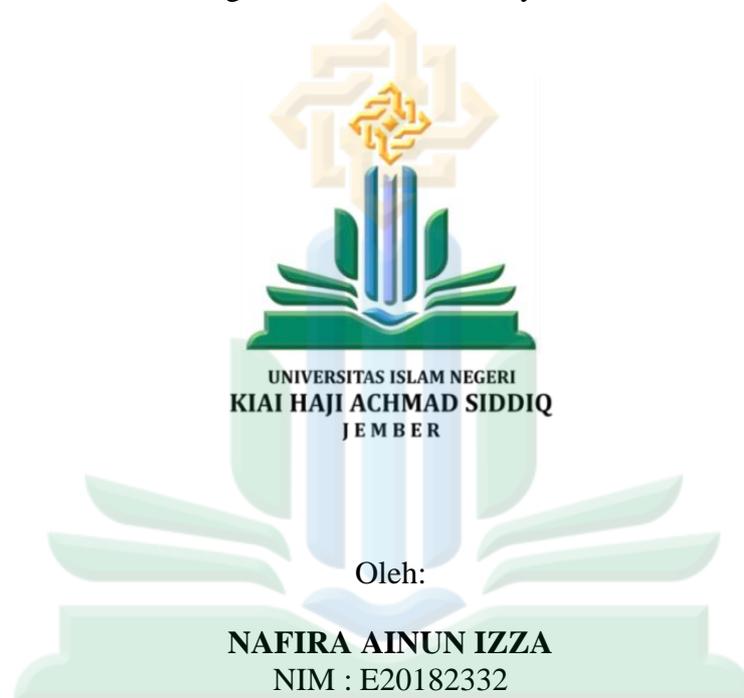


**PENGARUH CITA RASA DAN KERAGAMAN MENU
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DEPOT SOTO
LAMONGAN RAMBIPUJI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2023**

**PENGARUH CITA RASA DAN KERAGAMAN MENU
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DEPOT SOTO
LAMONGAN RAMBIPUJI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Nafira Ainun Izza
NIM : E20182332

Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Luluk Musfiroh
Luluk Musfiroh, M.Ak
NIP. 198804122019032007

**PENGARUH CITA RASA DAN KERAGAMAN MENU
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DEPOT SOTO
LAMONGAN RAMBIPUJI JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

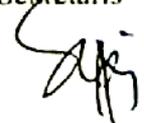
Hari : Kamis
Tanggal : 09 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si.
NIP. 196808072000031001


Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M
NIP. 198509152019032005

Anggota:

1. Dr. Ahmad Afif, M.E.I

()

2. Luluk Musfiroh, M.Ak

()

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



MOTTO

﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَب ﴿٨﴾

Artinya : “(7) Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (8) dan hanya kepada Tuhanmu berharaplah.” (QS. Al-Insyirah [7-8]:94)¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Mushaf Asy-Syifa Al-Qur'an dan Terjemah*, (Tangerang Selatan: PT. Insan Media Pustaka, 2013), 596.

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT serta shalawat kepada baginda Nabi Muhammad SAW ucapan syukur Alhamdulillah, Karya ini dipersembahkan kepada orang-orang tercinta yang selalu menyemangati dan memberikan do'a sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua Bapak Abd Wahid Attamimi dan Ibu Lilik Suryatiningsih, terimakasih atas do'a yang selalu dipanjatkan tiada hentinya, semangat motivasi yang tinggi untuk kesuksesan serta kasih sayang, kesabaran dan ketulusan hati dalam mendidik dan mendukung cita-cita. Tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling mujarab selain do'a yang terucap dari kedua orang tua. Semoga Allah membalas semua pengorbanan ayah dan ibu untuk anak-anaknya, Amin.
2. Adik tercinta Habibatul Masruroh dan Ifitah Dian Humairoh, terimakasih atas dukungan dan do'a nya.
3. Keluarga Besarku yang selalu mendoakan kesehatan, keselamatan, kesuksesan dan memberi dukungan terbaik demi kelancaran dalam menyelesaikan program pendidikan S1.
4. Sahabatku yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik.
5. Teman-teman angkatan 2018 khususnya Ekonomi Syariah 7, terimakasih atas suka dukanya serta rasa kekeluargaannya yang amat sangat.

KATA PENGANTAR



Segenap puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga perencanaan, pelaksanaan dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana dapat terselesaikan dengan lancar.

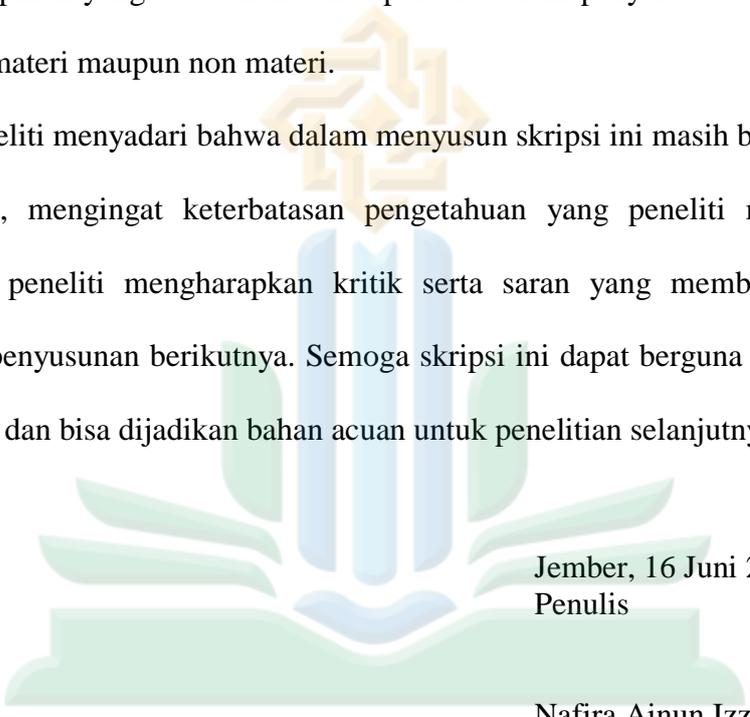
Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu izinkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam - dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan Dosen Penasehat Akademik (DPA) yang telah menerima penulis sebagai mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menyediakan fasilitas dalam proses perkuliahan.
3. Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah merangkul mahasiswa dalam memahami mata kuliah sesuai dengan program studi.
4. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai

Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan kemudahan kepada mahasiswa dalam perlengkapan berkas.

5. Luluk Musfiroh, M.Ak selaku Dosen Pembimbing penelitian skripsi yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam penyelesaian tugas skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmunya sebagai bekal hidup, semoga bermanfaat dan barokah.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi baik secara materi maupun non materi.

Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih banyak sekali kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik serta saran yang membangun demi perbaikan penyusunan berikutnya. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi seluruh masyarakat dan bisa dijadikan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.



Jember, 16 Juni 2023
Penulis

Nafira Ainun Izza

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Nafira Ainun Izza, 2023: *“Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember”*

Kata kunci : cita rasa, keragaman menu, kepuasan konsumen

Cita rasa merupakan cara memilih makanan yang berbeda dari rasa makanan tersebut. Keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Konsumen yang menikmati cita rasa makanan tersebut menunjukkan konsumen puas terhadap makanannya. Keragaman menu dapat menarik minat konsumen untuk membeli sehingga konsumen puas terhadap menu yang dipesan.

Rumusan masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah 1) Apakah cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember?, 2) Apakah keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember?, 3) Apakah cita rasa dan keragaman menu berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember, 2) Untuk mengetahui pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember, 3) Untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember.

Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei. Teknik penentuan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

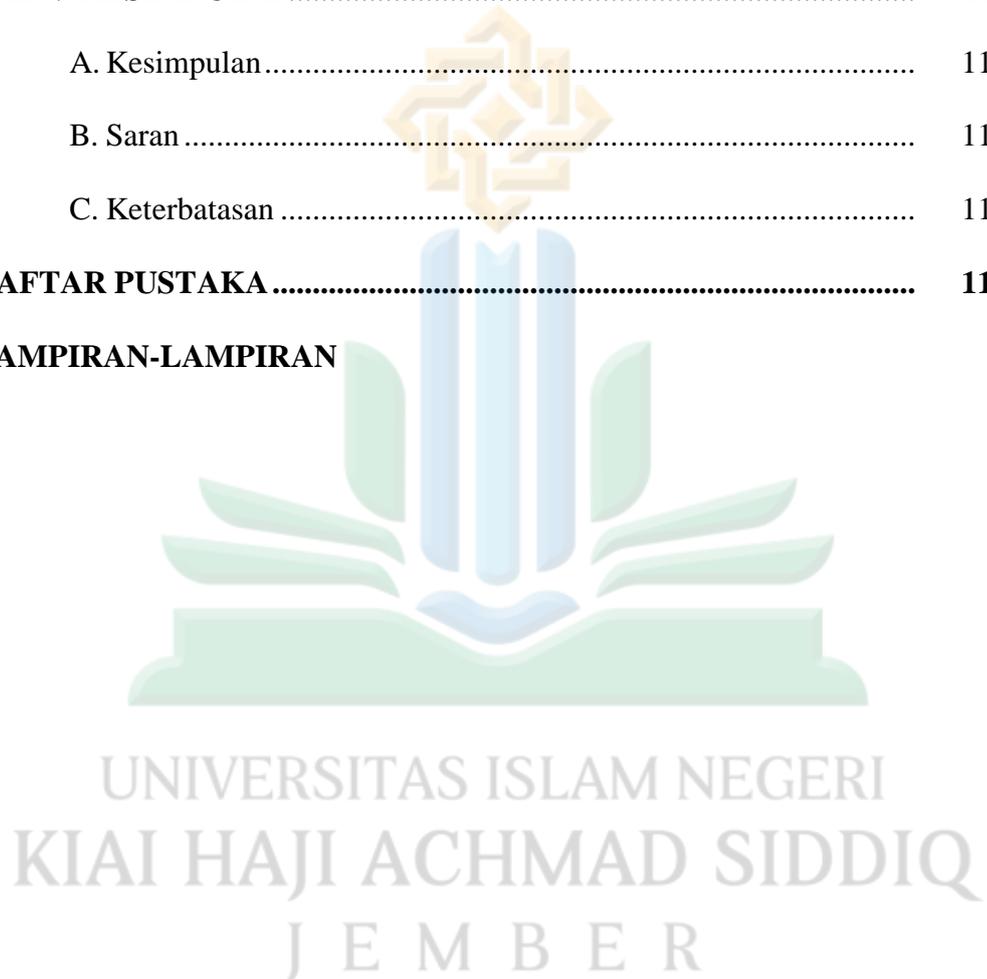
Penelitian ini memperoleh kesimpulan 1) Cita rasa memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Cita rasa makanan yang diterima konsumen mempengaruhi kepuasan bagi konsumen, 2) Keragaman menu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Keragaman menu tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan kepuasan konsumen, 3) Cita rasa dan keragaman menu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Konsumen yang menikmati cita rasa makanan tersebut menunjukkan konsumen puas terhadap makanannya. Keragaman menu dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Konsumen yang puas akan kembali membeli makanan di Depot Soto Lamongan Enak Tenan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Ruang Lingkup Penelitian	9
1. Variabel Penelitian	9
2. Indikator Penelitian	9
F. Definisi Operasional.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu	12

