

$H_0$  diterima bila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$

$H_0$  ditolak bila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$

d) Menentukan t-hitung dengan rumus

$t = \frac{b - \beta}{Sb}$	<p>Keterangan :</p> <p>t= t yang dihitung</p> <p>b= koefisien regresi dari variabel bebas</p> <p><math>\beta</math>=beta</p> <p>Sb=tingkat kesalahan koefisien regresi</p>
----------------------------	--

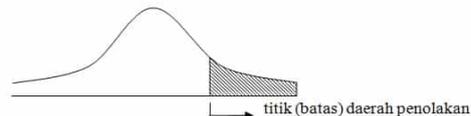
Nilai t-hitung dibandingkan t-tabel, apabila nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Ini berarti terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel maka keputusannya menerima hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menolak hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

e) Kurva distribusi t-test Menggambarkan pengaruh antara variabel bebas yaitu  $X_1$  dan  $X_2$  secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Y.

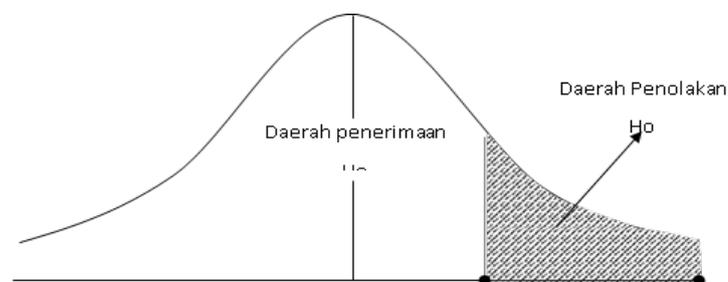
Gambar 3.1

## Kurva Normal Distribusi T-test

*Jika kita menggunakan notasi kurang dari (<) maka gambar distribusinya adalah sebagai berikut:*



Tabel t digunakan untuk menentukan titik kritis (batas) daerah penolakan yang dalam distribusi menggunakan notasi alpha ( $\alpha$ ), dan juga nilai dari hasil perhitungan statistik, sehingga kita bisa mengambil kesimpulan. Pada tabel t, nilai kritis dalam uji statistik satu sisi adalah:  $t(\alpha, v)$ ; dengan  $v = n-1$



sumber : Algifari (2000:107) dalam Prawira (2016)

f) Kesimpulan:

Merupakan langkah terakhir dari analisis yang dilakukan

## 8. Analisis F-test

Analisis F-test digunakan untuk menguji hipotesis yaitu pengaruh variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap variabel terikat  $Y$ . Langkah-langkah analisis menurut Malhotra et, al (2010:41) adalah sebagai berikut :

a) Menentukan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ )

ini berarti variabel  $X_1$  dan  $X_2$  tidak berpengaruh positif secara simultan

$$H_0 : b_1 = 0 ; b_2 = 0$$

terhadap variabel Y.

ini berarti variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> berpengaruh positif secara simultan terhadap

$$H_0 : b_1 = 0 ; b_2 \neq 0$$

variabel Y.

- b) Menentukan level of significant ( $\alpha$ ) dalam penelitian ini adalah sebesar 5%.
- c) Test statistik f-hitung dengan rumus :

$$F_h = \frac{R^2 : k}{(1 - R^2) : (n - k - 1)}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F-tabel

- d) Keputusan:

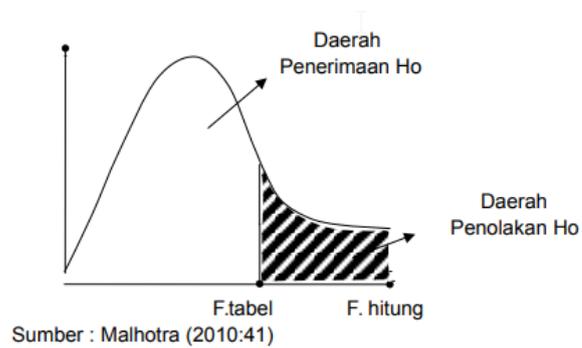
Nilai F-hitung dibandingkan F-tabel, apabila nilai F-hitung lebih besar dengan nilai F-tabel maka keputusannya menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yang artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel bebas (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap nilai variabel terikat (Y). sebaliknya jika nilai F-hitung lebih kecil dengan nilai F-tabel maka keputusannya menerima hipotesis nol ( $H_0$ ) yang artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel bebas (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh terhadap nilai variabel terikat (Y). Selain itu menguji signifikansi dengan ketentuan bila  $\text{sig.t} (p) \geq 0,05 = \text{tidak signifikan}$  dan  $\text{sig.t} (p) < 0,05 = \text{signifikan}$ .

## e) Kurva Distribusi F-test

Menggambarkan pengaruh antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap variabel terikat yaitu  $Y$ .

**Gambar 3.2**

**Kurva Normal Distribusi F – test**



## f) Kesimpulan

Merupakan langkah terakhir dari analisa yang dilakukan.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah The Sand Bar and Restaurant Sanur**

Pada awal Oktober 2012 seorang pengusaha daerah asli Sanur, yang lama berkecimpung dalam dunia bisnis, khususnya dunia pariwisata memutuskan untuk membuka usaha di bidang *culinary*. Berbekal pengalaman dengan kecintaan terhadap desa kelahirannya sendiri, beliau ingin mengangkat citra Sanur kearah yang lebih professional, bermartabat dan menjadi tujuan utama bagi para turis yang datang ke daerah Sanur. Maka pada Tanggal 26 Desember 2012 resmi dibuka “*SAND BEACH BAR AND RESTAURANT*” momen itu diambil untuk menyambut era baru, tahun baru 2013 yang penuh tantangan dengan semangat baru. Nama *sand* diambil dari lokasi berdirinya restaurant di tepi pesisir pantai Sanur dengan pasir (*Sand*) putih yang bersih. Sebuah bentuk usaha jasa di bidang *culinary* yang sangat professional dengan mengutamakan kualitas, didukung oleh lingkungan yang sangat nyaman dan keramahan penduduk asli yang bersahaja.

##### **4.1.2 Fasilitas Restoran**

*The Sand Bar & Restaurant* adalah restaurant *casual dining* yang menyajikan *Western Seafood* dengan nuansa seperti berada di kapal. Terletak di Sanur yang tepatnya berada di Jalan Danau Tamblingan No. 64 Sanur, Denpasar Selatan. *The Sand Bar* buka dari jam 08.00 WITA - 23.00 WITA dan menu yang ditawarkan dimulai dari Rp 40,000/porsi. Makanan yang ditawarkan beragam seperti *french fries, seafood platter, burger, chicken cordon bleu, dan* berbagai macam *western seafood*. Selain itu, ada berbagai minuman seperti jus, aneka minuman dingin, dan minuman beralkohol.

*The Sand Bar* Dikenal sebagai tempat favorit di kalangan para turis yang

datang ke pantai Sanur. Restoran ini menawarkan pemandangan (*Sunrise*) yang sangat menakjubkan dengan aura kalangan para local yang sangat ramah kepada para turis yang berdatangan dan mengadakan *Live Music* untuk menghibur pelanggan. *The Sand Bar & Restaurant* terada tepat di tepi pantai Sanur. Memiliki Areal restaurant yang cukup luas dengan fasilitas diantaranya adalah *Indoors* sejumlah 40 meja makan dan 8 kursi bar, *Outdoors* memiliki 20 *Sand Table* (tepat berada di tepi pantai). Restoran ini memiliki fasilitas penunjang lainnya seperti *wifi*, ayunan tepi pantai, dan tempat untuk berfoto.

Karyawan di *The Sand Bar* sendiri memiliki 17 karyawan. Pada bagian dapur atau bagian memasak makanan terdiri dari 5 karyawan, bagian bar memiliki 2 karyawan, kasir terdiri 1 karyawan, bagian mengantarkan makanan dan minuman ke konsumen dan bagian mengambil makanan atau minuman terdiri dari 9 karyawan.

#### Gambar 4.1

##### Suasana *The Sand Bar and Restaurant Sanur*



Sumber: Ulasan Google Maps *The Sand Bar and Restaurant*

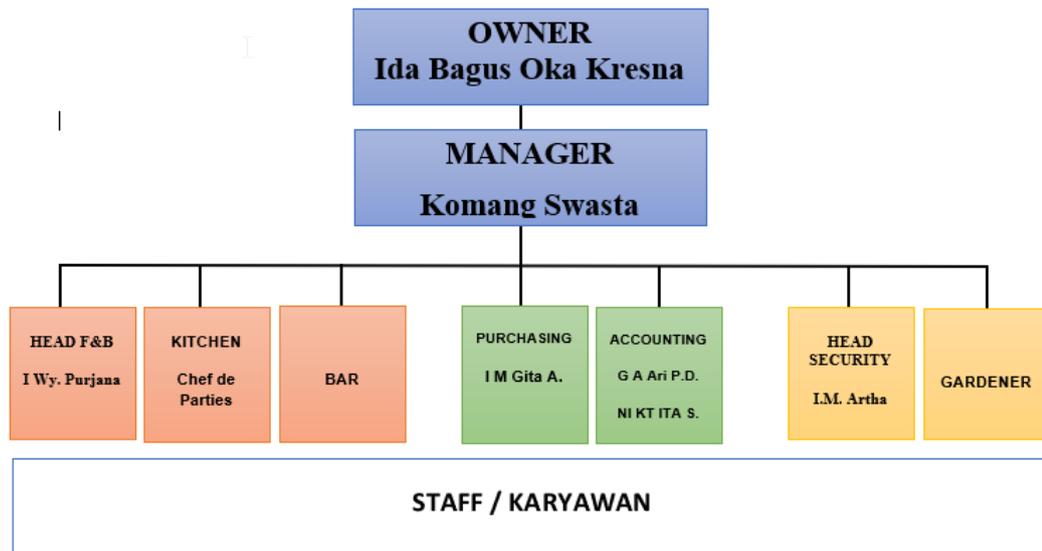
#### 4.1.3 Struktur Organisasi *The Sand Bar and Restaurant Sanur*

*The Sand Bar and Restaurant Sanur* dikelola oleh beberapa karyawan yang bekerja dan memiliki tanggung jawab di dalamnya sesuai dengan jabatannya

masing-masing. Struktur organisasi restoran merupakan suatu bagan untuk menggambarkan hubungan antara setiap jabatan dalam suatu lini usaha menurut fungsi, wewenang dan tanggung jawab yang kemudian dituliskan dalam bentuk diagram besar untuk mendapatkan garis hubungan yang jelas.

