

Pengaruh Kualitas Makanan Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza House Di Kota Lhokseumawe

This study examined the effect of food quality and atmosphere on consumer satisfaction at Pizza House in Lhokseumawe City. This study used primary data obtained by distributing questionnaires to 115 respondents who were selected using a non-probability sampling method with purposive sampling technique. The data analysis method used was multiple linear regression with the help of SPSS 24.0. The results partially indicated that food quality significantly influenced consumer satisfaction at Pizza House in Lhokseumawe City, and atmosphere significantly influenced consumer satisfaction at Pizza House in Lhokseumawe City. Simultaneously, food quality and atmosphere significantly influenced consumer satisfaction at Pizza House in Lhokseumawe City.

Keywords: *Consumer Satisfaction, Food Quality, Atmosphere.*

Intan Syafriani¹
Heriyana²
Yusniar³
*^{2,3} FEB Universitas
Malikussaleh
*Correspondent Author:
heriyana@unimal.ac.id*

PENDAHULUAN

Kota Lhokseumawe termasuk salah satu kota yang mengalami peningkatan dalam bisnis kuliner. Terlihat dari berkembangnya café-café dan rumah makan dengan kemasannya cafe dan restoran *fastfood* bergaya luar negeri mulai banyak menghiasi sudut kota Lhokseumawe. Para konsumen yang gemar kuliner akan disuguhkan menu yang berbeda dengan makanan sehari-hari dengan tampilan yang mewah dan menarik.

Pizza merupakan salah satu makanan modern yang di gemari oleh masyarakat dunia. Masuknya pizza di Indonesia sendiri diketahui pada akhir abad ke-20. Salah satunya berdirinya sebuah restoran Pizza House di Kota Lhokseumawe yang dulunya dikenal dengan nama Papa Rons's Pizza. Pizza House merupakan salah satu restoran *fastfood* terbesar di Indonesia. Restoran ini juga merupakan restoran nasional yang mampu bersaing dengan restoran Internasional lainnya. Restoran Pizza House menawarkan makanan dengan menu yang bervariasi antara lain pizza american classic, crazy pizza, pizza tuna samsed, pizza double pepperoni bahkan juga terdapat nasi goreng, pasta, garlic bread, vegetarian. Restoran Pizza House juga menyajikan makanan dengan sajian menu makanan yang khas mulai dari makanan yang modern, Eropa food, serta makanan khas Indonesia lainnya.

Dalam hal ini diperlukan pemahaman pihak Pizza House terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan volume penjualan dan cita rasa yang pas untuk terus meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen. Kotler dan Keller (2016) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas makanan. Apabila kualitas makanan yang diberikan bagus akan menguntungkan kedua belah pihak, bagi pihak restoran akan mendapatkan citra yang baik dan keuntungan dalam bisnisnya, sedangkan bagi pelanggan akan mendapatkan kepuasan yang diharapkan. Dengan demikian kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran (Namkung dan Jang 2007).

Disamping menawarkan makanan, Pizza House juga menawarkan suasana yang saat ini menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen dalam memilih tempat untuk menikmati makanan maupun tempat berkumpul. Suasana yang sejuk, nyaman, bersih dan menyenangkan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen sebelum makan di restoran *fastfood* dan diharapkan menjadi nilai tambah bagi konsumennya. Sebagaimana pergeseran fungsi cafe dan sebuah restoran yang melahirkan sebuah fenomena dalam bidang sosial dan budaya

baru, dimana rumah makan atau restoran selain difungsikan sebagai tempat makan dan minum, sekarang juga sebagai tempat berkumpul dan bersosialisasi, menikmati suasana, atau bahkan sekarang juga sebagai tempat mengadakan rapat atau pertemuan.