B. Kajian Teori.....	35
C. Teori Pemasaran.....	35
1. Perilaku Konsumen	37
2. Bauran Pemasaran	41
3. Kepuasan Konsumen	45
4. Cita Rasa.....	51
5. Keragaman Menu	54
6. Asumsi Penelitian.....	56
7. Hipotesis	57
BAB III METODE PENELITIAN	62
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	62
B. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	65
C. Analisis Data	69
D. Sistematika Pembahasan	76
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	78
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	78
B. Penyajian Data.....	82
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	92
1. Uji Instrumen Penelitian.....	92
2. Uji Asumsi Klasik	97
3. Uji Regresi Linear Berganda	101
4. Uji Hipotesis	103
D. Pembahasan.....	109

1. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan	109
2. Pengaruh Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan	112
3. Pengaruh Cita Rasa dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan	113
BAB V KESIMPULAN.....	115
A. Kesimpulan.....	115
B. Saran	116
C. Keterbatasan	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
Tabel 1.1	Indikator Penelitian	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Skala Penilaian Untuk Pernyataan.....	66
Tabel 3.2	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Normal .	76
Tabel 4.1	Daftar Menu Depot Soto Lamongan Enak Tenan.....	80
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur	83
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Asal	84
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	85
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Jawaban Responden Variabel Cita Rasa	86
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Jawaban Responden Variabel Keragaman Menu	88
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen	90
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian	94
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	97
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas.....	99
Tabel 4.12	Hasil Uji Glejser.....	101
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	102
Tabel 4.14	Hasil Uji t.....	105
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	107
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	108
Tabel 4.17	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	108

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
	Gambar 2.1 Bauran pemasaran 4P.....	43
	Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	56
	Gambar 4.1 Struktur Organisasi Depot Soto Lamongan Rambipuji.....	81
	Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	98



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR LAMPIRAN

No	Uraian	Hal
	Lampiran 1. Matriks Penelitian.....	121
	Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	122
	Lampiran 4 Uji Validitas Kuesioner	130
	Lampiran 5. Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	133
	Lampiran 6. Uji Normalitas Data.....	134
	Lampiran 7. Uji Multikolineritas	135
	Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas	136
	Lampiran 9. Uji Regresi Linier Berganda.....	139
	Lampiran 10. Dokumentasi.....	141



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kuliner merupakan suatu daya tarik tersendiri dimasing-masing daerah, biasanya dalam setiap daerah memiliki cita rasa maupun produk makanannya sendiri, hal ini juga yang menjadikan setiap daerah mampu meningkatkan volume pendapatan dari sektor kuliner. Setiap manusia memerlukan makanan untuk memenuhi kebutuhan rasa lapar dan menumbuhkan energi baru bagi tubuh, namun ada yang mempunyai hobi untuk mencicipi setiap rasa makanan yang ada di setiap daerah-daerah yang dikunjungi.²

Banyaknya usaha bidang kuliner memunculkan usaha sejenis dengan produk yang sama. Banyak usaha bidang kuliner sejenis namun terdapat perbedaan dari cita rasa, keragaman menu, harga dan pelayanan. Pelaku usaha kuliner harus mencari ide-ide baru, strategi yang tepat dan efektif agar bisnisnya tetap eksis dan berkembang juga memiliki nilai tambah dibandingkan dengan pesaingnya dan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Pelaku usaha kuliner harus siap untuk menghadapi persaingan usaha, usaha kuliner yang dapat bersaing dapat dilihat dari bertahan atau tidaknya usaha kuliner yang dijalankannya.

² Felinda Frika Astuti dkk, "Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso", *Manajemen Dewantara*, Vol 3 No 1 (April 2019):151, <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/manajemendewantara/article/view/7655/3249>.

Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember merupakan salah satu warung makan yang menjual menu makanan Soto Khas Lamongan. Depot Soto Lamongan Rambipuji kembali memulai usaha kuliner pada tahun 1986 dirintis oleh Bapak Haji Hariyono dan Ibu Hajah Thoyibah Hariyono. Depot ini dinamakan Soto Lamongan “Enak Tenan”. Sebelumnya, Depot Soto Lamongan Rambipuji berjualan di Pasar Sore Kemuning, Jenggawah sebelum pindah lokasi di Rambipuji. Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember lokasinya bersebelahan dengan Stasiun Rambipuji sehingga menjadikan depot Soto tersebut jarang sepi pembeli karena tempat yang strategis. Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember ini dikenal dengan cita rasa yang enak, kuahnya yang kental, dan harganya yang terjangkau. Beragam menu soto yang disajikan dengan aneka *topping* seperti daging ayam, sayap ayam, babat, daging sapi, dan tulang iga merupakan daya tarik yang ditawarkan oleh tempat tersebut.³

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang konsumen terima dengan harapan konsumen. Jika seseorang puas dengan nilai suatu produk atau layanan, kemungkinan besar orang tersebut akan tetap menjadi pelanggan untuk waktu yang lama. Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan tujuan dan harapan setiap perusahaan, karena kelangsungan hidup dan kepuasan pelanggan perusahaan dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya dibanding yang lain. Kepuasan konsumen sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

³Pemilik Depot Soto Lamongan Rampibuji, diwawancara oleh Penulis, Jember, 10 Agustus 2022.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen saat membeli suatu produk atau jasa meliputi kebutuhan dan keinginan konsumen yang dirasakan, serta pengalaman masa lalu dalam mengonsumsi barang atau menggunakan jasa tersebut.⁴

Cita rasa adalah cara memilih makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Atribut cita rasa meliputi bau, rasa, tekstur dan suhu. Cita rasa adalah interaksi dari panca indra manusia perabaan, penciuman, penglihatan, perasaan dan pendengaran. Makanan yang tersedia terkadang tidak memiliki bentuk yang menarik, meskipun memiliki nilai gizi yang tinggi, dalam hal ini kualitas makanan sangat ditentukan oleh tingkat minat konsumen terhadap makanan tersebut. Pada dasarnya produsen akan membuat produk makanan yang berkualitas baik untuk konsumennya, oleh sebab itu menciptakan kepuasan terhadap konsumen menjadikan nilai tambah bagi produsen.⁵

Keragaman menu adalah salah satu pertimbangan konsumen melakukan pembelian. Banyaknya ragam atau variasi menu yang ditawarkan akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Adanya alternatif pilihan produk yang bervariasi, mampu mendorong kepuasan konsumen.⁶

⁴ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 82.

⁵ Sri Mutiara, Dkk, "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 4 No 1 (Januari 2021): 412, <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/542>.

⁶ Firdaus Ikrar Cholik, Rufial dan Bida Sari, "Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering di Bekasi", *IKHRAITH Ekonomika* 5 No 1 (Maret 2022): 59, <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1712>.

Depot Soto Lamongan Rambipuji memiliki keunikan, salah satunya pada koya yang disajikan. Biasanya koya yang digunakan pada soto terbuat dari kerupuk udang yang dihaluskan, namun Depot Soto Lamongan Rambipuji menggunakan koya dari serundeng (serutan kelapa) yang dibakar berbeda dengan soto lainnya. Pilihan menu soto beragam dan banyak variasi. Menu yang disajikan yaitu soto ayam, soto daging, soto babat, soto daging campur babat, soto ayam spesial, soto daging campur babat spesial, soto ayam dipisah, soto babat dipisah, soto daging campur babat dipisah, dan soto tulangan iga. Selain itu juga, konsumen bisa memilih porsi nasi yang ditawarkan yaitu porsi penuh dan setengah porsi. Menu yang disajikan menjadi keunikan tersendiri, karena konsumen memiliki selera masing-masing, ada yang suka dan tidak suka ayam bisa memilih varian menu lainnya.

Hasil penelusuran di Google, Soto Lamongan Rambipuji memiliki ulasan terbanyak sebanyak 1.400 dibandingkan dengan kuliner soto lainnya seperti soto Dahlok memiliki ulasan sebanyak 676 dan soto ayam Haji Syukri memiliki ulasan sebanyak 825. Ulasan yang dimiliki soto lamongan memiliki penilaian bintang 4,4 , soto Dahlok memiliki penilaian bintang 4,3 dan soto Haji Syukri memiliki penilaian bintang 4,3 dengan isi ulasan yang bervariasi yaitu ada berupa kritik, saran dan pendapat.⁷ Hal tersebut dapat diartikan bahwa Soto Lamongan Rambipuji salah satu kuliner soto yang eksis dalam pencarian di internet. Hasil ulasan pencarian kuliner Soto Lamongan ini juga

⁷ Observasi di Google dengan keyword Soto di Jember, 11 September 2022.

ada yang positif dan negatif. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti dengan obyek penelitian di Depot Soto Lamongan Rambipuji.