Manfaat memiliki struktur organisasi di restoran adalah untuk memberikan informasi tentang siapa yang bertanggung jawab atas restoran sehingga karyawan dapat melihat secara langsung posisi yang ada pada dirinya di dalam organisasi, dan untuk membedakan jalur koordinasi antara satu bagian dengan bagian lainnya juga untuk menunjukkan fungsi dan tanggung jawab yang ada. Berikut ini adalah struktur organisasi *The Sand Bar and Restaurant Sanur* :

**Gambar 4.2**  
**Struktur Organisasi *The Sand Bar and Restaurant Sanur***



Sumber: Dokumen *The Sand Bar and Restaurant Sanur* 2022

#### 4.1.4 Uraian Tugas

##### 1) *Restaurant Manager*

Tugas dan tanggung jawab restaurant manager di *The Sand Bar and*

Restaurant Sanur adalah sebagai berikut:

1. Menjalankan, mengendalikan dan mengevaluasi visi dan misi perusahaan di unit yang dipimpin.
2. Mengontrol seluruh personalia restoran.
3. Mengontrol jam kerja atau absensinya.
4. Selalu menjaga mutu pelayanan dan konsistensi
5. Bertanggung jawab atas operasional seluruh restoran.
6. Mengorganisasikan restoran
7. Mengadministrasikan kegiatan restoran
8. Mengatur persiapan tempat dan banquet
9. Berkoordinasi dengan staf secara periodik.
10. Mengontrol dan mengevaluasi kualitas menu dan kinerja pelayanan
11. Mengorganisasi kegiatan promosi dan pemasaran.
12. Mengatur dan mengevaluasi barang persediaan.
13. Mengatur dan mengevaluasi standar kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kesejahteraan karyawan.
14. Membuat laporan operasional kegiatan secara periodik.

## 2) *Purchasing*

Tugas dan tanggung jawab *Purchasing* di The Sand Bar and Restaurant Sanur adalah sebagai berikut:

1. Membeli barang atau jasa dari pihak ketiga untuk kebutuhan operasional restoran.
2. Membeli kebutuhan bahan baku yang diperlukan restaurant.
3. Membeli barang atau jasa yang dibutuhkan oleh divisi lain.

## 3) *Accounting*

Tugas dan tanggung jawab *Accounting* di The Sand Bar and Restaurant Sanur adalah sebagai berikut:

1. Mengelola administrasi keuangan restoran.
2. Menyusun dan membuat laporan keuangan restoran, menyiapkan dan membuat anggaran pemasukan dan pengeluaran restoran secara berkala.
3. Menyusun dan membuat surat-surat yang berkaitan dengan perbankan, menyusun dan membuat laporan pajak restoran, melakukan pembayaran gaji karyawan.

4) *Gardener*

Bertugas mengatur tata kelola taman agar tetap terlihat bersih dan tertata rapi di The Sand Bar and Restaurant Sanur. Taman tersebut tidak hanya indoor namun juga outdoor.

5) *Supervisor Bar*

1. Tugas dan tanggung jawab Supervisor Bar di The Sand Bar and Restaurant Sanur adalah sebagai berikut:
2. Bertanggung jawab untuk membantu pengoperasian bar, memastikan bahwa pelanggan menerima layanan terbaik
3. Menjunjung tinggi tingkat produktivitas staf yang konstan
4. Memastikan bahwa anggaran bar tidak terlampaui
5. Menjaga standar kesehatan dan keselamatan di dalam bar.

6) *F&B Service dan Head Waiter*

Tugas dan tanggung jawab *F&B Service dan Head Waiter* di The Sand Bar and Restaurant Sanur adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab kepada Restaurant Manager terhadap lancarnya operasional di sebuah restoran.
2. Memeriksa buku reservasi dan log-book, merencanakan tempat yang sesuai serta tata letak dekorasi agar pelanggan merasa nyaman.
3. Memberikan pengetahuan dan arahan menu kepada staf bawahan sebelum restoran mulai dibuka

4. Memeriksa tugas-tugas yang telah di instruksikan mulai dari absensi sampai dengan jadwal kerja semua bagian
5. Menangani keluhan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan restoran.

#### 7) *Head Security*

Tugas dan tanggung jawab *Head Security* di The Sand Bar and Restaurant Sanur adalah sebagai berikut:

1. Bertugas sebagai pengawasan dan tanggap darurat.
2. Menerapkan peraturan dan kebijakan dan prosedur untuk mempertahankan standar keamanan.

#### 8) *Kitchen Chef de parties*

Tugas dan tanggung jawab *Kitchen Chef de parties* di The Sand Bar and Restaurant Sanur adalah sebagai berikut:

1. Mengawasi pekerjaan di section/station yang dipimpinnya.
2. Mengawasi kegiatan operasional dan memberikan briefing setiap harinya.
3. Membagikan pekerjaan rutin atau harian untuk semua stafnya.
4. Membantu dalam penyelesaian masalah atau kendala pada kegiatan operasional.

## **4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian**

Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan bantuan program SPSS 24.0 *for windows* adalah sebagai berikut.

### **4.2.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Pengujian validitas masing-masing instrumen penelitian yang diperoleh dari jawaban kuesioner sangat penting dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian yang valid. Item instrumen yang digunakan dinilai valid apabila rhitung

> rtabel. Jika rhitung < rtabel maka soal dinyatakan tidak valid.(Arikunto, 2013:89)

Untuk mengetahui nilai r tabel dengan jumlah responden 66 dan angka signifikansi yang ditentukan 5% maka berdasarkan r tabel instrumen dinyatakan valid bila koefisien korelasi ( $r \geq 0,3$ ) dan bila ( $r \leq 0,3$ ) dinyatakan tidak valid.

Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian**

No.	Variabel	Kode Indikator	Validitas		
			Koefisien Korelasi	Syarat Valid	Keterangan
1.	Kualitas Makanan	X1.1	0,643	0,3	Valid
		X1.2	0,555	0,3	Valid
		X1.3	0,571	0,3	Valid
		X1.4	0,601	0,3	Valid
		X1.5	0,516	0,3	Valid
2.	Kualitas Pelayanan	X2.1	0,688	0,3	Valid
		X2.2	0,482	0,3	Valid
		X2.3	0,610	0,3	Valid
		X2.4	0,574	0,3	Valid
		X2.5	0,420	0,3	Valid
3.	Kepuasan Pelanggan	Y1.1	0,645	0,3	Valid
		Y1.2	0,694	0,3	Valid
		Y1.3	0,652	0,3	Valid

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa instrumen penelitian variabel Kualitas Makanan ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) seluruhnya adalah valid. Syarat yang harus dipenuhi yaitu sebagai berikut: Jika  $r \geq 0,3$  maka item-item tersebut dinyatakan valid. Dan jika  $r \leq 0,3$  maka item-item tersebut dinyatakan tidak valid. Berdasarkan uji validitas, semua koefisien korelasi berada diatas 0,3. Maka dapat disimpulkan bahwa, masing-masing pertanyaan adalah valid.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Pengujian reliabilitas masing-masing instrumen penelitian yang diperoleh dari jawaban kuesioner dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian yang reliable. Instrumen yang reliabel berarti instrumen tersebut akan menghasilkan data yang sama apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama. Ketentuan suatu instrumen dikatakan reliabel atau handal, apabila memiliki koefisien *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.2 adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

No.	Variabel	Kode Indikator	Reliabilitas		
			Cronbach's Alpha	Syarat Reliable	Keterangan
1.	Kualitas Makanan	X1.1	0,710	0,60	<i>Reliable</i>
		X1.2	0,712	0,60	<i>Reliable</i>
		X1.3	0,709	0,60	<i>Reliable</i>
		X1.4	0,730	0,60	<i>Reliable</i>

		X1.5	0,706	0,60	<i>Reliable</i>
2.	Kualitas Pelayanan	X2.1	0,700	0,60	<i>Reliable</i>
		X2.2	0,714	0,60	<i>Reliable</i>
		X2.3	0,705	0,60	<i>Reliable</i>
		X2.4	0,708	0,60	<i>Reliable</i>
		X2.5	0,703	0,60	<i>Reliable</i>
3,	Kepuasan Pelanggan	Y1.1	0,710	0,60	<i>Reliable</i>
		Y1.2	0,746	0,60	<i>Reliable</i>
		Y1.3	0,702	0,60	<i>Reliable</i>

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa instrumen penelitian variabel Kualitas Makanan ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) seluruhnya adalah reliable. Dikatakan reliabel karena semua instrumen penelitian memiliki koefisien *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti seluruh instrumen penelitian adalah reliable atau handal karena jawaban tiap responden dianggap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian menunjukkan seluruhnya adalah valid dan reliabel sehingga seluruh instrumen dapat digunakan dalam analisis.

### 4.3 Deskripsi Data

#### 4.3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden dalam penelitian ini peneliti bagi menjadi enam karakter, yakni: berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, lama menginap, tujuan menginap dan asal negara. Deskripsi mengenai karakteristik

responden penelitian peneliti jabarkan pada tabel-tabel berikut:

## 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3

### Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin / Gender	Count of Jenis Kelamin / Gender	Persentase (%)
Perempuan / Female	44	66,67%
Laki - Laki / Male	22	33,33%
(blank)	0	0,00%
<b>Grand Total</b>	<b>66</b>	<b>100,00%</b>

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa dari 66 responden terdapat 44 orang (66.67%) berjenis kelamin perempuan dan 22 orang (33,33%) berjenis kelamin laki-laki. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden pada *The Sand Bar and Restaurant Sanur* berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan pengunjung yang tertarik mengunjungi *The Sand Bar and Restaurant Sanur* adalah perempuan.

## 2. Berdasarkan Usia

Tabel 4.4

### Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Umur / Age	Count of Umur / Age	Persentase (%) 66 responden
> 40	29	43,94%
30 - 39	18	27,27%
18 - 21	16	24,24%
22 - 29	3	4,55%
(blank)	0	0,00%
<b>Grand Total</b>	<b>66</b>	<b>100,00%</b>

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa dari 66 responden terdapat 29 orang (43.94%) memiliki usia >40 tahun, 18 orang (27,27%) memiliki usia 30-39 tahun, 16 orang (24.24%) memiliki usia 18-21 tahun dan 3 orang atau (4.55%) memiliki usia <20 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden di *The Sand Bar and Restaurant Sanur* adalah rentangan usia >40 tahun.