Restoran Pizza House mengangkat suasana yang berkonsep Klasik Modern, suasana hangat yang terpancar jelas lewat kombinasi furniture klasik, serta pencahayaan yang baik, semuanya akan menunjukkan bahwa restoran tersebut berkelas. Sangat jelas Pizza House memberikan suasana yang begitu menarik. Inovasi dan kreatif dapat menciptakan kenyamanan letak ruangan dan hiasan ruangan yang unik yang bertujuan untuk membuat konsumen ingin berlama-lama di dalam restoran tersebut. Ini menunjukkan bahwa suasana restoran dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh karena itu, Pizza House memiliki banyak pelanggan yang menyebar di wilayah Lhokseumawe dan luar Kota Lhokseumawe.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Makanan

Margareta dan Ewin (2012) menjelaskan kualitas makanan memiliki peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, dikarenakan kualitas makanan dengan kepuasan konsumen memiliki hubungan antara satu dengan yang lain. Dalam meningkatkan kualitas makanan perlu diperhatikan akan rasa, kuantitas porsi, variasi menu, citra rasa yang khas, higienis atau kebersihannya serta inovasi dari makanan. Dengan demikian konsumen akan semakin tertarik untuk membeli suatu produk yang dipasarkan sesuai keinginan mereka. Hasil penelitian sebelumnya menemukan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menunjukkan bahwa gencarnya industri makanan memberikan kualitas makanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan beberapa riset lainnya didukung oleh Sarintohe, Johana dan Prawitasari (2006).

Suasana

Menurut Alfin dan Nurdin 2017 Suasana (atmosphere) merupakan faktor penting bagi restoran atau cafe dapat membuat pelanggan merasa tertarik berkunjung dan nyaman dalam membeli makanan atau minuman. Salah satu yang perlu diperhatikan dari segi suasana adalah sangat penting dalam menciptakan kepuasan konsumen, dimana restoran dapat mendesain interior atau bagian didalam restoran itu sesuai dengan harapan konsumen. Jika suasana suatu cafe mempengaruhi konsumen, maka konsumen akan nyaman untuk menikmati makanan, hal ini membawa kepuasan yang membuat konsumen merasa betah di kafe untuk waktu yang lama.

Kualitas Makanan

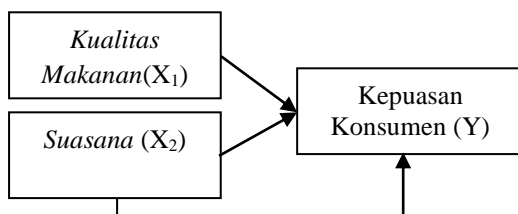
Menurut Potter & Hotchkiss (2012) *Food Quality* atau kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Jadi suasana (*atmosphere*) didefinisikan sebagai ruang desain yang menciptakan efek emosional spesifik bagi pembeli untuk meningkatkan probabilitas pembelian. Setiap *cafe* atau restoran pasti memiliki penampilan yang berbeda seperti bersih, kotor, menarik, megah, sederhana dan pesimis. Oleh karenanya suasana juga dapat mempengaruhi pilihan konsumen dalam memutuskan akan membeli makanan tersebut atau tidak.

Kepuasan Konsumen

Menurut Giese dan Cote (2002) dalam penelitian ini yang dimaksud dari kepuasan pelanggan adalah tentang keinginan pelanggan untuk mengunjungi kembali restoran tersebut dan kemauan mereka untuk merekomendasikan restoran tersebut kepada teman-temannya. Kotler dan Armstrong (2001) Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka konseptual yang di ajukan dalam penelitian ini adalah seperti gambar berikut:



Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual yang dikemukakan di atas, maka hipotesis penelitian yang dapat disusun adalah sebagai berikut:

- H1 : Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe.
- H2 : Suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe.
- H3 : Kualitas makanan dan suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe.

METODE PENELITIAN

Subjek dan Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih, maka yang akan dijadikan subjek penelitian oleh penulis yaitu konsumen yang melakukan pembelian di Pizza House Lhokseumawe. Sementara itu, lokasi penelitian dilakukan pada masyarakat Kota Lhokseumawe yang melakukan pembelian di Pizza House di Kota Lhokseumawe.