Depot Soto Lamongan Rambipuji termasuk usaha kuliner yang dapat bersaing dengan usaha kuliner sejenis di Jember. Hal tersebut terbukti hingga saat ini masih berjalan, bahkan konsumennya tidak hanya masyarakat Jember saja tetapi masyarakat luar Jember seperti Bondowoso, Banyuwangi, Situbondo bahkan ada yang dari luar Jawa Timur. Rata-rata pengunjung Depot Soto Lamongan per hari sebanyak 300 orang. Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember tidak pernah melakukan promosi melalui sosial media dan internet, berbeda dengan usaha kuliner sejenis yang melakukan promosi melalui sosial media seperti Soto Ayu, Soto Nusantara Bu Har dan sebagainya. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti, di samping dengan perkembangan zaman internet dan tidak melakukan promosi melalui media internet namun Depot Soto Lamongan Rambipuji masih bertahan bahkan pelanggan tidak pernah sepi.

Penelitian ini di latar belakang oleh *research gap* pada penelitian - penelitian terdahulu terkait pengaruh keragaman menu dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian mengemukakan bahwa keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁸ Berbeda dengan

⁸ Rohman, "Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya", *Jurnal Tata Niaga (JPTN)*, Vol 9 No 2 (2021), <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40557/35138>.

hasil penelitian yang mengemukakan bahwa keragaman menu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁹

Hasil penelitian terkait pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan memberikan hasil bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹⁰ Berbeda dengan hasil penelitian lain yang mengemukakan bahwa cita rasa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹¹ Perbedaan penelitian ini dengan dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat dari variabel bebas yang digunakan. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel cita rasa dan keragaman menu.

Berbagai penelitian - penelitian diatas menunjukkan pengaruh yang berbeda variabel bebas (cita rasa dan keragaman menu) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian disini akan meneliti pengaruh cita rasa dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dan menuangkannya dalam penulisan Proposal Skripsi ini dengan judul: “PENGARUH CITA RASA DAN KERAGAMAN MENU TERHADAP

⁹ Unniatul Kholifah, Edy Kusnadi Dan Randika Fandiyanto. “Pengaruh Keragaman Produk Dan Endorser Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D’poto Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai variabel Intervening”, *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* Vol 1 No 2 (September 2022), <https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/2092>.

¹⁰ Galih Ayu Prasasti, dan Putri Maisara.. “Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya”, *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* Volume I Nomor 2 (2022), <https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/download/327/186/>.

¹¹ Sri Iwinskyari dan Herry Nurdin. “Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Lesehan Inasei) *Journal Scientific Of Mandalika (JSM)*, Vol. 2 No. 7 (Juli 2022), <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/757>.

KEPUASAN KONSUMEN DEPOT SOTO LAMONGAN RAMBIPUJI JEMBER”

B. Rumusan Masalah

Pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Apakah cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember?
2. Apakah keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember?
3. Apakah cita rasa dan keragaman menu berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penulisan proposal skripsi ini, ada beberapa tujuan yang harus dicapai oleh penulis, dan tujuan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember.

D. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis penelitian ini yaitu untuk memberikan landasan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian lain yang sejenis yang berkaitan dengan pengaruh cita rasa dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian sebagai sarana pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan peneliti di bidang penelitian ilmiah yang relevan dengan latar belakang pendidikan peneliti

b. Bagi Instansi

Sebagai bahan pertimbangan menentukan kebijakan dan dapat memberikan pilihan alternatif terhadap kepuasan konsumen pada cita rasa dan keragaman menu.

c. Bagi Akademis

Hasil penelitian dapat dijadikan tambahan informasi, pengetahuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen (bebas) penelitian ini yaitu cita rasa (X_1) dan keragaman menu (X_2), sedangkan variabel dependen (terikat) yang digunakan dalam penelitian yaitu kepuasan konsumen (Y).

2. Indikator Penelitian

Indikator penelitian masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel

Tabel 1. 2
Indikator Penelitian

No	Variabel	Jenis Variabel	Indikator	Skala
1.	Cita rasa	Independen (Bebas)	1. Aroma 2. Rasa 3. Tekstur ¹²	Likert
2.	Keragaman Menu	Independen (Bebas)	1. Jenis pilihan menu makanan 2. Rasa makanan 3. Ukuran porsi makanan ¹³	Likert
3.	Kepuasan Konsumen	Dependen (Terikat)	1. Melakukan pembelian ulang 2. Merekomendasi produk kepada orang lain ¹⁴	Likert

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

¹² Sigit Ratnanto dan Hery Purnomo. "Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan "Soto Dok Lamongan"Nganjuk", *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri*. (19 September 2020): 544.

¹³ Moh.Mustaqim dan Dheasey Amboningtyas, "Pengaruh Variasi Makanan, Pelayanan,Dan Atmosfer Terhadap Kepuasan Pelanggan di RM. Borobudur Semarang", *Journal of Management* Vol 3, No 3 (2017), <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/716>.

¹⁴ Philip Kotler, dan Gary Amstrong, *Principles of Marketing, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*,(Jakarta : Erlangga , 2006):8.

F. Definisi Operasional

1. Cita rasa

Cita rasa adalah suatu cara memilih makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia yakni perasa, pencium, perabaan penglihatan dan pendengaran. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa.¹⁵

Cita rasa yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman yang dirasakan oleh mulut konsumen Depot Soto Lamongan dan diukur dengan indikator aroma, rasa dan tekstur.

2. Keragaman Menu

Keberagaman produk dan cara penyajian yang berbeda juga dapat menarik konsumen dan mempertahankan para konsumen. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan untuk meningkatkan pembelian konsumen karena terdapat berbagai macam produk sejenis yang ditawarkan oleh berbagai macam perusahaan. Guna memenangkan persaingan tersebut hendaknya restoran berusaha untuk dapat mengetahui apa yang menjadi

¹⁵ Sugeng Nugroho Hadi, "Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 15, (Desember 2016): 133, <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/attaazi/article/download/17/14>.

kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen dapat membuat keputusan pembelian.¹⁶

Keragaman menu yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu jenis, variasi atau ragam menu yang ditawarkan oleh Depot Soto Lamongan yang diukur dengan indikator jenis pilihan menu, rasa dan ukuran.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja semakin melebihi harapan, pelanggan amat puas.¹⁷

Kepuasan konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan atau melebihi harapan konsumen Depot Soto Lamongan yang diukur dengan indikator kualitas produk, harga, faktor emosional dan biaya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹⁶ Savira Bintang Camelia dan Sri Suryoko, "Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.Diponegoro", *Journal Of Social And Political* (2017): 3, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16735>.

¹⁷ Phillip Kotler and Kevin Lane Keller. "Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Terjemahan: Drs. Benyamin Molan", (Jakarta : Indeks), 2007: 70

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan Unniatul Kholifah, Edy Kusnadi dan Randika Fandiyanto tahun 2022 yang berjudul “*Pengaruh Keragaman Produk Dan Endorser Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D’poto Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*”.

Tujuan penelitian yaitu untuk melihat pengaruh keberagaman menu, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warunk Bendito Kawasan Megamas, Manado. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* sesuai kriteria yang ditentukan. Jumlah sampel yang didapat sebanyak 30 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian yaitu 1) Keragaman produk berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli; 2) *Endorser* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli; 3) Keragaman produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen; 4) *Endorser* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen; 5) Minat beli berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen; 6) Keragaman produk terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli berpengaruh positif

signifikan; 7). *Endorser* terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli berpengaruh positif signifikan.¹⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti, variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Café D'poto situbondo, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu keragaman menu, endorse dan minat beli sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu minat beli dan kepuasan konsumen sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu kepuasan konsumen.

2. Penelitian yang dilakukan Galih Ayu Prasasti dan Putri Maisara tahun 2022 yang berjudul “*Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya*”.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh fasilitas, harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen mie gacoan di Solo Raya.

Metode pengambilan sampel dengan *non probability sampling*. Jumlah sampel yang didapat sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda menggunakan program IBM SPSS Statistics 25. Hasil uji hipotesis secara parsial yaitu: 1)

¹⁸ Kholifah, Kusnadi dan Fandiyanto. “*Pengaruh Keragaman Produk Dan Endorser Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'poto Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*”

Variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 2) Variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen ; 3) Variabel Cita Rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan hasil fasilitas dan cita rasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mie gacoan di Solo Raya.¹⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Mie Gacoan Solo Raya, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu fasilitas, harga dan cita rasa, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

3. Penelitian yang dilakukan Agung Triyono Hariyanto, Sri Wahyuni dan Joko Widodo tahun 2022 yang berjudul *“Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember)”*.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode

¹⁹ Galih Ayu Prasasti dan Putri Maisara. “Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya”, *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, Vol 9 No 2 (2022), <https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/view/327>.

penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu di Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember. Penentuan jumlah responden menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* sebanyak 71 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember.²⁰

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu cita rasa dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

4. Penelitian yang dilakukan Sri Iwinskyari dan Herry Nurdin tahun 2022 yang berjudul “*Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Lesehan Ina Sei)*”.

²⁰ Agung Triyono Hariyanto, Sri Wahyuni dan Joko Widodo. “Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember)”, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan , Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, Vol 16 No 1 (2022), <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/22938>.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus Di lesehan Ina Sei). Penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang digunakan. *Accidental sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian. Sampel yang digunakan yaitu 75 responden. Angket (kuesioner), studi pustaka dan observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis regresi berganda merupakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada studi Kasus Ina Sei; 2) ada pengaruh yang signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada studi kasus Ina Sei; 3) pengaruh cita rasa dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada studi kasus di lesehan Ina Sei.²¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Ina Sei, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu, cita rasa dan lokasi sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Khori Fathur Rahman tahun 2021 yang berjudul *“Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan*

²¹ Iwinsyari dan Nurdin. “Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Lesehan Ina Sei)”.