### 3. Berdasarkan Asal Negara

**Tabel 4.5**

**Karakteristik Responden berdasarkan Asal Negara**

No.	Asal Negara	Count of Asal Negara	Persentase %
1.	Indonesia	20	30,30%
2.	Australia	17	25,76%
3.	UK	12	18,18%
4.	Singapore	7	10,61%
5.	Germany	6	9,09%
6.	South Korea	2	3,03%
7.	Russia	2	3,03%
<b>Grand Total</b>		<b>66</b>	<b>100,00%</b>

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa dari 66 responden terdapat 20 orang (30.30%) berasal dari Indonesia, 17 orang (25.76%) berasal dari Australia, 12 orang (18.18%) berasal dari *United Kingdom*, 7 orang (10.61%) berasal dari *Singapore*, 6 orang (9.09%) berasal dari *Germany*, 2 orang (3.03%) berasal dari *South Korea*, dan 2 orang (3.03%) berasal dari *Russia*. Keadaan ini menunjukan

bahwa mayoritas responden di *The Sand Bar and Restaurant* Sanur adalah berkewarganegaraan mancanegara.

#### 4.3.2 Analisis Deskriptif

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 66 orang pelanggan yang mengunjungi *The Sand Bar and Restaurant* Sanur yang dijadikan sebagai responden. Variabel *Integrated Marketing Kualitas Makanan* (X1) memiliki 5 pernyataan, Variabel *Kualitas Pelayanan* (X2) memiliki 5 pernyataan dan variabel *Kepuasan Pelanggan* (Y) memiliki 3 pernyataan. Penelitian secara kuantitatif menggunakan skala interval dengan mengintegrasikan rata-rata skor menurut kategori penilaiannya.

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Interval =  $\frac{\text{Range}}{\text{Skala}} = \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$

Skala 5 5

Dari nilai interval kelas maka diperoleh batas-batas klasifikasi (criteria) dengan kategori penilaian sebagaimana dipaparkan pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4.6**

#### Interpretasi Nilai Rata-Rata Kuesioner

Nilai Rata-Rata	Keterangan
1,00 - 1,80	Sangat Kurang baik
1,81 - 2,60	Kurang Baik
2,61 - 3,40	Cukup Baik
3,41 - 4,20	Baik
4,21 - 5,00	Sangat Baik

Sumber: Sugiyono, 2017

Distribusi jawaban responden pada tiap-tiap variabel dapat dilihat pada penjelasan sebagai berikut:

## 1. Kualitas Makanan (X<sub>1</sub>)

Kualitas Makanan dalam penelitian ini merupakan variabel bebas pertama yang disimbolkan dengan X<sub>1</sub>. Distribusi frekuensi jawaban masing-masing indikator variabel Kualitas Makanan dari 66 orang responden di *The Sand Bar and Restaurant Sanur* dilihat pada Tabel 4.7 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

### **Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Makanan (X<sub>1</sub>)**

No.	Indikator		Jawaban Responden					Rata-rata	Kategori
			STS	TS	KS	S	SS		
1.	X1.1	Rasa	0	0	4	69	23	4,20	Baik
2.	X1.2	Kuantitas	0	11	6	23	56	4,16	Baik
3.	X1.3	Variasi	0	2	7	63	24	4,15	Baik
4.	X1.4	Higienitas	0	1	7	62	26	4,01	Baik
5.	X1.5	Inovasi	8	17	6	22	43	3,76	Baik
<b>Rata-Rata Skor</b>								<b>4,06</b>	<b>Baik</b>

Berdasarkan jawaban responden pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa indikator X<sub>1.5</sub> merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah dengan nilai rata-rata 3,76 pada pernyataan ``*The Sand Bar and Restaurant Sanur* memiliki pengembangan menu makanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. (*The Sand Bar and Restaurant Sanur have innovation of menu depends on customer needs.*)``

Sedangkan Indikator X<sub>1.1</sub> merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,20 pada pernyataan “Sajian makanan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur* memiliki rasa yang baik. (*The Food in The Sand Bar and Restaurant Sanur*

*have a good flavor*)`` Nilai rata-rata keseluruhan yaitu 4,06 yang berada di kisaran 3,41-4,20 yang berarti bahwa Kualitas Makanan dalam kondisi yang baik.

## 2. Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini merupakan variabel bebas kedua yang disimbolkan dengan X<sub>2</sub>. Distribusi frekuensi jawaban masing-masing indikator variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) dari 66 orang responden di *The Sand Bar and Restaurant* dilihat pada Tabel 4.8 adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8**

**Distribusi Frekuensi Jawaban  
Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

No.	Indikator Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )		Jawaban Responden					Rata-rata	Kategori
			STS	TS	KS	S	SS		
1.	X <sub>2.1</sub>	Bukti Fisik	0	1	7	62	26	4,01	Baik
2.	X <sub>2.2</sub>	Keandalan	0	2	4	59	31	4,24	Sangat Baik
3.	X <sub>2.3</sub>	Daya Tanggap	0	1	7	62	26	4,10	Baik
4.	X <sub>2.4</sub>	Jaminan	0	2	7	63	24	4,15	Baik
5.	X <sub>2.5</sub>	Empati	0	4	8	61	23	4,07	Baik
<b>Rata-Rata Skor</b>								<b>4,11</b>	<b>Baik</b>

Berdasarkan jawaban responden pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa indikator X<sub>2.1</sub> merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah dengan nilai rata-rata 4,01 pada pernyataan ``Penampilan fasilitas dan citra *The Sand Bar and Restaurant Sanur* ditunjukkan dengan baik. (*The Atmosphere at The Sand Bar and Restaurant Sanur have good image.*)`` Sedangkan indikator X<sub>2.2</sub> merupakan

indikator dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,24 pada pernyataan ``Pelayan melayani dengan ramah, memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik saat melayani pelanggan. (*The waitress give friendly service, have skill and knowledge about the menu to serve customer.*)``. Nilai rata-rata keseluruhan yaitu 4,11. Berdasarkan interpretasi nilai yang sudah dipaparkan pada tabel 4.6 maka hasil frekuensi jawaban untuk variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) berada di kisaran 3,41-4,20 yang berarti Kualitas Pelayanan berada dalam kondisi baik.

### 3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini merupakan variabel tetap yang disimbolkan dengan Y. Distribusi frekuensi jawaban masing-masing indikator variabel Kepuasan Pelanggan dari 66 orang responden di The Sand Bar and Restaurant Sanur dilihat pada Tabel 4.9 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel**  
**Kepuasan Pelanggan (Y)**

No.	Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)		Jawaban Responden					Rata-rata	Kategori
			STS	TS	KS	S	SS		
1.	Y <sub>1.1</sub>	<i>Fulfillment</i>	0	0	6	64	26	4,21	Sangat Baik
2.	Y <sub>1.2</sub>	<i>Pleasure</i>	0	1	7	62	26	4,18	Baik
3.	Y <sub>1.3</sub>	<i>Ambivalence</i>	0	0	5	70	21	4,17	Baik
<b>Rata-Rata Skor</b>								<b>4,18</b>	<b>Baik</b>

Berdasarkan jawaban responden pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa indikator Y<sub>1.3</sub> merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah dengan nilai rata-rata 4,17 pada pernyataan "Pengalaman yang baik saat berada di The

Sand Bar and Restaurant Sanur. (*I have good ambivalence while in The Sand Bar and Restaurant Sanur.*). Sedangkan indikator Y<sub>1.1</sub> merupakan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,21 pada pernyataan “Makanan dan pelayanan yang saya dapatkan memenuhi atau melebihi ekspektasi saya. (The food and services that I get match or exceed my expectations)”. Nilai rata-rata keseluruhan yaitu 4,18. Berdasarkan interpretasi nilai yang sudah dipaparkan pada tabel 4.6 maka hasil frekuensi jawaban untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berada pada kisaran 3,41-4,20 yang berarti Kepuasan Pelanggan berada dalam kondisi baik.

#### 4.4 Analisis Inferensial

##### 4.4.1 Uji Asumsi Klasik

##### 4.4.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Keputusan untuk menentukan normal atau tidaknya distribusi data, dapat dilihat pada Tabel 4.10 adalah sebagai berikut.

**Table 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0038977
	Std. Deviation	1.17038753
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.074
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel 4.10 nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,145.

Nilai *Sig.* > 0,05 sehingga dapat disimpulkan seluruh data berdistribusi normal.

#### 4.4.1.2 Uji Multikolinieritas

Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa dalam regresi berganda gejala korelasi antar variabel bebas seharusnya tidak ada. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya yaitu *variance inflation factor (VIF)*. Nilai *Tolerance* dan *VIF* dapat dilihat pada Tabel 4.11 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**

#### Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Makanan (X <sub>1</sub> )	0,923	1,084	Non Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	0,673	1,084	Non Multikolinieritas

Dari hasil pada Tabel 4.14 tersebut dapat dilihat bahwa nilai tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi antara Kualitas Makanan (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>).

#### 4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.12**

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Hasil Uji		Keterangan
	Sig	Syarat	
Kualitas Makanan (X <sub>1</sub> )	0,996	>0,05	Non Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	0,835	>0,05	Non Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik maka diketahui pada persamaan regresi bahwa distribusi data adalah normal, tidak terjadi gejala multikolinearitas, dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sehingga model regresi bisa digunakan

karena mendapatkan hasil prediksi yang baik atau bisa bisa memberikan manfaat dengan benar.

#### 4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara simultan antara Kualitas Makanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ). Regresi linier berganda dinyatakan dalam bentuk persamaan garis regresi linier berganda adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Kepuasan Pelanggan

$a$  = Nilai Konstanta

$X_1$  = Kualitas Makanan

$X_2$  = Kualitas Pelayanan

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

$e$  = Standar error, yaitu pengaruh variabel lain yang tidak masuk dalam model, tapi ikut mempengaruhi.