Populasi dan Sampel

Adapun yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Pizza House dimana jumlahnya tidak diketahui dengan pasti, yang akan menjadi sampel untuk penelitian ini sebesar 115 orang.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa tahap yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas.

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan regresi linear berganda menggunakan bantuan program SPSS 25.0. Adapun persamaan matematis untuk model regresi dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Konsumen
- X1 = Kualitas Makanan
- X2 = Suasana
- β_0 = Konstanta
- β_1, β_2 = Koefisien Regresi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Ket
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Terpenuhinya harapan konsumen	0,625	Valid
	2. Sikap atau keinginan menggunakan produk	0,708	
	3. Merekomendasikan kepada orang lain.	0,788	
	4. Kualitas layanan	0,732	
	5. Loyal	0,767	
	6. Reputasi yang baik	0,798	
	7. Lokasi	0,698	
Kualitas Makanan (X1)	1. Warna	0,567	Valid
	2. Penampilan	0,606	
	3. Porsi	0,612	
	4. Bentuk	0,701	
	5. Temperatur	0,688	
	6. Tekstur	0,710	
	7. Aroma	0,703	
	8. Tingkat Kematangan	0,606	
Suasana (X2)	1. Exterior	0,752	Valid
	2. Interior	0,806	
	3. Store Layout	0,808	
	4. (Dekorasi)	0,790	
	5. Cleaning/Kebersihan	0,648	
	6. Musik dan Aroma	0,646	
	7. Temperature	0,635	
Alpha : 0,05 r table r = 0,183			

Sumber : Data diolah (2021)

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari 0,183, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Untuk penjelasan lebih lanjut, perhatikan Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's	Ket
1	Kualitas Makanan	0,845	Reliabel
2	Suasana	0,854	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0,853	Reliabel
Standar alpha: 0,60			

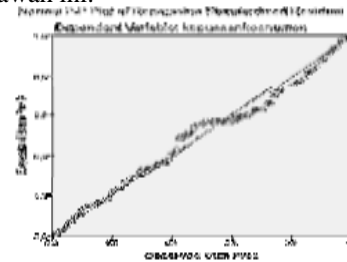
Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel terdiri kualitas makanan dan suasana terhadap kepuasan konsumen > 0,60 yang berarti bahwa data

yang diperoleh dari jawaban kuesioner dalam penelitian dapat diandalkan bersifat reliabel dan dapat dipercaya.

Hasil Pengujian Normalitas Data

Pengujian normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang didapat melalui penyebaran kuesioner terdistribusi normal atau tidak. Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Berdasarkan hasil output SPSS pada gambar 2 dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi penelitian ini berdistribusi normal.

Selanjutnya pengujian normalitas data dengan menggunakan analisis statistik melalui uji kolmogorov smirnov (K-S) dengan alat statistik yang menggunakan program SPSS.

Tabel 3.
Hasil Pengujian Colmogorov Smirnov (K-S)

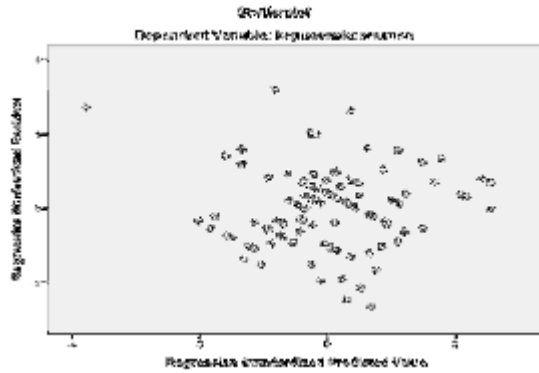
Keterangan		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameter Residual	Mean	0
	Std. Deviasi	0.39000387
	Most Extreme Difference	
	Absolute	0,75
	Positif	0,75
	Negatif	(0,066)
Test Statistik		0,75
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,150

Sumber : Data diolah (2021)

Dari hasil pada table di atas dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghazali, 2016). Adapun hasil uji heteroskedastisitas adalah dapat dilihat pada Gambar 3.