Terhadap Kepuasan Konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya”.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian kuantitatif asosiatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Jumlah responden penelitian yaitu sebanyak 100 orang. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis regresi berganda merupakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel keragaman produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya.²²

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Baskin Robbins Tunjungan Plaza Surabaya sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu keragaman produk dan kualitas layanan, sedangkan variabel bebas yang

²² Rohman, “Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya”

digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

6. Penelitian yang dilakukan Diana Natalia Mumu, William J.F.A Tumbuan dan Jane G. Poluan tahun tahun 2021 yang berjudul “*Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado*”.

Tujuan penelitian yaitu untuk melihat pengaruh keberagaman menu, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warunk Bendito Kawasan Megamas, Manado. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian. Pengambilan sampel sesuai kriteria yang ditentukan dengan sampel didapat berjumlah 30 orang. Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa a). keragaman menu berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, b) harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, c) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji secara simultan keberagaman menu, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan²³.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Warunk Bendito Kawasan Megamas, Manado,

²³ Diana N. Mumu, William J.F.A Tumbuan Dan Jane G. Poluan. “Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado”, *Jurnal Emba*, Vol. 9 No. 3 (Juli 2021): 951 – 959, <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/35134>.

sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu keberagaman menu, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

7. Penelitian yang dilakukan Arinal Husna tahun tahun 2021 yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuyaya*”.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, promosi, harga, kualitas produk dan rasa pada kepuasan pelanggan pada ayam Geprek di Warung Endus Sibuyaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli langsung di Warung Ayam Geprek Endus Sibuyaya. Sampel yang digunakan sebanyak 84 orang. Penelitian ini menggunakan metode *random sampling*, di mana sampel diacak dengan memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan dalam pengujian simultan (Test F), diketahui bahwa kualitas layanan, promosi, harga, kualitas produk dan rasa memiliki efek positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan, sedangkan hasil uji parsial (test t) diketahui bahwa kualitas layanan dan promosi memiliki efek positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan, sementara harga,

kualitas dan rasa produk tidak berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.²⁴

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Warung Ayam Geprek Endus Sibuya, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu kualitas layanan, promosi, harga, kualitas produk dan rasa, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

8. Penelitian yang dilakukan Amir Hamzah tahun 2021 yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Mbak Siti*”

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, cita rasa dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Pendekatan penelitian menggunakan penelitian kuantitatif. Jumlah sampel yang dipakai 30 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Variabel yang digunakan variabel independen yaitu kualitas produk, harga, cita rasa dan promosi; variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan alat analisis yaitu SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil penelitian

²⁴Arinal Husna. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya”, *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, Vol. 1. No. 3 (Juli 2021): 311-320, <https://valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/24/26>.

menunjukkan: 1) secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 2) secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 3) secara parsial cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 4) secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 5) secara simultan variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.²⁵

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Rumah Makan Mbak Siti, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu kualitas, harga, cita rasa dan promosi, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

9. Penelitian yang dilakukan Meilaty Finthariasari, Sri Ekowati dan Roy Krisna tahun 2021 yang berjudul “*Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*”.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *display layout*, dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen toko kue Sarah *Cake* Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 190 responden. Kuesioner

²⁵ Amir Hamzah. Siregar, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Mbak Siti”, *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, Volume 3 No 1 (Januari 2021), <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jecs/article/view/131>.

dan observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Tahapan analisis data yaitu pengumpulan data lalu pengolahan data dengan alat bantu olah data SPSS 21. Hasil uji hipotesis secara parsial (uji T) bahwa masing-masing variabel independen (kualitas produk, *display layout*, dan variasi produk) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Untuk hasil secara simultan (uji F) variabel independen (kualitas produk, *display layout*, dan variasi produk) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).²⁶

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu toko kue Sarah *Cake* Bengkulu, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu kualitas produk, *display layout*, dan variasi produk, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

10. Penelitian yang dilakukan Fandy Ardiansyah tahun 2020 yang berjudul “*Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima*”.

²⁶Meilaty Finthariasari, Sri Ekowati dan Roy Krisna. “Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”, *Journal Ekombis Review*, Vol. 8 No. 2 (Juli 2020), <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1081>.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui: 1) pengaruh keragaman produk terhadap keputusan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima, 2) pengaruh lokasi penjualan terhadap keputusan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima, 3) pengaruh keragaman produk dan lokasi penjualan terhadap keputusan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) variabel keberagaman menu tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. (2) variabel lokasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. (3) variabel keberagaman menu dan lokasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima.²⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Kantin Yuank Kota Bima, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu keberagaman menu dan lokasi, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

²⁷Fandy Ardiansyah, "Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima", *Jurnal Brand*, Volume 2 No 2 (Desember 2020), <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/617>.

11. Penelitian yang dilakukan Megasari Saragih, Elfitra Desy Surya dan Sri Rahayu tahun 2020 yang berjudul *“Pengaruh Cita Rasa Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nelayan Sanghai Kitchen Restaurant Sun Plaza Cabang Medan”*.

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Objek penelitian ini pelanggan Nelayan Sanghai Kitchen Restaurant Sun Plaza Cabang Medan dengan sampel sebanyak 97 orang responden. Jenis penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Metode penelitian yang digunakan regresi linier berganda dengan alat analisis yaitu SPSS 20.0. Ditemukan bahwa cita rasa dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Nelayan Sanghai Kitchen Restaurant Sun Plaza Cabang Medan.²⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Nelayan Sanghai Kitchen Restaurant Sun Plaza Cabang Medan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu cita rasa dan pelayanan, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.

Berikut ringkasan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel dibawah:

²⁸ Saragih., Surya dan Rahayu. *“Pengaruh Cita Rasa Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nelayan Sanghai Kitchen Restaurant Sun Plaza Cabang Medan”*

Tabel 2. 2
Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1.	Unniatul Kholifah, Edy Kusnadi dan Randika Fandiyanto Tahun 2022	Pengaruh Keragaman Produk Dan <i>Endorser</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D'poto Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening	Pendekatan Penelitian: Penelitian kuantitatif Teknik pengambilan sampel: <i>purposive sampling</i> dengan 98 responden Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara dan kuesioner Variabel: 1. Variabel independen: keragaman produk dan <i>endorse</i> 2. Variabel dependen: kepuasan konsumen 3. Variabel intervening: minat beli Analisis Data: PLS-SEM (<i>Partial Least Square-Structural Equation Model</i>)	Hasil penelitian yaitu: 1. Keragaman produk berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli; 2. <i>Endorser</i> berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli; 3. Keragaman produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen; 4. <i>Endorser</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen; 5. Minat beli berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen; 6. Keragaman produk	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti, variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Café D'poto situbondo, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu keragaman menu, <i>endorse</i> dan minat beli sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu minat beli dan kepuasan konsumen sedangkan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu kepuasan

				<p>terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli berpengaruh positif signifikan;</p> <p>7. <i>Endorser</i> terhadap kepuasan konsumen melalui minat beli berpengaruh positif signifikan</p>	<p>konsumen. Persamaan penelitian yang yaitu variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen.</p>
2.	Galih Ayu Prasasti dan Putri Maisara Tahun 2022	Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya	<p>Pendekatan Penelitian: Penelitian kuantitatif</p> <p>Teknik pengambilan sampel: <i>non probability sampling</i></p> <p>Teknik pengumpulan data: Kuesioner</p> <p>Variabel:</p> <p>1. Variabel fasilitas, harga dan cita rasa terhadap</p> <p>2. Variabel dependen: kepuasan konsumen</p> <p>Analisis Data: Analisis regresi berganda dengan aplikasi IBM</p>	<p>Hasil uji hipotesis secara parsial yaitu:</p> <p>1. Variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen;</p> <p>2. Variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen;</p> <p>3. Variabel cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen;</p> <p>4. Hasil uji F</p>	<p>Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Mie Gacoan Solo Raya, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu fasilitas, harga dan cita rasa, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Persamaan</p>

			SPSS <i>Statistics.</i>	menunjukkan hasil fasilitas dan cita rasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan mie gacoan di Solo Raya	penelitian yang yaitu variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dan analisis data yang digunakan analisis regresi berganda
3.	Agung Triyono Hariyanto, Sri Wahyuni dan Joko Widodo Tahun 2022	Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Bank One 2.	Pendekatan Penelitian: Penelitian kuantitatif Teknik pengambilan sampel: <i>non probability sampling</i> dengan penentuan sampel <i>Accidental Sampling</i> sebanyak 71 responden. Teknik pengumpulan data: angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi Variabel: 1. Variabel cita rasa dan kualitas pelayanan 2. Variabel dependen: kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu cita rasa dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Persamaan penelitian yaitu

			konsumen Analisis Data: Analisis regresi linear berganda		variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dan analisis data yang digunakan analisis regresi berganda
4.	Sri Iwinsyari dan Herry Nurdin Tahun 2022	Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Lesehan Ina Sei	Jenis Penelitian: Penelitian asosiatif Teknik pengambilan sampel: sampling dengan jenis <i>accidental sampling</i> , menetapkan sebanyak 75 responden Teknik pengumpulan data: Observasi, Angket (Kuesioner), dan studi pustaka. Variabel: 1. Variabel independen: cita rasa dan lokasi 2. Variabel dependen: kepuasan konsumen Analisis Data: regresi linier berganda dengan alat analisis yaitu SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada studi Kasus Ina Sei; 2. Ada pengaruh yang signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada studi kasus Ina Sei; 3. Pengaruh cita rasa dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada studi kasus di lesehan Ina Sei	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Ina Sei, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu, cita rasa dan lokasi sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Persamaan penelitian yaitu variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dan analisis data yang digunakan analisis regresi berganda
5.	Ahmad Khori Fathur	Pengaruh Keragaman	Pendekatan dan Jenis	Hasil dari penelitian ini	Perbedaan penelitian terletak