Adapun hasil analisis regresi linier berganda disajikan pada tabel 4.13 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**

V. Terikat	V. Bebas	r. Parsial	B	Beta	T. Hitung	sig
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Makanan (X1)	0.299	0.238	0.216	2.658	0.010
	Kualitas Pelayanan (X2)	0.230	0.159	0.182	0.2004	0.049
R = 0,818 D = 0,668 t.tabel = 1,66600 Konstanta = -216 Persamaan Regresi, $Y = -216 + 0,238X_1 + 0,159X_2$						

F.Hitung = 48.377 sig F = 0,000 f.tabel = 2,73
--

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan garis regresi linier antara Kualitas Makanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) adalah sebagai berikut:

$$Y = -216 + 0,238X_1 + 0,159X_2$$

Berdasarkan nilai  $\alpha$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  diperoleh persamaan garis regresi linier berganda antara Kualitas Makanan ( $X_1$ ) dan kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) memberikan informasi bahwa nilai konstanta ( $a$ ) sebesar -216, artinya jika Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan sebesar nol, maka Kepuasan Pelanggan adalah sebesar -216. Kemudian nilai koefisien Kualitas Makanan sebesar 0,238, artinya apabila Kualitas Pelayanan tetap konstan, maka meningkatnya skor Kualitas Makanan sebanyak satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya skor Kepuasan Pelanggan sebesar 0,238. Sedangkan nilai koefisien Kualitas Pelayanan adalah 0,159, artinya jika Kualitas Makanan tetap konstan, maka meningkatnya skor Kualitas Pelayanan sebanyak satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya skor Kepuasan Pelanggan sebesar 0,159.

#### 4.4.3 Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di *The Sand Bar Restaurant Sanur*. Tabel 4.13 juga

menunjukkan hasil analisis koefisien parsial, di mana nilai koefisien parsial menunjukkan hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen, dengan mengontrol variabel independen lainnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien parsial  $x_1$  (Kualitas Makanan) adalah sebesar 0,299 yang menunjukkan hubungan yang lemah dengan Kepuasan Pelanggan ketika mengontrol Kualitas Pelayanan. Begitu juga dengan nilai koefisien parsial  $x_2$  (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,230 yang juga menunjukkan hubungan yang lemah dengan Kepuasan Pelanggan ketika mengontrol Kualitas Makanan. Namun, secara simultan, hasil analisis korelasi berganda menunjukkan nilai  $r = 0,818$  yang menunjukkan hubungan yang sangat kuat secara bersama-sama antara Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di The Sand Bar Restaurant Sanur. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan di The Sand Bar Restaurant Sanur.

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

Analisis ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi hubungan secara simultan variabel yang diteliti, yaitu antara variabel bebas Kualitas Makanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ). Rumus untuk menentukan besarnya koefisien determinasi adalah  $D = R^2 \times 100\%$ , maka:

$$\begin{aligned} D &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,468 \times 100\% \\ &= 46,8\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai adjusted  $R^2 = 46,8\%$ , artinya sebesar 46,8% Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Makanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sedangkan sisanya sebesar 53,2%

(100%-46,8%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

#### 4.4.5 Uji Signifikansi Parameter Individual (t-test)

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi masing-masing koefisien regresi  $b_1$  dan  $b_2$  sehingga diketahui apakah secara individual pengaruh antara Kualitas Makanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) adalah signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan dengan hasil uji signifikansi parameter individual sebagai berikut:

##### 1. Variabel Kualitas Makanan ( $X_1$ )

###### 1. Penentuan Formulasi Hipotesis

Adapun ketentuan pengujian koefisien regresi  $b_1$  sebagai berikut:

- a.  $H_0: b_1 \leq 0$ , berarti tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas

Makanan ( $X_1$ ) secara parsial dengan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

- b.  $H_a: b_1 > 0$ , berarti ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas

Makanan ( $X_1$ ) secara parsial dengan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

###### 2. Ketentuan pengujian

Dengan menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ( $\alpha=0,05$ ), derajat kebebasan =  $n-2 = 66-2 = 64$ , test dua sisi maka diperoleh  $DF = 66 - 2 = 64$  jadi  $t.tabel = 1,66600$

###### 3. Kriteria Pengujian

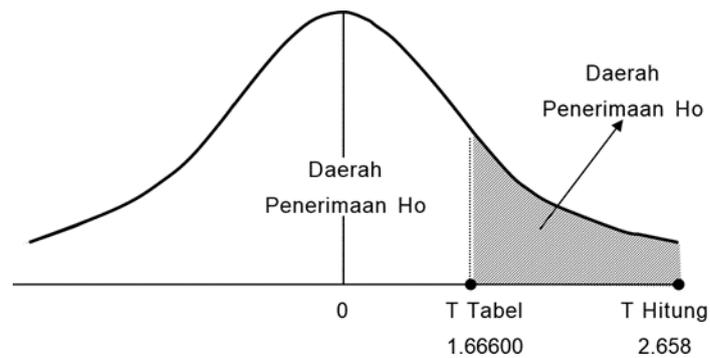
- a.  $H_0$  ditolak apabila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel } 3,2$ , atau nilai sig.  $< 0,05$ .

- b.  $H_0$  diterima apabila  $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel } 3,2$ , atau nilai sig.  $> 0,05$ .

###### 4. Menggambar daerah penerimaan atau penolakan $H_0$ .

#### Gambar 4.2

#### Kurva Distribusi Uji-t Variabel Kualitas Makanan ( $X_1$ )



## 5. Penarikan Kesimpulan

Sesuai hasil perhitungan dan berdasarkan Gambar 4.2 maka diperoleh  $t_{h1}$  adalah 2.658 lebih besar dari t-tabel 1,66600 berada pada daerah penolakan  $H_0$  maka Kualitas Makanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) dan tidak diperoleh secara kebetulan.

## 2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )

Adapun ketentuan pengujian koefisien regresi  $b_2$  sebagai berikut:

### 1. Penentuan Formulasi Hipotesis

- a.  $H_0: b_2 \leq 0$ , berarti tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas

Pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial dengan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

- b.  $H_a: b_2 > 0$ , berarti ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas

Pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial dengan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

### 2. Ketentuan Pengujian

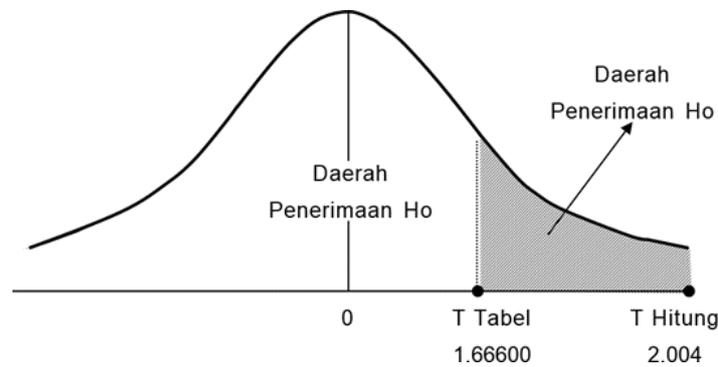
Dengan menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ( $\alpha=0,05$ ),  $DF = 66 - 2 = 64$  jadi t.tabel = 1,66600.

### 3. Kriteria Pengujian

- a.  $H_0$  ditolak apabila t-hitung  $>$  t-tabel, atau nilai sig.  $<$  0,05.  
 b.  $H_0$  diterima apabila t-hitung  $\leq$  t-tabel, atau nilai sig.  $>$  0,05

### 4. Menggambar daerah penerimaan atau penolakan $H_0$

Gambar 4.4

Kurva Distribusi Uji-t Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)

## 5. Penarikan Kesimpulan

Sesuai hasil perhitungan dan berdasarkan Gambar 4.3 maka diperoleh  $t_h$  adalah 2,004 lebih besar dari t-tabel 1,66600 berada pada daerah penolakan  $H_0$  maka Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dan tidak diperoleh secara kebetulan.

## 4.4.6 Uji Statistik F (F-test)

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi  $b_1$  dan  $b_2$  sehingga diketahui apakah Kualitas Makanan (X<sub>1</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Langkah-langkah uji statistiknya adalah:

1. Penentuan formulasi harus disesuaikan dengan hipotesis
  - a.  $H_0: b_1, b_2 \leq 0$ , berarti tidak ada pengaruh signifikan secara simultan antara Kualitas Makanan (X<sub>1</sub>), Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
  - b.  $H_a: b_1, b_2 > 0$ , berarti ada pengaruh signifikan secara simultan antara Kualitas Makanan (X<sub>1</sub>), Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Penentuan *level of significance*

Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% ( $\alpha=0,05$ ), maka diperoleh DF pembilang =  $k - 1$ , ( $3 - 1 = 2$ ), DF penyebut =  $n - k$  ( $66 - 2 = 64$ ) jadi  $f$  tabel = 2,73

3. Kriteria Penerimaan dan Penolakan  $H_0$

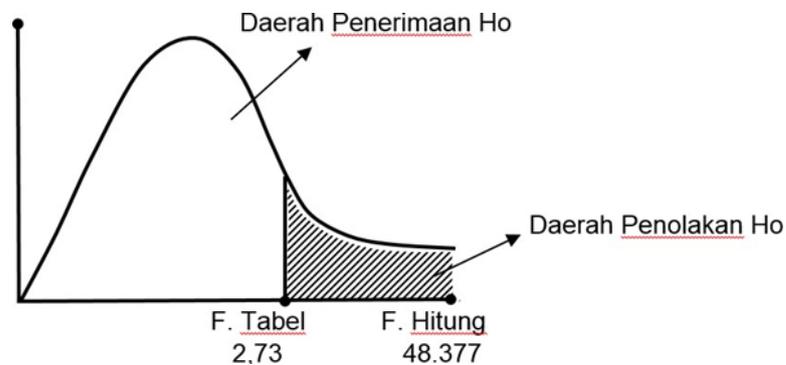
- a.  $H_0$  ditolak apabila  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , atau nilai sig.  $< 0,05$ .
- b.  $H_0$  diterima apabila  $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$ , atau nilai sig.  $> 0,05$ .