Sumber: Data primer yang diolah, 2021.

Berdasarkan Gambar 3, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara merata di dalam, di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Selain itu, titik-titik tersebut tidak membentuk suatu pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Hasil Pengujian Multikolinearitas

Pengujian Multikolinieritas dilakukan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi linier berganda (Ghozali, 2016). Hasil uji prasyarat multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.
Uji Multikolinearitas

No.	V	Toleransi	VIF
1	Kualitas Makanan	0,756	1,323
2	Suasana	0,756	1,323

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat nilai VIF untuk masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

1. Nilai VIF untuk variabel kualitas makanan sebesar $1,323 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0,756 > 0,10$ sehingga kualitas makana dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.
2. Nilai VIF untuk variabel kualitas produk sebesar $1,323 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0,756 > 0,10$ sehingga suasana dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis linear berganda dengan program SPSS versi 24 disajikan pada tabel 5.

Berdasarkan Tabel 5 di atas dapat dilihat koefisien dari masing-masing variabel dan konstanta yang menjadi observasi dalam penelitian ini adalah koefisien Kualitas Makanan (X_1) 0,400 dan koefisien Suasana (X_2) 0,392 dan konstanta 0,767. Secara persamaan dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y=0,767+0,400X_1+0,392 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa pengaruh Kualitas Makanan (X_1) dan Suasana (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Pizza House di Kota Lhokseumawe. Dari hasil analisis menunjukkan Nilai konstanta (α) sebesar 0,767, hal ini menunjukkan bahwa apabila variable kualitas makanan (X_1) dan suasana (X_2) bernilai nol, maka tingkat kepuasankonsumen dalam memilih Pizza House adalah sebesar 0,767. Koefisien pertama yaitu Kualitas Makanan (X_1) sebesar 0,400, hal ini menyatakan bahwa jika terjadi peningkatan Kualitas Makanan (X_1) sebesar 1, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 40,0 %. Koefisien kedua yaitu (X_2) sebesar 0,392 yang berarti setiap peningkatan Suasana (X_2) sebesar 1, maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 39,2%.

Selanjutnya untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat dari koefisien korelasi (R) pada Tabel 6 diketahui bahwa nilai R adalah 0,649. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara Kualitas Makanan dan Suasana terhadap Kepuasan Konsumen dalam memilih Pizza House mempunyai hubungan yang positif yaitu sebesar 64,9%. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen dilihat dari koefisien determinasi (R^2). Pada Tabel 6 diketahui bahwa R^2 adalah sebesar 0,411. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Makanan dan Suasana mampu mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih Pizza House sebesar 41,1% sedangkan sisanya 58,9% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisa regresi menggunakan langkah sebagai berikut.

Uji t

Uji t dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Uji F

Uji F dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 5
Hasil Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,767	0,348		2,204	0,030
	KualitasMakanan	0,400	0,093	0,354	4,283	0,000
	Suasana	0,392	0,082	0,397	4,803	0,000

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 6
Hasil Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi Adjusted (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,649 ^a	0,422	0,411	0,41052

Sumber :Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 7
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,767	0,348		2,204	0,030
	KualitasMakanan	0,400	0,093	0,354	4,283	0,000
	Suasana	0,392	0,082	0,397	4,803	0,000

Sumber :Data Primer yang diolah, 2021

Tabel 8
ANOVA

Model		Sum of Squares	d	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,761	2	6,8	40,827	,000 ^b
	Residual	18,875	11	0,1		
	Total	32,635	11			