	<p>Rahman Tahun 2021</p>	<p>Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya .</p>	<p>Penelitian: Pendekatan kuantitatif, jenis penelitian <i>survey</i> Teknik pengambilan sampel: <i>simple random sampling</i> dengan jumlah responden 100 orang Teknik pengumpulan data: Kuesioner Variabel: 1. Variabel independen: keragaman produk dan kualitas layanan 2. Variabel dependen: kepuasan konsumen Analisis Data: Analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS 25</p>	<p>menunjukkan bahwa: 1. Variabel keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, 2. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen 3. Variabel keragaman produk dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya .</p>	<p>pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Baskin Robbins Tunjungan Plaza Surabaya sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu keragaman produk dan kualitas layanan, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Persamaan penelitian yaitu analisis data yang digunakan analisis regresi berganda</p>
6.	<p>Diana Natalia Mumu, William J.F.A Tumbuan dan Jane G. Poluan Tahun 2021</p>	<p>Pengaruh Keberagaman Menu, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada</p>	<p>Jenis Penelitian: Penelitian kuantitatif Teknik pengambilan sampel: <i>purposive sampling</i> sesuai kriteria</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Keragaman menu berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan,</p>	<p>Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Warunk Bendito Kawasan Megamas, Manado,</p>

		Warunk Bendito Kawasan Megamas, Manado.	yang ditentukan. Jumlah sampel yang didapat sebanyak 30 orang. Teknik pengumpulan data: Kuesioner Variabel: 1. Variabel independen: keberagaman menu, harga, dan kualitas pelayanan 2. Variabel dependen: kepuasan konsumen Analisis Data: Analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS	2. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, 3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 4. Hasil uji secara simultan keberagaman menu, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu keberagaman menu, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Persamaan penelitian yaitu variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dan analisis data yang digunakan analisis regresi berganda
7.	Arinal Husna Tahun 2021	Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Rasa Pada Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek di Warung Endus Sibuya	Jenis Penelitian: Penelitian kuantitatif Teknik pengambilan sampel: <i>random sampling</i> dengan 84 responden Teknik pengumpulan data: Kuesioner Variabel: 1. Variabel	Hasil penelitian mengemukakan bahwa pengujian simultan (<i>test F</i>), diketahui bahwa kualitas layanan, promosi, harga, kualitas produk dan rasa memiliki efek positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Sebagian (<i>test t</i>)	Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Warung Ayam Geprek Endus Sibuya, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas

			<p>independen: kualitas layanan, promosi, harga, kualitas produk dan rasa</p> <p>2. Variabel dependen: kepuasan konsumen</p> <p>Analisis Data: regresi linier berganda dengan alat analisis yaitu SPSS</p>	<p>diketahui bahwa kualitas layanan dan promosi memiliki efek positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan, sementara harga, kualitas dan rasa produk tidak berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. Sementara itu, targetting dan posisi pasar tidak memberikan efek positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetiti</p>	<p>yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu kualitas layanan, promosi, harga, kualitas produk dan rasa, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Persamaan penelitian yaitu variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dan analisis data yang digunakan analisis regresi berganda</p>
8.	Amir Hamzah Siregar Tahun 2021	<p>Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di rumah makan mbak siti.</p>	<p>Pendekatan Penelitian: Penelitian kuantitatif</p> <p>Teknik pengambilan sampel: jumlah sampel yang dipakai 30 orang</p> <p>Teknik pengumpulan data: Kuesioner</p> <p>Variabel:</p> <p>1. Variabel independen: kualitas produk, harga, cita</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan:</p> <p>1. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen;</p> <p>2. Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen;</p>	<p>Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Rumah Makan Mbak Siti, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu kualitas, harga, cita</p>

			<p>rasa dan promosi</p> <p>2. Variabel dependen: kepuasan konsumen</p> <p>Analisis Data: regresi linier berganda dengan alat analisis yaitu SPSS</p>	<p>3. Secara parsial cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen;</p> <p>4. Secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen;</p> <p>5. Secara simultan variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen</p>	<p>rasa dan promosi, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Persamaan penelitian yaitu variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dan analisis data yang digunakan analisis regresi berganda</p>
9.	<p>Meilaty Finthariasari, Sri Ekawati dan Roy Krisna</p> <p>Tahun 2021</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk, <i>Display Layout</i>, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kue Sarah <i>Cake</i> Kota Bengkulu</p>	<p>Pendekatan dan Jenis Penelitian: Pendekatan kuantitatif, jenis penelitian <i>survey</i></p> <p>Teknik pengambilan sampel: menggunakan rumus Hair dengan jumlah responden 190 orang</p> <p>Teknik pengumpulan data:</p>	<p>Hasil uji hipotesis secara parsial (uji T) bahwa masing-masing <i>variable</i> independen (kualitas produk, <i>display layout</i>, dan variasi produk) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>variable</i> dependen (kepuasan konsumen). Untu</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu toko kue Sarah <i>Cake</i> Bengkulu, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan</p>

			<p>Kuesioner</p> <p>Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> Variabel independen: kualitas produk, <i>display layout</i>, dan variasi produk Variabel dependen: kepuasan konsumen <p>Analisis Data: Analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS</p>	<p>k hasil secara simultan (uji F) variable independen (kualitas produk, <i>display layout</i>, dan variasi produk) berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).</p>	<p>Rambipuji.</p> <p>Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu kualitas produk, <i>display layout</i>, dan variasi produk, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu. Persamaan penelitian yaitu variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dan analisis data yang digunakan analisis regresi berganda</p>
10.	Fandy Ardiansyah Tahun 2020	Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima	<p>Jenis Penelitian: Penelitian asasiatif</p> <p>Teknik pengambilan sampel: <i>purposive sampling</i> dengan 96 responden</p> <p>Teknik pengumpulan data: Kuesioner</p> <p>Variabel:</p> <ol style="list-style-type: none"> Variabel independen: keragaman produk dan lokasi 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> Variabel keberagaman menu tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. Variabel lokasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 	<p>Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Kantin Yuank Kota Bima, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu keberagaman menu dan lokasi,</p>

			<p>penjualan</p> <p>2. Variabel dependen: kepuasan konsumen</p> <p>Analisis Data: Analisis regresi linear berganda</p>	<p>pada Kantin Yuank Kota Bima.</p> <p>3. Variabel keberagaman menu dan lokasi penjualan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima</p>	<p>sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.</p> <p>Persamaan penelitian yang yaitu variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dan analisis data yang digunakan analisis regresi berganda</p>
11.	<p>Megasari Saragih, Elfitra Desy Surya dan Sri Rahayu</p> <p>Tahun 2021</p>	<p>Pengaruh Cita Rasa Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Nelayan Sanghai Kitchen Restaurant Sun Plaza Cabang Medan</p>	<p>Pendekatan Penelitian: Penelitian kuantitatif</p> <p>Teknik pengambilan sampel: sampel yang digunakan sebanyak 71 responden.</p> <p>Teknik pengumpulan data: kuesioner</p> <p>Variabel:</p> <p>1. Variabel independen: cita rasa dan pelayanan</p> <p>2. Variabel dependen: kepuasan konsumen</p> <p>Analisis Data: regresi linier berganda dengan alat analisis yaitu</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Nelayan Sanghai Kitchen Restaurant Sun Plaza Cabang Meda</p>	<p>Perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti dan variabel bebas yang digunakan. Objek penelitian tersebut yaitu Nelayan Sanghai Kitchen Restaurant Sun Plaza Cabang Medan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu Depot Soto Lamongan Rambipuji.</p> <p>Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu cita rasa dan pelayanan, sedangkan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu cita rasa dan keragaman menu.</p>

			SPSS 20.0		Persamaan penelitian yaitu variabel dependen yang digunakan yaitu kepuasan konsumen dan analisis data yang digunakan analisis regresi berganda
--	--	--	-----------	--	--

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan analisis regresi berganda. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada variabel bebas dan terikat yang digunakan serta objek dan lokasi penelitian.

B. Kajian Teori

1. Teori Pemasaran

Pemasaran merupakan proses mengelola hubungan konsumen yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran yaitu untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai yang lebih besar, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan yang sudah ada dengan menciptakan kepuasan.²⁹

Pemasaran merupakan proses sosial antara individu dan kelompok mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan melalui menciptakan, menawarkan dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.³⁰

²⁹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi kedua belas*, (Jakarta: Erlangga), 2008: 5

³⁰ Philip Kotler. *Marketing Management*, (America: Pearson, 201), 5.

Pemasaran merupakan proses manajerial dan sosial antara individu dan kelompok bisa mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan dengan penciptaan dan pertukaran nilai dan produk dengan orang lain.³¹

Pemasaran merupakan proses manajerial dan sosial antara individu dan organisasi mendapatkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan dengan menciptakan dan menukar dengan nilai yang lain. Pemasaran melibatkan penciptaan pelanggan yang menguntungkan dan hubungan pertukaran dengan nilai dalam bisnis yang sempit. Oleh karena itu, pemasaran merupakan proses dimana perusahaan dapat melakukan penciptaan nilai terhadap pelanggan dan menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.³²

Memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen adalah inti pemasaran. Sasaran dari setiap bisnis adalah menghantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan laba. Dalam ekonomi yang sangat kompetitif, dengan semakin banyaknya pembeli rasional yang dihadapkan dengan segudang pilihan, perusahaan hanya dapat meraih kemenangan dengan melakukan proses penghantaran nilai yang bagus serta memilih, menyediakan, mengomunikasikan nilai yang unggul menuntut banyak kegiatan pemasaran yang berbeda.³³

³¹ Farida Yulianti, Lamsah dan Periyadi, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2019), 1.

³² Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi kedua belas*, 6.

³³ Puji Muniarti dkk. *Manajemen Pemasaran*, (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 8.