4. Penentuan nilai  $F$ -hitung

Nilai  $f$ -hitung = 48.377

**Gambar 4.5**

**Kurva Distribusi Uji F**



5. Penarikan Kesimpulan.

Berdasarkan hasil perhitungan dan sesuai Gambar 4.4 diperoleh  $F$  hitung =  $48.377 > F\text{-tabel} = 2.73$  berada pada daerah penolakan  $H_0$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Berarti memang benar ada ada pengaruh signifikan secara simultan antara Kualitas Makanan ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) dan tidak diperoleh secara kebetulan.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Makanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Hal ini dapat dibuktikan dari koefisien regresi  $b_1X_1$  yang bernilai positif sebesar 0,238. Berdasarkan hasil uji statistik t-test yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  2.658 lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  1,66600 yang berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Hasil analisis juga menunjukkan tingkat signifikansinya sebesar 0.010 yang memenuhi ketentuan signifikansi  $<0.05$ .
2. Adanya pengaruh positif secara parsial dan signifikan antara Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Hal ini dapat dibuktikan dari koefisien regresi  $b_2X_2$  yang bernilai positif sebesar 0.159. Selain itu berdasarkan hasil uji statistik t-test yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  2.004 lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  1,66600 yang berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Hasil analisis juga menunjukkan tingkat signifikansinya sebesar 0.049 yang memenuhi ketentuan signifikansi  $<0.05$ .
3. Adanya pengaruh positif secara simultan dan signifikan antara Kualitas Makanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Hal ini dapat dibuktikan dari analisis regresi berganda  $Y = -216 + 0,238X_1 + 0,159X_2$ . Selain itu

4. berdasarkan hasil uji F dimana  $F_{hitung}$  48.377 lebih besar dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  2,73 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan nilai signifikansi  $F$  0,000. Serta melalui analisis determinasi berganda kualitas makanan dan kualitas pelayanan sebesar 46,8% terhadap kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai rata-rata dari variabel kualitas makanan ( $X_1$ ) di *The Sand Bar and Restaurant Sanur* memiliki nilai rata-rata keseluruhan yaitu 4,06 yang berada di kisaran 3,41-4,20 yang berarti bahwa Kualitas Makanan dalam kondisi yang baik. Akan tetapi, *The Sand Bar and Restaurant Sanur* harus lebih meningkatkan inovasi menu makanan yang disajikan, khususnya indikator  $X_{1.5}$  merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah dengan nilai rata-rata 3,76 pada pernyataan ``*The Sand Bar and Restaurant Sanur* memiliki pengembangan menu makanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. (*The Sand Bar and Restaurant Sanur have innovation of menu depends on customer needs.*)`` Maka dari itu pihak restaurant dapat mendiskusikan inovasi-inovasi baru untuk menu-menu lain yang dapat dikembangkan untuk menarik lebih banyak pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.
2. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai rata-rata dari variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*) berada di kisaran 3,41-4,20 yang berarti Kualitas Pelayanan berada dalam kondisi baik. Akan tetapi, jawaban responden pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa indikator  $X_{2.1}$  merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah dengan nilai rata-

rata 4,01 pada pernyataan ``Penampilan fasilitas dan citra *The Sand Bar and Restaurant Sanur* ditunjukkan dengan baik. (*The Atmosphere at The Sand Bar and Restaurant Sanur have good image.*)`` Maka dari itu, pihak *The Sand Bar and Restaurant Sanur* dapat memberikan perhatian khusus pada penampilan dan fasilitas yang disediakan oleh *The Sand Bar and Restaurant Sanur*, salah satunya dengan memperbaiki fasilitas yang ada untuk kenyamanan dan untuk menarik perhatian pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.

3. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai rata-rata dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Nilai rata-rata keseluruhan yaitu 4,18. Berdasarkan interpretasi nilai yang sudah dipaparkan pada tabel 4.6 maka hasil frekuensi jawaban untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berada pada kisaran 3,41-4,20 yang berarti Kepuasan Pelanggan berada dalam kondisi baik. Akan tetapi, indikator Y<sub>1.3</sub> merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah dengan nilai rata-rata 4,17 pada pernyataan "Pengalaman yang baik saat berada di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. (*I have good ambivalence while in The Sand Bar and Restaurant Sanur.*) Walaupun indikator tersebut dinilai sudah baik namun alangkah baiknya jika pihak *The Sand Bar and Restaurant Sanur* dapat membangun koneksi antara karyawan dan pelanggan dengan mendorong karyawan untuk menanyakan mengenai pengalaman dan *feedback* secara regular dari para pelanggan setelah menikmati makanan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Sehingga, dari masukan yang didapat, maka *The Sand Bar and Restaurant Sanur* dapat memperbaiki atau meningkatkan lagi kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.
4. Berdasarkan hasil analisis korelasi berganda, diperoleh nilai R sebesar 0,818 yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat secara bersama-sama antara kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Namun, terdapat 53,2% variabilitas kepuasan pelanggan yang tidak dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen (kualitas makanan dan kualitas pelayanan) yang telah dipilih dalam penelitian ini. Oleh karena itu, saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*. Misalnya, dapat diteliti faktor-faktor seperti harga, lokasi, promosi, dan kualitas lingkungan yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di restoran. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, hasil penelitian dapat lebih komprehensif dan memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor apa saja yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A.Al-Tit, 2015, *The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention*, Business Administration Department, College of Business & Economics (CBE), Qassim University, Kingdom of Saudi Arabia
- Aryani, Dwi., Febrina Rosinta."Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 2010
- Bali tourism statistics, 2022.* ``Statistical Data of Foreign Tourist Visit to Bali in 2022`<https://balimanagement.villas/blogs/bali-tourism-statistic/#:~:text=Statistical%20Data%20of%20Foreign%20Tourist,of%204.84%25%20over%20September%202022.>
- Chang, Jane and Rieple. 2013 . *Assessing Students' Entrepreneurial Skills Development in Live Project. Journal of Small Bussiness and Enterprise Development Vol 20 No 1 pp 36 – 49.*
- Daulika, D., & Millanyani, H. 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Hotel Aston Primera Pasteur Bandung*, *Jurnal Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
- Dianto, I.W. "Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No.30 Yogyakarta." Yogyakarta; Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi.2013
- Donal Ivantoro dan Gendon Barus. 2017. "Peningkatan Karakter Self Leadership Melalui Layanan Bimbingan Klasikal Dengan Pendekatan Experiential Learning" Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Foster, Bill. 2001. *Pembinaan untuk Karyawan Peningkatan Kinerja Karyawan.*
- Friets I. Djafar, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Grand City Hotel Gorontalo)*, *Jurnal Manajemen*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo.
- Gunawan, J.A. 2017, *Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di café Mosoon Bandung*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.
- Hariandja, Effendi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: UniversitasParayangan.

- Hasibuan . 2009. Dasar-dasar manajemen, BPFE, Yogyakarta.
- Hasibuan, M, S.P., 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara
- Hasibuan, M., S.P., 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (EdisiRevisi).
- I Made Adytia. "Pengaruh Kompetensi Dan Self Leadership Terhadap Kinerja Karyawan.
- Indrasari, M. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. 2019
- Jooyeon Ha, Soo Cheong, 2010, *Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment*. Department of Hospitality and Tourism Management, Purdue University, United States.
- Pratama, K.A. 2018. "*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo*." Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi.
- Sujarweni, V. Wiratma. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress. 2014
- Teresia. "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Industry Salon Di Area Tajem Yogyakarta)*." Yogyakarta: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi. 2018.
- Utami, I.A.E.S., & Jatra, I.M. 2015, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*, E-Jurnal Manajemen Unud, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Yasmine, Elyza Nur Ina, 2020, *Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Mentai Eat Lovah*. Bachelor thesis, Podomoro University.

# LAMPIRAN

Lampiran 1  
Kuesioner Penelitian di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*.  
Mei 2022 - Juli 2022

## Kuesioner Penelitian

I am a student of Dhyana Pura University, currently doing research about "The Effect of Food Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at The Sand Bar and Restaurant Sanur". I do really appreciate for your willingness and contribution. Thank you so much.

 vera.ken81@gmail.com (not shared) [Switch account](#)



\* Required

Email

Your answer

Instagram / Facebook

Your answer

Nama>Nama \*

Your answer

Umur / Age \*

- 18 - 21
- 22 - 29
- 30 - 39
- > 40

Jenis Kelamin / Gender \*

- Laki - Laki / Male
- Perempuan / Female

Petunjuk / Hint

Berilah tanda check list (✓) pada salah satu pilihan yang paling sesuai dengan apa yang saudara alami / rasakan.

Give the answers on the following statements according to your opinion by giving it a mark (✓) on the columns that are available

Catatan/ Note:

- a. 5 = Sangat Setuju/ Strongly Agree
- b. 4 = Setuju/ Agree
- c. 3 = Cukup Setuju/ Quite Agree
- d. 2 = Tidak Setuju/ Disagree
- e. 1 = Sangat Tidak Setuju/ Strongly Disagree

## Kepuasan Pelanggan / Customer Satisfaction

Makanan dan pelayanan yang saya dapatkan memenuhi atau melebihi ekspektasi \*  
saya. (The food and services that I get match or exceed my expectations.)

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly  
Disagree

Sangat Setuju / Strongly  
Agree

Saya merasa puas dengan apa yang saya dapatkan di The Sand Bar and  
Restaurant Sanur. (I feel Satisfied from what I get in The Sand Bar and Restaurant  
Sanur.) \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly  
Disagree

Sangat Setuju / Strongly  
Agree

Pengalaman yang baik saat berada di The Sand Bar and Restaurant Sanur. (I have  
good ambivalence while in The Sand Bar and Restaurant Sanur.) \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly  
Disagree

Sangat Setuju / Strongly  
Agree

Kualitas Makanan / Food Quality

Sajian makanan di The Sand Bar and Restaurant Sanur memiliki rasa yang baik. \*  
(The Food in The Sand Bar and Restaurant Sanur have a good flavor.)

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly  
Disagree

Sangat Setuju / Strongly  
Agree

Kuantitas dan jumlah makanan yang disajikan memiliki jumlah yang sesuai. (The \*  
Quantity of the food served have a proper amount.)

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly  
Disagree

Sangat Setuju / Strongly  
Agree

The Sand Bar and Restaurant memiliki menu makanan yang bervariasi. (The Sand \*  
Bar and Restaurant Sanur have variative menu.)

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly  
Disagree

Sangat Setuju / Strongly  
Agree

Kebersihan dan sanitasi makanan yang disajikan telah diolah dengan baik. \*  
(Hygiene and Sanity of the food served have been processed well.)