Sumber :Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} untuk Kualitas Makanan (X_1) sebesar 4,283 dan untuk Suasana (X_2) sebesar 4,803. Untuk mengetahui tingkat signifikansi secara parsial pada tingkat kepercayaan 100% pengujian hipotesis dengan uji t dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Sebagai berikut:

a. Pembuktian pengujian hipotesis variabel Kualitas Makanan (X_1)

Secara parsial (uji t) yang diperoleh dari nilai T_{hitung} pada persamaan regresi linear berganda menyatakan bahwa Kualitas Makanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan (nyata) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dikarenakan T_{hitung} sebesar 4,283 dan T_{tabel} ($n-k=115-3=112$) = 1.9813 di mana $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima.

b. Pembuktian hipotesis variabel Suasana (X_2)

Secara parsial (uji t) yang diperoleh dari nilai T_{hitung} pada persamaan regresi linear berganda menyatakan bahwa Suasana (X_2) berpengaruh positif dan signifikan (nyata) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dikarenakan T_{hitung} sebesar 4,803 dan T_{tabel} ($n-k=115-3=112$) = 1.9813 di mana $T_{hitung} > T_{tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05. Sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

Berdasarkan Tabel 8 di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 40,827. Sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 100% diperoleh $F_{tabel}(df_1=k, df_2= n- k-1, 5\%) = 3,08$ atau dengan kata lain $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dan juga dapat dilihat dari signifikan 0,000 < 0,05. Pengujian hipotesis dengan uji F dilakukan dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , dan nilai signifikansinya. Dengan demikian berarti secara simultan variabel Kualitas Makanan (X_1) dan Suasana (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) konsumen dalam memilih Pizza House di Kota Lhokseumawe, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil analisis untuk variabel kualitas makanan menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 4,283 lebih besar dari t_{tabel} (1,981) dan juga nilai signifikan sebesar (0,000) < 0,05 ini membuktikan bahwa secara parsial variabel kualitas makanan (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen (Y). Hal ini berarti hipotesis H_1 (Kualitas Makanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen) diterima. Selain itu, hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh

oleh Qin, Prybutok dan Zhao (2009) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen .

Pengaruh Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil analisis untuk variabel kualitas makanan menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 4,803 lebih besar dari t_{tabel} (1,981) dan juga nilai signifikan sebesar (0,000) < 0,05 ini membuktikan bahwa secara parsial variabel Suasana (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen (Y). Hal ini berarti hipotesis H_2 (Suasana berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Konsumen) diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chotimah (2018) yang menunjukkan bahwa Suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Makanan dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 40,827 > dari nilai F_{tabel} yaitu 3,08 dan nilai signifikan 0,000 < dari nilai α 0,05, dengan demikian menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas makanan (X_1) dan suasana (X_2) mampu menjelaskan keragaman variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Hal ini berarti hipotesis H_3 (kualitas makanan dan suasana berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen) diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratminingsih at al (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas makanan dan suasana berpengaruh secara simultan dan parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam pengaruh kualitas makanan dan suasana terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada tingkat Kualitas Makanan (Warna, Penampilan, Porsi, Bentuk, Temperatur, Tekstur, Aroma, Tingkat Kematangan Dan Rasa), ditemukan bahwa indikator yang memiliki *mean* tertinggi “Tekstur” ini menunjukkan bahwa Restoran Pizza House dapat mempertahankan untuk memberikan tekstur makanan yang renyah dan empuk saat dimakan konsumen. Dengan demikian, kualitas makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe.
2. Pada tingkat Suasana (*Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display,*

Cleaning/Kebersihan, Aroma Dan Musik Serta *Temperatur/Suhu*), ditemukan bahwa indikator yang memiliki *mean* tertinggi “*Cleaning/Kebersihan*” ini menunjukkan bahwa Pizza House dapat mempertahankan kebersihan agar terlihat bersih, rapi dan nyaman dipandang oleh mata. Dengan demikian, suasana secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe.

3. Secara simultan Kualitas Makanan dan Suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza House di Kota Lhokseumawe.