2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan mengevaluasi produk dan jasa (*product and services*). Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa.³⁴

Perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga produk, promosinya juga mengenai tempat dimana barang tersebut dijual (distribusinya). Jika harga suatu produk tidak terlalu tinggi, maka konsumen tidak akan terlalu lama membutuhkan waktu untuk memikirkan dan melakukan aktivitas perilaku konsumen untuk membeli. Namun jika harga suatu barang atau jasa tersebut tinggi, atau mahal, maka konsumen tersebut akan memberikan usaha atau *effort* lebih terhadap barang tersebut.

Pada dasarnya, perilaku konsumen secara umum dibagi dua yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irasional. Perilaku konsumen yang bersifat rasional adalah tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama, serta manfaat produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya. Sedangkan perilaku konsumen yang bersifat irasional adalah

³⁴Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 2

perilaku konsumen yang mudah terbuju oleh rayuan marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.³⁵

Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting yang harus diketahui oleh suatu perusahaan. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen ada tiga yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi. Berikut adalah penjelasan lengkap dari ketiga faktor yaitu:

a. Faktor Budaya

Faktor budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih menampakkan identitas serta sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Faktor budaya terdiri dari budaya (*culture*) itu sendiri dan sub-budaya (*sub-culture*):

1) Budaya (*Culture*)

Budaya adalah penentu dasar keinginan serta perilaku seseorang. Pemasar benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya disetiap negara untuk memahami cara terbaik dalam memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang untuk produk baru.

2) Sub-Budaya (*Sub-Culture*)

Setiap budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri sosialisasi bagi anggotanya. Sub-budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Ketika sub-budaya tumbuh besar dan cukup kaya maka

³⁵ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, 15

perusahaan akan sering dalam merancang program pemasaran khusus untuk melayani mereka.

b. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi (*references group*), keluarga (*family*) serta peran sosial dan status (*role and status*) turut memengaruhi dalam perilaku pembelian. Dibawah ini dijelaskan mengenai ketiga kelompok tersebut yaitu mengenai kelompok acuan, keluarga, peran dan status.

1) Kelompok Referensi (*References Group*) Adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok referensi akan memengaruhi anggota setidaknya dengan tiga cara. Mereka akan memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang kemudian mereka memengaruhi sikap dan konsep diri serta mereka akan menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat memengaruhi pilihan produk dan merek. Jika pengaruh kelompok referensi kuat, maka pemasar harus menentukan cara untuk menjangkau dan memengaruhi pemimpin opini kelompok.

2) Keluarga (*Family*) adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam kehidupan konsumen, pertama adalah keluarga orientasi (*family of orientation*) yang

terdiri dari orang tua dan saudara kandung sedangkan yang kedua adalah keluarga prokreasi (*family of procreation*) yaitu pasangan dan anak-anak.

- 3) Peran dan Status (*Role and Status*), orang berpartisipasi dalam banyak kelompok, klub dan organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu dalam mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam setiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran (*role*) terdiri dari kegiatan yang diharapkan akan dapat dilakukan seseorang dan setiap peran menyandang status.

c. Faktor Pribadi (*Personal Factor*)

Keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi ini terdiri dari:

- 1) Usia dan Tahap Siklus Hidup (*Age and Life Cycle Stage*) Konsumen akan membeli barang atau jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Konsumen juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga, orang dewasa dan kemudian akan mengalami perjalanan dan perubahan sepanjang hidupnya. Pemasar akan memberikan perhatian yang besar kepada perubahan siklus hidup karena berpengaruh pada perilaku konsumen.

- 2) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi (*Economic Situation*) Pekerjaan juga akan memengaruhi pola konsumsi konsumen. Pemasar akan berusaha untuk mengidentifikasi kelompok pekerjaan

yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka dan bahkan menghantarkan produk khusus untuk kelompok pekerjaan tertentu. Pilihan produk juga sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang.

3) Kepribadian dan Konsep Diri (*Personality and Self-Concept*) Setiap konsumen mempunyai karakteristik pribadi yang memengaruhi perilaku pembeliannya. Yang dimaksud dengan kepribadian (*personality*) adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan (termasuk perilaku pembelian)

4) Gaya Hidup (*Life Style*)

Perilaku konsumen sub-budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin akan mempunyai gaya hidup yang cukup berbeda. Sebagian gaya hidup akan terbentuk oleh keterbatasan uang atau keterbatasan waktu yang dimiliki konsumen. Perusahaan yang mempunyai tujuan melayani konsumen dengan keuangan terbatas akan menciptakan produk dan jasa yang murah.³⁶

3. Bauran Pemasaran

Marketing mix adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh seorang manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Menggunakan konsep dasar marketing mix yang telah lama diketahui yaitu strategi 4-P: *Product*

³⁶ Ahmad Jibril, Teori Perilaku Konsumen, (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021), 6-10.

(Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi). Empat P menggambarkan pandangan penjual terhadap perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Dari sudut pandang konsumen, setiap perangkat pemasaran dirancang untuk memberikan manfaat bagi konsumen.³⁷

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dipasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk melibatkan konsumen dan memberikan nilai pelanggan. Bauran pemasaran terdiri dari 4P yaitu:³⁸

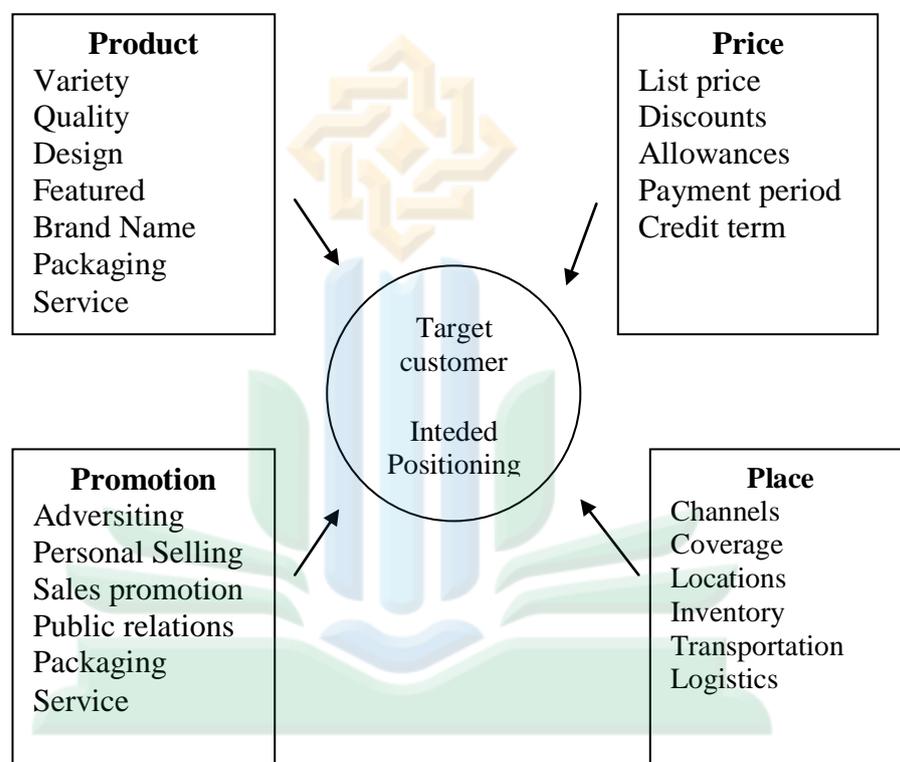
- a. Produk (*product*), adalah mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa.
- b. Harga (*price*), adalah suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan.
- c. Tempat (*Place*), yakni memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk

³⁷ Muniarti dkk. *Manajemen Pemasaran*, 4.

³⁸ Philip Kotler et al, *Principles Of Marketing*, (Hoboken : Pearson, 2019), 52.

melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengirim dan perniagaan produk secara fisik.

- d. Promosi (*promotion*), adalah suatu yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.



Gambar 2. 3
Bauran pemasaran 4P

Sumber Data: Philip Kotler 2019

Kebijakan yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dalam menghadapi bauran pemasaran, yaitu

a) Kebijakan Produk

Produk ialah sesuatu yang ditawarkan kepada pasar, guna mendapatkan perhatian dan minat dari konsumen untuk membeli, menggunakan atau mengonsumsinya. Terdapat 2 jenis kebijakan produk, yaitu:

1) Atribut Produk

Perusahaan harus menetapkan manfaat dan kegunaan suatu produk untuk mengembangkan produk tersebut. Pengembangan produk ini didukung oleh atribut produk seperti merek, label, desain, dan lain-lain.

2) Daur Hidup Produk

Jika suatu produk sudah dilepas ke pasar, maka perusahaan akan berupaya menjaga perkembangannya produk tersebut dipasar sasaran. Rancangan pemasaran produk dalam siklus hidup produk dilakukan melalui 4 tahapan, tahap pertama yaitu tahap mengenalkan produk, selanjutnya tahap pertumbuhan dengan karakteristik adanya keuntungan yang diperoleh, kemudian tahap kedewasaan dengan ciri-ciri kestabilan atau penurunan keuntungan, lalu terakhir tahap penurunan yang di mana jika terjadi penurunan penjualan produk yang cepat.

b) Kebijakan Harga

Definisi harga dapat dijabarkan sebagai suatu satuan nilai yang dibayarkan konsumen terhadap permintaan suatu produk yang

dibutuhkannya. Harga ditetapkan dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli atau penjual menetapkan harga yang sama untuk setiap pembeli.

c) Kebijakan Distribusi

Perusahaan umumnya memanfaatkan pelaku perantara yang bertanggung jawab terhadap saluran distribusi produk. Saluran distribusi ialah sekumpulan pelaku usaha yang saling berkaitan dan ikut serta pada penyediaan barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

d) Kebijakan Promosi

Promosi merupakan cara untuk mengomunikasikan dan mengenalkan suatu produk kepada masyarakat, sehingga timbul minat dan keinginan masyarakat untuk membeli dan memiliki produk tersebut. Untuk mengomunikasikan produknya, perusahaan harus menyusun suatu strategi yang disebut dengan strategi bauran promosi. *Promotion mix* meliputi dari 4 komponen utama, yaitu *advertising*, *sales promotion*, *public relations* dan *personal selling*.³⁹

4. Kepuasan Konsumen

Konsumen membuat pilihan pembeli berdasarkan pada persepsi mereka mengenai nilai yang melekat pada berbagai produk dan jasa ini. Nilai bagi pelanggan adalah selisih antara nilai total yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya

³⁹ Musnaini dkk. *Manajemen Pemasaran*, (Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri, 2021), 11.

total yang menyertai produk tersebut. Nilai total antara lain nilai dari produk, jasa, personil pemasar, biaya waktu, biaya energi yang dikeluarkan, biaya psikis. Setelah pemberian nilai, konsumen akan mengevaluasi dan hasil evaluasi ini akan mempengaruhi kepuasan dan peluang untuk membeli ulang produk tersebut.⁴⁰

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja semakin melebihi harapan, pelanggan amat puas.⁴¹ Dengan demikian, harapan pelanggan melatar belakangi mengapa dua organisasi pada jenis bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembelian dahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.⁴²

⁴⁰ Muniarti dkk. *Manajemen Pemasaran*, 9

⁴¹ Phillip Kotler and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Terjemahan: Drs. Benyamin Molan*, (Jakarta : Indeks, 2007), 70.