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly  
Disagree

Sangat Setuju / Strongly  
Agree

The Sand Bar and Restaurant Sanur memiliki pengembangan menu makanan \*  
sesuai dengan kebutuhan pelanggan. (The Sand Bar and Restaurant Sanur have  
innovation of menu depends on customer needs.)

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly  
Disagree

Sangat Setuju / Strongly  
Agree

Kualitas Pelayanan / Service Quality

Penampilan fasilitas dan citra The Sand Bar and Restaurant Sanur ditunjukkan \*  
dengan baik. (The Atmosphere at The Sand Bar and Restaurant Sanur have good  
image.)

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly  
Disagree

Sangat Setuju / Strongly  
Agree

Pelayan melayani dengan ramah, memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik saat melayani pelanggan. (The waitress give friendly service, have skill and knowledge about the menu to serve customer.) \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly Disagree

Sangat Setuju / Strongly Agree

Pelayan cekatan dan selalu siap untuk menanggapi dalam melayani pelanggan. (The waitress always ready to help and respond to customer. ) \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly Disagree

Sangat Setuju / Strongly Agree

Pelayan dapat memberikan jaminan keamanan, ganti rugi pada layanan buruk kepada pelanggan. (The waitress can guarantee of safety and responsive in handling complaints and can provide compensation to customer.) \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly Disagree

Sangat Setuju / Strongly Agree

Pelayan memberikan empati atau perhatian kepada pelanggan. (The waitress gives empathy and attention to customers. ) \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju / Strongly Disagree

Sangat Setuju / Strongly Agree

*Barcode Kuesioner Penelitian di The Sand Bar and Restaurant Sanur*

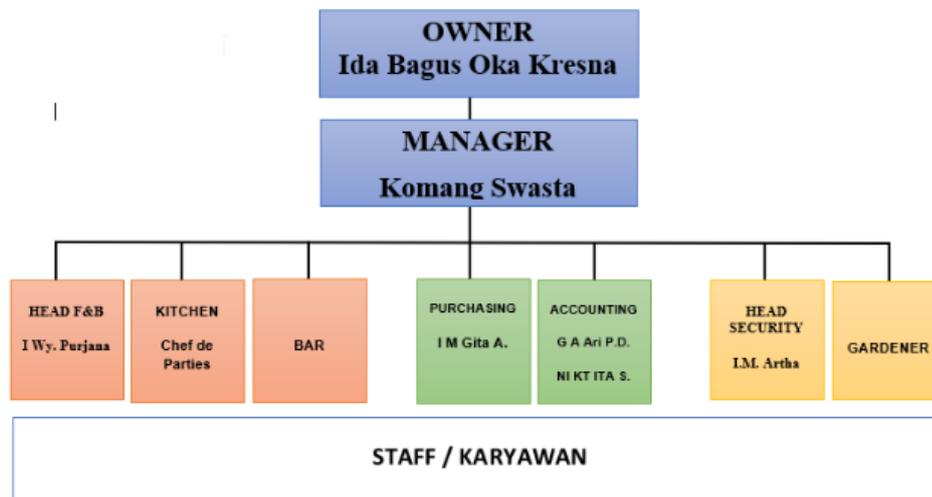


Lampiran 3  
Tabel Variabel dan Indikator Kuesioner

No	Variabel	Kode Indikator	Nama Indikator	Definisi Operasional Indikator
1	Kualitas Makanan Essinger dan Wylie (2003)	X1.1	Rasa	Sajian makanan di The Sand Bar and Restaurant Sanur memiliki rasa yang baik
		X1.2	Kuantitas	Komposisi bahan makanan yang disajikan memiliki jumlah yang sesuai
		X1.3	Variasi	The Sand Bar and Restaurant Sanur memiliki menu makanan yang bervariasi
		X1.4	Higienitas	Kebersihan dan Sanitasi makanan yang disajikan telah diolah dengan baik
		X1.5	Inovasi	Pengembangan menu makanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan
2	Kualitas Pelayanan	X2.1	Bukti Fisik	Penampilan fasilitas dan citra The Sand Bar and Restaurant yang ditunjukkan kepada pelanggan.

No	Variabel	Kode Indikator	Nama Indikator	Definisi Operasional Indikator
	Fandy Tjiptono dan Chandra (2011 : 232)	X2.2	Keandalan	Kemampuan dan keramahan pegawai dalam melayani pelanggan.
		X2.3	Daya Tanggap	Kecekatan pegawai dalam melayani pelanggan.
		X2.4	Jaminan	Memberikan jaminan keamanan, ganti rugi pada layanan buruk yang diberikan pegawai kepada pelanggan.
		X2.5	Empati	Memberikan empati atau perhatian kepada pelanggan.
3	Kepuasan Pelanggan Zeithaml (2009)	Y1.1	<i>Fulfillment</i>	Perasaan senang akan terpenuhinya kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.
		Y1.2	<i>Pleasure</i>	Perasaan menyenangkan oleh pelanggan atas apa yang diterima.
		Y1.3	<i>Ambivalence</i>	Pengalaman yang dirasakan pelanggan saat berada di The Sand Bar and Restaurant Sanur.

Lampiran 4  
Struktur Organisasi *The Sand Bar and Restaurant Sanur*



Lampiran 5  
Data Hasil Kuesioner

Kualitas Makanan X1						Kualitas Pelayanan X2						Kepuasan Pelanggan Y			
x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	TOTAL X1	x2,1	x.2.2	x2.3	x2.4	x2.5	TOTAL X2	y1.1	y1.2	y1.3	TOTAL Y
4	3	3	3	4	17	3	3	4	2	3	15	4	3	4	11
4	3	3	4	3	17	4	5	3	4	4	20	4	4	4	12
5	3	4	5	4	21	4	5	4	3	4	20	4	4	5	13
4	3	4	4	3	18	3	4	4	2	2	15	4	4	5	13
5	4	4	5	5	23	4	4	4	3	4	19	4	4	5	13
5	3	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24	4	5	5	14
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
4	4	4	5	5	22	5	4	4	3	3	19	5	5	5	15
5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	4	5	13
4	5	5	5	5	24	4	5	4	4	4	21	4	4	5	13
4	3	4	5	4	20	5	4	4	3	4	20	4	4	5	13
4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	5	23	4	5	5	14
4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	5	4	13
4	2	4	4	5	19	4	5	4	4	2	19	4	5	4	13
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	14
5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14
4	4	3	5	4	20	5	5	5	3	5	23	3	4	5	12
4	3	4	5	4	20	3	5	5	4	4	21	4	3	4	11
3	5	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
5	5	5	5	5	25	5	4	5	3	4	21	4	5	5	14
5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	4	21	5	5	5	15
5	5	4	5	5	24	5	5	5	3	4	22	5	5	5	15
5	4	5	5	4	23	4	5	5	4	5	23	5	5	4	14
4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	5	24	5	4	5	14
5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	4	23	5	4	5	14
4	4	5	5	4	22	4	5	4	4	5	22	4	4	5	13
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	3	18	5	5	4	14
4	5	4	3	4	20	3	4	3	3	4	17	3	5	4	12
5	4	5	5	4	23	4	4	4	5	4	21	5	5	4	14
4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	5	5	4	14

4	5	5	4	4	22	4	4	4	5	4	21	5	5	4	14
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	5	13
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
5	5	5	4	5	24	4	4	5	5	4	22	5	5	5	15
5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24	4	4	5	13
5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	5	23	5	5	5	15
4	4	5	4	5	22	4	5	4	5	4	22	5	5	4	14
4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	5	5	4	14
5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22	4	5	4	13
5	4	5	4	5	23	4	5	5	4	5	23	4	5	5	14
3	4	5	4	4	20	3	5	5	5	5	23	3	5	4	12
5	5	5	4	3	22	3	5	4	5	3	20	5	5	4	14
3	5	4	5	5	22	3	4	3	5	3	18	5	5	4	14
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
4	4	4	4	3	19	3	3	5	3	4	18	5	5	5	15
3	5	4	5	3	20	5	5	5	5	5	25	5	5	4	14
4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	3	20	5	4	4	13
5	5	4	4	5	23	4	5	5	5	4	23	5	5	4	14
4	5	4	5	5	23	5	4	4	4	5	22	5	5	5	15
4	4	5	4	5	22	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12
5	5	4	5	5	24	4	5	5	4	5	23	5	5	4	14
5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	4	14
4	5	4	4	5	22	5	4	4	5	5	23	4	5	5	14
5	5	5	5	4	24	5	5	4	4	5	23	5	4	5	14
4	5	4	4	4	21	4	5	4	5	4	22	4	4	5	13
4	4	4	5	4	21	5	5	5	4	4	23	5	4	5	14
5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15
4	3	5	3	5	20	5	5	4	5	3	22	5	5	5	15
3	4	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
294	288	300	304	298	1484	291	304	299	286	288	1468	302	309	307	918

Lampiran 6  
 Data Hasil Pengujian Instrumen Penelitian  
 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