Saran

Dari penelitian yang dilakukan, pada dasarnya kualitas makanan yang dihasilkan oleh Pizza House sudah berjalan dengan baik, makanan yang dihasilkan berkualitas dan suasana yang sudah disediakan sangat nyaman, tetapi memang masih terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki. Oleh karena itu penulis memberikan saran:

1. Pada tingkat Kualitas Makanan (Warna, Penampilan, Porsi, Bentuk, Temperatur, Tekstur, Aroma, Tingkat Kematangan dan Rasa), ditemukan bahwa indikator yang memiliki *mean* terendah adalah “Porsi”. Maka disarankan

kepada pihak restoran Pizza House untuk lebih meningkatkan sajian porsi yang lebih sesuai dengan yang dipresentasikan di menu agar sesuai dengan ekspektasi konsumen dan lebih merasa puas akan hal tersebut.

2. Pada tingkat Suasana (*Exterior, General Interior, Store Layout, Interior Display, Cleaning/Kebersihan*). Aroma dan Musik serta *Temperatur/Suhu*), ditemukan bahwa indikator yang memiliki *mean* terendah adalah “*Exterior*”. Maka disarankan kepada pihak restoran Pizza House dapat meningkatkan suasana dari segi karakteristik atau design interiornya agar terlihat lebih baik dan pasti akan membuat konsumen lebih tertarik pada Pizza House.
3. Untuk Kepuasan Konsumen (Y), ditemukan bahwa indikator yang memiliki *mean* terendah adalah (Y5) yaitu banyaknya usaha makanan yang sejenis, saya akan tetap membeli makanan di Pizza House. Hal ini menunjukkan bahwa restoran Pizza House dapat lebih meningkatkan kualitas dari setiap hal, salah satunya yang utama kualitas makanan dan suasana agar terlihat lebih baik sehingga dapat memberikan daya tarik konsumen untuk membeli makanan di Pizza House.

REFERENSI

- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). **Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan.** *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 249–258.
- Chotimah, N. (2018). **Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan, Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Wedang Ijo Makam Haji.** *Dk*, 53(9), 1689-1699
- Giese, K,L dan Cote,J,A. (2002). *Defining Consumer Satisfaction Academy Of Marketing Science Review*. 1(1).1- 22.
- Ghozali, I.(2016). **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P dan Keller. K,L. (2016). *Marketing Management 15th Edition. United State of America: Pearson Education Limited*
- Kotler, P., & Armstrong. (2001). **Prinsip-Prinsip Pemasaran.** Jakarta : Erlangga.
- Margaretha S dan Edwin Japarianto. (2012). **Analisa Pengaruh Food Quality & Brand Image Terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Took Roti Ganep’s Di Kota Solo.** *Jurnal Manajemen Pemasaran.*
- Namkung, Y., & Jang, S.SC. (2007). **“Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intention”**, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, pp.387-410.
- Potter, N . N. Dan J. Hotchkiss. (2012). **Food Science (5th Edition).** New York :Chapman And Hall.
- Pratminingsih, S.A., Saudi, M.H.M., Saudi, N.S.M.(2018). **Store Atmosphere And Food Quality As DeterminantFactors In Visiting Traditional Restaurant In Bandung, Indonesia. International . Faculty Of Business And Management. Journal Of Engineering & Technology** 7(4.34), 287 – 290.
- Qin, H.,Prybutok,V.R., and Zhao,Q. (2009). **Perceived service quality in fast- food restaurants: Empirical evidence from China.** *International Journal o of Quality and Reliability Management*, Vol. 27, No.4, pp.424-437.
- Sarintohe, E Dan Johana E. Prawitasari. (2006). **Teori Sosial – Kognitig Dalam Menjelaskan Perilaku Makan Sehat Pada Anak Yang Mengalami Obesitas.** *Sosiosains*, 19,345-355. Universitas Gajah Mada. Diakses Pada Tanggal 24 Agustus 2016