⁴² Trisno Musanto, "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya", *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, No. 2 (September 2004): 125, <https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/16140>.

Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan dua hal yaitu harapan dan hasil yang diterima. Kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima (hasil yang diperoleh atau kenyataan yang dialami). Kepuasan pelanggan tercipta pada masa pembelian, pengalaman menggunakan produk atau jasa dan masa setelah pembelian. Pelanggan yang merasa puas pada produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan.⁴³

Kepuasan konsumen (*customer satisfaction*). Faktor yang menentukan apakah perusahaan akan bertahan lama dan akan memperoleh laba adalah seberapa banyak atau sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi. Ini bukan berarti bahwa perusahaan harus memaksimalkan kepuasan konsumen begitu saja, tetapi perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen.⁴⁴

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

⁴³ Inka Janita Sembirin, Suharyono, dan Andriani Kusumawati, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 15 No 1 (Oktober 2014):3, <http://repository.ub.ac.id/116649/>.

⁴⁴ Muniarti dkk. *Manajemen Pemasaran*, 4

b. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa.⁴⁵

Perbedaan antar pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan

⁴⁵ Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 91-92

berbicara secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator - indikator yakni:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan.⁴⁶

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seorang konsumen, cara yang dapat dilakukan adalah:

1) Sistem keluhan dan saran (*Complain and suggestion system*)

Suatu organisasi yang berpusat pada konsumen, akan memudahkan pelanggan dalam memberi masukan dan keluhan atas pelayanan yang mereka rasakan. Beberapa cara yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk menampung masukan dan keluhan dari para pelanggannya adalah dengan menyediakan kotak saran, menyebarkan kuesioner dan menyediakan *customer hotline*.

2) Survei kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction surveys*)

Survei ini dapat dilakukan dengan menghubungi pelanggan melalui telepon atau melakukan wawancara secara langsung. Dengan cara ini, perusahaan mendapat *feedback* secara langsung dari pelanggan serta membangun hubungan dengan pelanggannya.

⁴⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2009), 92.

3) *Ghost shopping*

Perusahaan menugaskan seseorang untuk berperan sebagai pembeli dan memberikan laporan mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan maupun pesaing perusahaan.

4) Analisis konsumen yang hilang (*Lost customer analysis*)

Analisis ini bertujuan untuk mempelajari mengapa pelanggan berhenti menggunakan jasa dan produk perusahaan. Untuk mengetahui hal-hal tersebut, perusahaan dapat melakukan *exit interview*. Perusahaan juga harus mencari tahu seberapa besar tingkat kehilangan pelanggan (*customer loss rate*) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya.⁴⁷

Pelanggan membentuk keinginan tentang nilai dan kepuasan yang akan diberikan berbagai penawaran pasar dan membeli berdasarkan keinginannya itu. Pelanggan yang puas akan membeli lagi dan memberitahu orang lain tentang pengalamannya. Pelanggan yang tidak puas akan berganti ke pesaing dan menjelekkan produk yang dibeli kepada orang lain.⁴⁸ Pembelian ulang merupakan salah satu perilaku setelah pembelian yang sebelumnya didasari rasa kepuasan. Pembeli yang merasa puas, maka akan melakukan pembelian ulang. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat

⁴⁷ Philip Kotler, *Marketing Management The Millenium Edition, 11th edition*, (Upper Saddle River, NJ:Prentice Hall, 2003), 151.

⁴⁸ Kotler dan Amstrong, "*Principles of Marketing*", 8.

mendorongnya untuk melakukan pembelian ulang dan loyal terhadap rumah makan tersebut.⁴⁹

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan bentuk perasaan senang ataupun tidak senang konsumen terhadap suatu produk. Dalam penelitian ini, indikator kepuasan konsumen yaitu melakukan pembelian ulang dan merekomendasi produk kepada orang lain. Kepuasan konsumen termasuk sasaran dari pemasaran. Berdasarkan teori bauran pemasaran, pemasaran merupakan salah satu bagian dari promosi. Pemasaran merupakan sebuah proses dalam mengelola suatu hubungan konsumen yang menguntungkan. Sasaran pemasaran terdiri dari menarik konsumen baru, menjanjikan sebuah keunggulan nilai, menjaga dan menumbuhkan konsumen dengan memberikan kepuasan konsumen.

5. Cita Rasa

Cita rasa adalah suatu cara memilih makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia yakni perasa, pencium, perabaan penglihatan dan pendengaran. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap

⁴⁹ Arfimasri dan Yulhan, "Pengaruh Keragaman Menu dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Aur Duri Sumani Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumbar", *Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi*, Volume IV, Nomor 01, (Mei – Oktober 2019): 3, <https://ojs.fkipummy.ac.id/index.php/jusie/article/view/190>.

mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa⁵⁰. Cita rasa termasuk pada produk pada bauran pemasaran. Penciptaan cita rasa diperlukan pengembangan rasa produk dengan mengubah, menambah atau mengurangi rasa yang telah dibuat. Pengembang produk yang dibuat bias dari aroma, rasa dan tekstur.

Indikator cita rasa yaitu:⁵¹

a. Bau, ciri khas, dan aroma.

Cita rasa dapat teridentifikasi dari bau, ciri khas, dan aroma. Dari rangsangan yang diterima oleh panca indera, maka dapat mengetahui identitas rasa dari makanan tersebut. Di mana bau ini dikenal dengan menggunakan hidung. Karena hidung sudah mengenal adanya bau suatu produk tertentu, maka dengan aroma yang diterima oleh indera penciuman, maka apa yang dirasakan oleh bau tersebut dapat mengirim sinyal kepada otak dan otak menyimpulkan bahwa jenis makanan itu lezat atau tidak.

b. Rasa.

Rasa lebih banyak melibatkan panca indera seperti lidah. Lidah sampai saat ini telah mengenal empat rasa utama yaitu asin (*salty*), asam (*sour*), pahit (*bitter*), dan manis (*sweet*), ditambah satu rasa terbaru yaitu umami yang umumnya terdapat pada penyedap rasa

⁵⁰ Sugeng Nugroho Hadi, "Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 15, (Desember 2016): 133, <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/attaazi/article/download/17/14>.

⁵¹ Sigit Ratnanto dan Hery Purnomo. "Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan "Soto Dok Lamongan"Nganjuk", Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri. 19 September 2020.

makanan - makanan khas Asia. Umumnya dirasakan sebagai sensasi kelegaan yang ditimbulkan oleh asam glutamate, suatu asam amino yang dalam bentuk garamnya dengan natrium dikenal sebagai *monosodium glutamate*.

c. Tekstur

Tekstur merupakan tampilan yang ditunjukkan dari bentuk, model, warna, dan karakteristik dari suatu produk. Masing-masing produk dalam kondisi tertentu, menunjukkan tekstur tersendiri. Daging yang berasal dari hewan yang segar menampilkan teksturnya yang merah segar, dan tampak padat. Tetapi daging yang berasal dari hewan yang kurang segar penampakkannya sering terlihat pucat, dan seperti lembek dan kurang berisi. Berubahnya tekstur atau bahan, dapat mengubah rasa dan bau yang timbul karena dapat mempengaruhi kecepatan timbulnya rangsangan terhadap sel reseptor olfaktori dan kelenjar air liur. Semakin kental suatu bahan, penerimaan terhadap intensitas rasa, bau, dan cita rasa semakin berkurang.

Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut, cita rasa yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa yang terletak di lidah atau mulut yang merupakan bagian dari cita rasa dan merupakan hal yang paling penting dalam pembuatan makanan. Cita rasa berupa aroma dan rasanya

dipersepsikan dengan baik artinya bahwa cita rasa makanan dan minuman sudah mampu melekat dibenak konsumen.⁵²

Berdasarkan penjelasan cita rasa diatas, dapat disimpulkan bahwa cita rasa adalah rasa yang dihasilkan oleh suatu makanan. Cita rasa dalam penelitian ini menggunakan 3 indikator yaitu aroma, rasa dan tekstur. Aroma dapat ditunjukkan dengan bau yang timbul dan dapat dirasakan oleh indera penciuman. Rasa dapat ditunjukkan dengan indera pengecap. Tekstur dapat ditunjukkan dari penampilan makanan.

6. Keragaman Menu

Keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu.⁵³ Keragaman produk dapat berbentuk tambahan dari suatu produk inti yang menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk (jasa). Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan pasar.⁵⁴

Keberagaman produk dan cara penyajian yang berbeda juga dapat menarik konsumen dan mempertahankan para konsumen. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan untuk meningkatkan pembelian konsumen.

⁵² Sri Mutiara, Rahmad Solling Hamid dan Ahmad Suardi. "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 4 No 1 (Januari 2021): 425, <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/300>.

⁵³ Kotler dan Armstrong, *Principles of Marketing, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*, 258.