**Correlations**

	Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	Item_12	Skor_Total	
Item_1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .000 96	.526** .008 96	.270** .008 96	-.023 .827 96	.247 .015 96	.323* .001 96	.218 .032 96	.279 .006 96	.277* .006 96	.414* .000 96	.895** .000 96	.541** .000 96	.643** .000 96
Item_2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.526** .000 96	1 .000 96	.166 .106 96	-.052 .616 96	.254 .012 96	.209 .041 96	.041 .688 96	.146 .154 96	.201 .049 96	.228 .026 96	.617** .000 96	.920** .000 96	.555** .000 96
Item_3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.270** .008 96	.166 .106 96	1 .000 96	.012 .905 96	.038 .712 96	.765** .000 96	.276** .007 96	.319** .002 96	.542** .000 96	.475** .000 96	.218* .033 96	.182 .076 96	.571** .000 96
Item_4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.279 .827 96	.526** .616 96	.270** .905 96	1 .000 96	.087 .402 96	.323 .992 96	.218 .542 96	.279 .684 96	.048 .642 96	.106 .302 96	.035 .739 96	.541 .976 96	.601 .008 96
Item_5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.247 .015 96	.254 .102 96	.038 .712 96	.012 .905 96	1 .000 96	.070 .495 96	-.006 .154 96	.154 .106 96	.114 .114 96	.295** .004 96	.225** .004 96	.518** .028 96	.000 .000 96
Item_6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.323* .001 96	.209 .041 96	.765** .000 96	-.001 .992 96	.070 .485 96	1 .000 96	.559** .000 96	.597** .000 96	.543** .000 96	.522** .000 96	.268** .008 96	.230 .024 96	.688** .000 96
Item_7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.218 .032 96	.041 .688 96	.275** .007 96	-.063 .542 96	-.006 .956 96	.569** .000 96	1 .000 96	.502** .000 96	.533** .000 96	.416 .000 96	.175 .069 96	.050 .830 96	.482** .000 96
Item_8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.279** .006 96	.146 .154 96	.319** .002 96	-.042 .684 96	.154 .133 96	.597** .000 96	.502** .000 96	1 .000 96	.535** .000 96	.543** .000 96	.226** .027 96	.165 .108 96	.610** .000 96
Item_9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.277** .006 96	.201** .049 96	.542** .000 96	.048 .642 96	.106 .303 96	.543** .000 96	.533** .000 96	.535** .000 96	1 .000 96	.568** .000 96	.222** .029 96	.214 .036 96	.645** .000 96
Item_10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.414** .000 96	.228** .026 96	.475** .000 96	.106 .302 96	.174 .091 96	.522** .000 96	.418** .000 96	.543** .000 96	.568** .000 96	1 .000 96	.361** .017 96	.242 .017 96	.694** .000 96
Item_11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.895** .000 96	.617** .000 96	.218** .033 96	.035 .739 96	.295** .004 96	.268** .008 96	.175 .089 96	.226** .027 96	.222** .029 96	.361** .000 96	1 .000 96	.636** .000 96	.652** .000 96
Item_12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.541** .000 96	.520** .000 96	.182 .076 96	-.023 .976 96	.325** .029 96	.230** .024 96	.050 .630 96	.165 .109 96	.214** .036 96	.242** .017 96	.836** .017 96	1 .000 96	.574** .000 96
Skor_Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.643** .000 96	.555** .000 96	.571** .000 96	.269** .008 96	.516** .000 96	.689** .000 96	.492** .000 96	.610** .000 96	.645** .000 96	.694** .000 96	.652** .000 96	.574** .000 96	1 .000 96

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

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	94.66	81.196	.611	.710
item_2	94.70	81.329	.511	.712
item_3	94.71	80.398	.521	.709
item_4	94.84	82.491	.152	.730
item_5	95.09	75.202	.390	.706
item_6	94.78	78.404	.645	.700
item_7	94.61	81.629	.428	.714
item_8	94.75	79.537	.560	.705
item_9	94.65	80.673	.609	.708
item_10	94.68	79.505	.658	.703
item_11	94.69	81.101	.620	.710
item_12	94.67	81.130	.531	.711
item_13	94.78	78.404	.645	.700

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	13

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Jenis Kelamin / Gender	Count of Jenis Kelamin / Gender	Persentase (%)
Perempuan / Female	44	66,67%
Laki - Laki / Male	22	33,33%
(blank)	0	0,00%
<b>Grand Total</b>	<b>66</b>	<b>100,00%</b>

Karakteristik Responden berdasarkan Umur

Umur / Age	Count of Umur / Age	Persentase (%)66 responden
> 40	29	43,94%
30 - 39	18	27,27%
18 - 21	16	24,24%
22 - 29	3	4,55%
(blank)	0	0,00%
<b>Grand Total</b>	<b>66</b>	<b>100,00%</b>

Karakteristik Responden berdasarkan Asal Negara

No.	Asal Negara	Count of Asal Negara	Persentase %
1.	Indonesia	20	30,30%
2.	Australia	17	25,76%
3.	UK	12	18,18%
4.	Singapore	7	10,61%
5.	Germany	6	9,09%
6.	South Korea	2	3,03%
7.	Russia	2	3,03%
	<b>Grand Total</b>	<b>66</b>	<b>100,00%</b>

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Makanan (X1)

No.	Indikator		Jawaban Responden					Rata-rata	Kategori
			STS	TS	KS	S	SS		
1.	X1.1	Rasa	0	0	4	69	23	4,20	Baik
2.	X1.2	Kuantitas	0	11	6	23	56	4,16	Baik
3.	X1.3	Variasi	0	2	7	63	24	4,15	Baik
4.	X1.4	Higienitas	0	1	7	62	26	4,01	Baik
5.	X1.5	Inovasi	8	17	6	22	43	3,76	Baik
<b>Rata-Rata Skor</b>								<b>4,06</b>	<b>Baik</b>

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No.	Indikator Kualitas Pelayanan (X2)		Jawaban Responden					Rata-rata	Kategori
			STS	TS	KS	S	SS		
1.	X2.1	Bukti Fisik	0	1	7	62	26	4,01	Baik
2.	X2.2	Keandalan	0	2	4	59	31	4,24	Sangat Baik
3.	X2.3	Daya Tanggap	0	1	7	62	26	4,10	Baik
4.	X2.4	Jaminan	0	2	7	63	24	4,15	Baik
5.	X2.5	Empati	0	4	8	61	23	4,07	Baik
<b>Rata-Rata Skor</b>								<b>4,11</b>	<b>Baik</b>

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)		Jawaban Responden					Rata-rata	Kategori
			STS	TS	KS	S	SS		
1.	Y1.1	<i>Fulfillment</i>	0	0	6	64	26	4,21	Sangat Baik
2.	Y1.2	<i>Pleasure</i>	0	1	7	62	26	4,18	Baik
3.	Y1.3	<i>Ambivalence</i>	0	0	5	70	21	4,17	Baik
<b>Rata-Rata Skor</b>								<b>4,18</b>	<b>Baik</b>

Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0038977
	Std. Deviation	1.17038753
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.074
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.202	1.129		-.179	.858		
	Kualitas Makanan	.000	.047	.001	.005	.996	.923	1.084
	Kualitas Pelayanan	.016	.075	.023	.208	.835	.923	1.084

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.642	1.129		5.882	.000		
	Kualitas Makanan	.220	.047	.371	4.711	.000	.923	1.084
	Kualitas Pelayanan	.457	.075	.481	6.109	.000	.923	1.084

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda & Koefisien Korelasi Berganda**

Model Summary <sup>a</sup>							
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.818 <sup>a</sup>	.668	.655	1.68021	.668	48.377	2

Model Summary <sup>a</sup>			
Model	Change Statistics		
	df2	Sig. F Change	
1	66	.000	
		1.967	

ANOVA*						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	409.723	2	136.574	48.377	.000 <sup>a</sup>
	Residual	203.264	63	2.823		
	Total	612.987	65			

V. Terikat	V. Bebas	r. Parsial	B	Beta	T. Hitung	sig
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Makanan (X1)	0.299	0.238	0.216	2.658	0.010
	Kualitas Pelayanan (X2)	0.230	0.159	0.182	0.2004	0.049
<p>R = 0,818</p> <p>D = 0,668</p> <p>t.tabel = 1,66600</p> <p>Konstanta = -216</p> <p>Persamaan Regresi, <math>Y = -216 + 0,238X1 + 0,159X2</math></p> <p>F.Hitung = 48.377</p> <p>sig F = 0,000</p> <p>f.tabel = 2,73</p>						

T Tabel

**t Table**

cum. prob	$t_{.50}$	$t_{.75}$	$t_{.80}$	$t_{.85}$	$t_{.90}$	$t_{.95}$	$t_{.975}$	$t_{.99}$	$t_{.995}$	$t_{.999}$	$t_{.9995}$
one-tail	<b>0.50</b>	<b>0.25</b>	<b>0.20</b>	<b>0.15</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>	<b>0.0005</b>
two-tails	<b>1.00</b>	<b>0.50</b>	<b>0.40</b>	<b>0.30</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.01</b>	<b>0.002</b>	<b>0.001</b>
df											
1	0.000	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	318.31	636.62
2	0.000	0.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	22.327	31.599
3	0.000	0.765	0.978	1.250	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215	12.924
4	0.000	0.741	0.941	1.190	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.173	8.610
5	0.000	0.727	0.920	1.156	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.893	6.869
6	0.000	0.718	0.906	1.134	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.208	5.959
7	0.000	0.711	0.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.785	5.408
8	0.000	0.706	0.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	4.501	5.041
9	0.000	0.703	0.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.297	4.781
10	0.000	0.700	0.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.144	4.587
11	0.000	0.697	0.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.025	4.437
12	0.000	0.695	0.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.930	4.318
13	0.000	0.694	0.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.852	4.221
14	0.000	0.692	0.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787	4.140
15	0.000	0.691	0.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073
16	0.000	0.690	0.865	1.071	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.686	4.015
17	0.000	0.689	0.863	1.069	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.646	3.965
18	0.000	0.688	0.862	1.067	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.610	3.922
19	0.000	0.688	0.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.579	3.883
20	0.000	0.687	0.860	1.064	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.552	3.850
21	0.000	0.686	0.859	1.063	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.527	3.819
22	0.000	0.686	0.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.505	3.792
23	0.000	0.685	0.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.485	3.768
24	0.000	0.685	0.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.467	3.745
25	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725
26	0.000	0.684	0.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.435	3.707
27	0.000	0.684	0.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.421	3.690
28	0.000	0.683	0.855	1.056	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.408	3.674
29	0.000	0.683	0.854	1.055	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.396	3.659
30	0.000	0.683	0.854	1.055	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.385	3.646
40	0.000	0.681	0.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.307	3.551
60	0.000	0.679	0.848	1.045	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.232	3.460
80	0.000	0.678	0.846	1.043	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	3.195	3.416
100	0.000	0.677	0.845	1.042	1.290	1.660	1.984	2.364	2.626	3.174	3.390
1000	0.000	0.675	0.842	1.037	1.282	1.646	1.962	2.330	2.581	3.098	3.300
<b>Z</b>	0.000	0.674	0.842	1.036	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.090	3.291
	0%	50%	60%	70%	80%	90%	95%	98%	99%	99.8%	99.9%
	<b>Confidence Level</b>										

## F Tabel

DF2	DF1 $\alpha = 0.05$																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	Inf
1	161.45	199.5	215.71	224.58	230.16	233.99	236.77	238.88	240.54	241.88	243.91	245.95	248.01	249.05	250.1	251.14	252.2	253.25	254.31
2	18.513	19	19.164	19.247	19.296	19.33	19.353	19.371	19.385	19.396	19.413	19.429	19.446	19.454	19.462	19.471	19.479	19.487	19.496
3	10.128	9.5521	9.2766	9.1172	9.0135	8.9406	8.8867	8.8452	8.8123	8.7855	8.7446	8.7029	8.6602	8.6385	8.6166	8.5944	8.572	8.5494	8.5264
4	7.7086	6.9443	6.5914	6.3882	6.2561	6.1631	6.0942	6.041	5.9988	5.9644	5.9117	5.8578	5.8025	5.7744	5.7459	5.717	5.6877	5.6581	5.6281
5	6.6079	5.7861	5.4095	5.1922	5.0503	4.9503	4.8759	4.8183	4.7725	4.7351	4.6777	4.6188	4.5581	4.5272	4.4957	4.4638	4.4314	4.3985	4.365
6	5.9874	5.1433	4.7571	4.5337	4.3874	4.2839	4.2067	4.1468	4.099	4.06	3.9999	3.9381	3.8742	3.8415	3.8082	3.7743	3.7398	3.7047	3.6689
7	5.5914	4.7374	4.3468	4.1203	3.9715	3.866	3.787	3.7257	3.6767	3.6365	3.5747	3.5107	3.4445	3.4105	3.3758	3.3404	3.3043	3.2674	3.2298
8	5.3177	4.459	4.0662	3.8379	3.6875	3.5806	3.5005	3.4381	3.3881	3.3472	3.2839	3.2184	3.1503	3.1152	3.0794	3.0428	3.0053	2.9669	2.9276
9	5.1174	4.2565	3.8625	3.6331	3.4817	3.3738	3.2927	3.2296	3.1789	3.1373	3.0729	3.0061	2.9365	2.9005	2.8637	2.8259	2.7872	2.7475	2.7067
10	4.9646	4.1028	3.7083	3.478	3.3258	3.2172	3.1355	3.0717	3.0204	2.9782	2.913	2.845	2.774	2.7372	2.6996	2.6609	2.6211	2.5801	2.5379
11	4.8443	3.9823	3.5874	3.3567	3.2039	3.0946	3.0123	2.948	2.8962	2.8536	2.7876	2.7186	2.6464	2.609	2.5705	2.5309	2.4901	2.448	2.4045
12	4.7472	3.8853	3.4903	3.2592	3.1059	2.9961	2.9134	2.8486	2.7964	2.7534	2.6866	2.6169	2.5436	2.5055	2.4663	2.4259	2.3842	2.341	2.2962
13	4.6672	3.8056	3.4105	3.1791	3.0254	2.9153	2.8321	2.7669	2.7144	2.671	2.6037	2.5331	2.4589	2.4202	2.3803	2.3392	2.2966	2.2524	2.2064
14	4.6001	3.7389	3.3439	3.1122	2.9582	2.8477	2.7642	2.6987	2.6458	2.6022	2.5342	2.463	2.3879	2.3487	2.3082	2.2664	2.2229	2.1778	2.1307
15	4.5431	3.6823	3.2874	3.0556	2.9013	2.7905	2.7066	2.6408	2.5876	2.5437	2.4753	2.4034	2.3275	2.2878	2.2468	2.2043	2.1601	2.1141	2.0658
16	4.494	3.6337	3.2389	3.0069	2.8524	2.7413	2.6572	2.5911	2.5377	2.4935	2.4247	2.3522	2.2756	2.2354	2.1938	2.1507	2.1058	2.0589	2.0096
17	4.4513	3.5915	3.1968	2.9647	2.81	2.6987	2.6143	2.548	2.4943	2.4499	2.3807	2.3077	2.2304	2.1898	2.1477	2.104	2.0584	2.0107	1.9604
18	4.4139	3.5546	3.1599	2.9277	2.7729	2.6613	2.5767	2.5102	2.4563	2.4117	2.3421	2.2686	2.1906	2.1497	2.1071	2.0629	2.0166	1.9681	1.9168
19	4.3807	3.5219	3.1274	2.8951	2.7401	2.6283	2.5435	2.4768	2.4227	2.3779	2.308	2.2341	2.1555	2.1141	2.0712	2.0264	1.9795	1.9302	1.878
20	4.3512	3.4928	3.0984	2.8661	2.7109	2.599	2.514	2.4471	2.3928	2.3479	2.2776	2.2033	2.1242	2.0825	2.0391	1.9938	1.9464	1.8963	1.8432
21	4.3248	3.4668	3.0725	2.8401	2.6848	2.5727	2.4876	2.4205	2.366	2.321	2.2504	2.1757	2.096	2.054	2.0102	1.9645	1.9165	1.8657	1.8117
22	4.3009	3.4434	3.0491	2.8167	2.6613	2.5491	2.4638	2.3965	2.3419	2.2967	2.2258	2.1508	2.0707	2.0283	1.9842	1.938	1.8894	1.838	1.7831
23	4.2793	3.4221	3.0278	2.7955	2.64	2.5277	2.4422	2.3748	2.3201	2.2747	2.2036	2.1282	2.0476	2.005	1.9605	1.9139	1.8648	1.8128	1.757
24	4.2597	3.4028	3.0088	2.7763	2.6207	2.5082	2.4226	2.3551	2.3002	2.2547	2.1834	2.1077	2.0267	1.9838	1.939	1.892	1.8424	1.7896	1.733
25	4.2417	3.3852	2.9912	2.7587	2.603	2.4904	2.4047	2.3371	2.2821	2.2365	2.1649	2.0889	2.0075	1.9643	1.9192	1.8718	1.8217	1.7684	1.711
26	4.2252	3.369	2.9752	2.7426	2.5868	2.4741	2.3883	2.3205	2.2655	2.2197	2.1479	2.0716	1.9898	1.9464	1.901	1.8533	1.8027	1.7488	1.6906
27	4.21	3.354	2.9604	2.7278	2.5719	2.4591	2.3732	2.3053	2.2501	2.2043	2.1323	2.0558	1.9736	1.9299	1.8842	1.8361	1.7851	1.7306	1.6717
28	4.196	3.3404	2.9467	2.7141	2.5581	2.4453	2.3593	2.2913	2.236	2.19	2.1179	2.0411	1.9586	1.9147	1.8687	1.8203	1.7689	1.7138	1.6541
29	4.183	3.3277	2.934	2.7014	2.5454	2.4324	2.3463	2.2783	2.2229	2.1768	2.1045	2.0275	1.9446	1.9005	1.8543	1.8055	1.7537	1.6981	1.6376
30	4.1709	3.3158	2.9223	2.6896	2.5336	2.4205	2.3343	2.2662	2.2107	2.1646	2.0921	2.0148	1.9317	1.8874	1.8409	1.7918	1.7396	1.6835	1.6223
40	4.0847	3.2317	2.8387	2.606	2.4495	2.3359	2.249	2.1802	2.124	2.0772	2.0035	1.9245	1.8389	1.7929	1.7444	1.6928	1.6373	1.5766	1.5089
60	4.0012	3.1504	2.7581	2.5252	2.3683	2.2541	2.1665	2.097	2.0401	1.9926	1.9174	1.8364	1.748	1.7001	1.6491	1.5943	1.5343	1.4673	1.3893
120	3.9201	3.0718	2.6802	2.4472	2.2899	2.175	2.0868	2.0164	1.9588	1.9105	1.8337	1.7505	1.6587	1.6084	1.5543	1.4952	1.429	1.3519	1.2539
Inf	3.8415	2.9957	2.6049	2.3719	2.2141	2.0986	2.0096	1.9384	1.8799	1.8307	1.7522	1.6664	1.5705	1.5173	1.4591	1.394	1.318	1.2214	1

Lampiran 7  
Foto di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*



Makanan di *The Sand Bar and Restaurant Sanur*





**UNIVERSITAS DHYANA PURA**  
SK. MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011, TGL. 7 JULI 2011  
**FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS DAN HUMANIORA**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Jl. Raya Padang Luwih, Br. Tegajaya, Dalung, Kuta Utara, Badung  
Telp. (0361) 426450 - 426451, Fax. (0361) 426452

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Vesnata Kathleen Teller

NIM : 18110111032

Prog. Studi : Manajemen

Konsentrasi : Perhotelan



Judul Skripsi :

Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas  
Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di The  
Sand Bar and Restaurant Sanur

Pembimbing I: Dr. I Gusti Bagus Rai Utami, S.E., M.M.A., M.A

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	24 May 2022	Perbaiki Bab 1-3	
2	25 May 2022	ACC Bab 1-3, Buat Quisioner	
3	27 May 2022	ACC Quisioner, Buat google form	
4	7 Nov 2022	Buat Bab 4	
5	11 Nov 2022	Revisi Bab 4	
6	21 Dec 2022	Revisi Bab 4	
7	9 Jan 2023	Buat Bab 5	
8	31 Jan 2023	Revisi Bab 5	
9	16 Feb 2023	ACC Bab 4 & 5	
		17/2/2023 Aksi, Ulatas Disetujui	

Badung, 17/2/23  
Universitas Dhyana Pura  
Fak. Ekonomika, Bisnis dan Humaniora  
Program Studi Manajemen  
  
Ni Putu Dyah Krisnawintari, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi

Tanggal, 17/2/23  
Mahasiswa dinyatakan siap  
Mengikuti Ujian Skripsi  
  
Dr. I Gusti Bagus Rai Utami, S.E., M.M.A., M.A.  
Pembimbing I

Pembimbing II: Ni Putu Dyah Krisnawintari, S.E., M.M.

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	25/5/22	Revisi bab 1	
2	27/5/22	Revisi bab 2	
3	30/5/22	Revisi bab 3 dan E. form.	
4	9/11/22	Revisi bab 4	
5	14/11/22	Revisi bab 4	
6	22/12/22	Revisi bab 5	
7	10/1/23	Revisi Daftar pustaka	
8	1/2/23	Revisi bab 5 dan D.1st	
9	17/2/23	Acc bab 1-5 layak uji	

Tanggal, 17/2/23  
Mahasiswa dinyatakan siap  
Mengikuti Ujian Skripsi  
  
Ni Putu Dyah Krisnawintari, S.E., M.M.  
Pembimbing II