⁵⁴ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 15.

Dan karena terdapat berbagai macam produk sejenis yang ditawarkan oleh berbagai macam perusahaan. Guna memenangkan persaingan tersebut hendaknya restoran berusaha untuk dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen dapat membuat keputusan pembelian.⁵⁵

Keragaman menu di sebuah tempat makan adalah macam-macam menu dalam artian kelengkapan menu mulai dari rasa, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan menu tersebut setiap saat di tempat makan. Salah satu unsur kunci dalam persaingan di antara bisnis kuliner adalah ragam menu yang disediakan oleh tempat makan. Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.⁵⁶

Indikator tentang keragaman menu sebagai berikut:

- a. Jenis pilihan menu makanan dan minuman
- b. Rasa makanan dan minuman
- c. Ukuran porsi makanan dan minuman.⁵⁷

Berdasarkan penjelasan tentang keragaman menu diatas, dapat disimpulkan yaitu keragaman menu merupakan kelengkapan dan variasi menu yang ditawarkan oleh penjual. Penelitian ini menggunakan *indicator* keragaman menu yaitu jenis pilihan menu, rasa dan ukuran porsi makanan.

⁵⁵ Camelia dan Suryoko, "Pengaruh Keragaman Menu,"3.

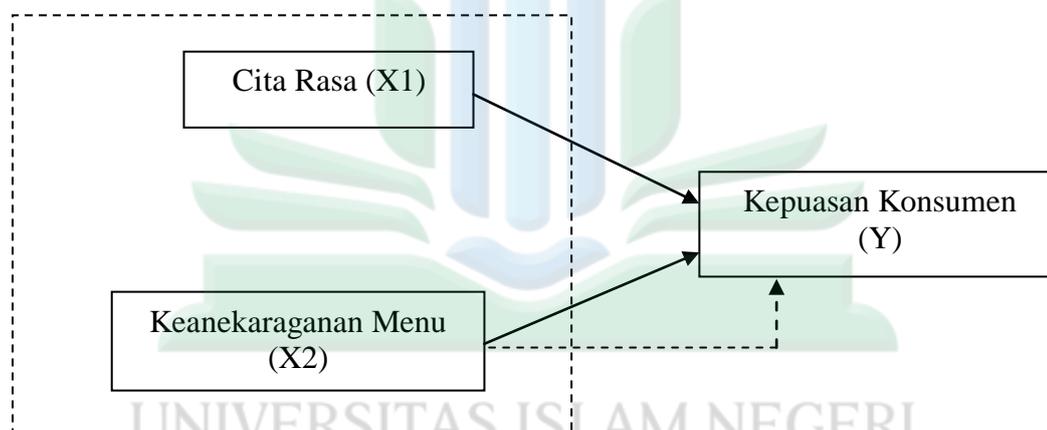
⁵⁶ Mursida Kusuma Wardani dan Anna Wulandari. "Pengaruh Cita Rasa dan Keragaman Menu Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Nasi Uduk Betawi Mpok Tiyah", *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 14 No. 01 (Juni 2017): 23, <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk/article/view/25>.

⁵⁷ Mustaqim dan Amboningtyas, "Pengaruh Variasi Makanan",3.

Keragaman menu termasuk produk dalam bauran pemasaran. Keragaman menu diperlukan perencanaan dan pengembangan ragam makanan, rasa dan porsi.

C. Asumsi Penelitian

Asumsi atau anggapan dasar ini merupakan suatu gambaran sangkaan, perkiraan, satu pendapat atau kesimpulan sementara, atau suatu teori sementara yang belum dibuktikan. Asumsi atau anggapan dasar adalah sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik.⁵⁸ Berdasarkan dari pengertian asumsi tersebut, maka asumsi yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dipengaruhi cita rasa dan keragaman menu. Berikut kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:



Keterangan:

—————> Uji Parsial

-----> Uji Simultan

Gambar 2. 4
Kerangka Pemikiran

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik", (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 65.

D. Hipotesis

1. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen

Cita rasa merupakan cara memilih makanan yang berbeda dari rasa makanan tersebut. Atribut cita rasa meliputi bau, rasa, tekstur dan suhu. Cita rasa adalah interaksi dari panca indra manusia perabaan, penciuman, penglihatan, perasaan dan pendengaran. Makanan yang tersedia terkadang tidak memiliki bentuk yang menarik, meskipun memiliki nilai gizi yang tinggi, dalam hal ini kualitas makanan sangat ditentukan oleh tingkat minat konsumen terhadap makanan tersebut. Pada dasarnya produsen akan membuat produk makanan yang berkualitas baik untuk konsumennya, oleh sebab itu menciptakan kepuasan terhadap konsumen menjadikan nilai tambah bagi produsen.⁵⁹

Hasil penelitian terkait pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan memberikan hasil bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁶⁰ Berbeda dengan hasil penelitian lain yang mengemukakan bahwa cita rasa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁶¹

Cita rasa suatu produk pangan adalah salah satu faktor yang menentukan apakah produk diterima atau tidak oleh konsumen. Oleh karena itu, para pelaku usaha perlu memaksimalkan cita rasa pada setiap makanan. Hal tersebut merupakan salah satu faktor yang menentukan

⁵⁹ Mutiara, Hamid dan Suardi. Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen.

⁶⁰ Prasasti dan Maisara. "Pengaruh Fasilitas,"

⁶¹ Iwinsyari dan Nurdin. "Pengaruh Cita Rasa,"

usaha akan berhasil dalam bidang makanan. Cita rasa makanan yang diterima konsumen mempengaruhi kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang puas pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk apabila pelanggan puas terhadap produk akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase*) di masa yang akan datang, menurunkan elastisitas harga, menghambat pesaing menarik pelanggan karena pelanggan enggan berpindah (*switching*).⁶²

Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditemukan tentang pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan teori di atas yang menyatakan bahwa cita rasa yang diterima konsumen akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka peneliti membuat hipotesis penelitian yaitu cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji. Secara ringkas, hipotesis dalam penelitian yaitu :

H_0 : Cita rasa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

H_1 : Cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

2. Pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan konsumen

Keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu.⁶³ Keberagaman produk dan cara penyajian yang berbeda juga dapat menarik konsumen dan

⁶² Kotler dan Amstrong, *Principles of Marketin, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*, 8.

⁶³ Kotler dan Amstrong, *Principles of Marketin, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*, 8

mempertahankan para konsumen. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan agar terjadi kenaikan dari tingkat pembelian konsumen.⁶⁴

Hasil penelitian mengemukakan bahwa keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁶⁵ Berbeda dengan hasil penelitian yang mengemukakan bahwa keragaman menu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁶⁶

Keragaman menu merupakan ragam dan variasi menu yang ditawarkan kepada konsumen. Keragaman menu dapat menarik konsumen untuk membeli dan mempertahankan konsumen. Konsumen yang melakukan pembelian ulang merupakan salah satu bentuk kepuasan konsumen. Berdasarkan *research gap* (kesenjangan) yang ditemukan tentang pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan konsumen dan teori diatas yang menyatakan bahwa keragaman menu dapat menarik konsumen untuk membeli dan mempertahankan konsumen agar melakukan pembelian ulang. Hal tersebut menunjukkan bahwa keragaman menu dapat menciptakan kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut peneliti membuat hipotesis penelitian yaitu keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji. Secara ringkas, hipotesis dalam penelitian yaitu :

H₀ : Keragaman menu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

⁶⁴Camelia dan Suryoko, "Pengaruh Keragaman Menu,"

⁶⁵Rohman, "Pengaruh Keragaman Produk,"

⁶⁶Kholifah, Kusnadi dan Fandiyanto. "Pengaruh Keragaman Produk,"

H₂ : Keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

3. Pengaruh cita rasa dan keragaman menu terhadap kepuasan pelanggan

Pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penciptaan nilai kepada konsumen dan menciptakan hubungan yang kuat dengan konsumen. Tujuan dari proses tersebut yaitu mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Pemasaran merupakan proses pengolahan hubungan pelanggan yang saling memberikan keuntungan. Ada 2 sasaran pemasaran yaitu menciptakan pelanggan baru dengan memberikan janji keunggulan nilai dan mempertahankan serta menciptakan kepuasan pada pelanggan.⁶⁷

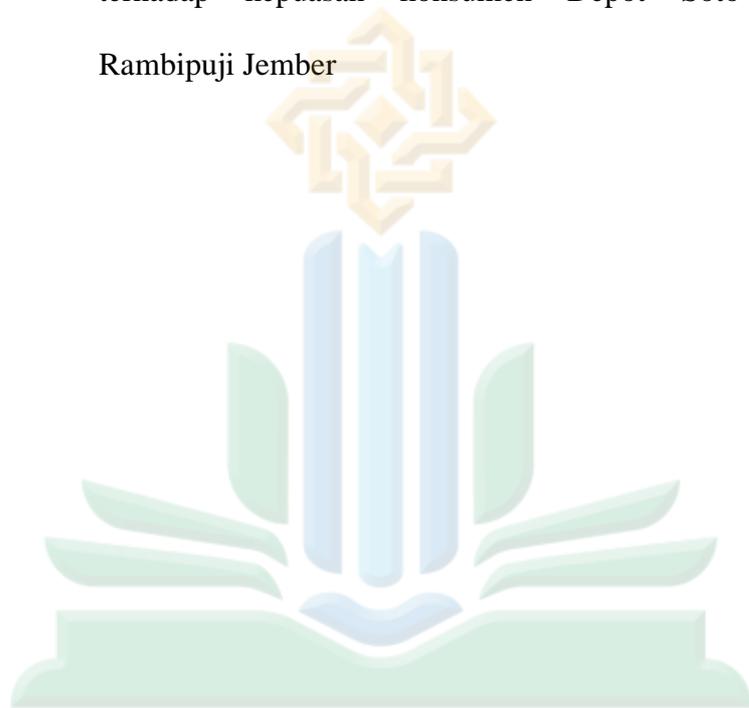
Depot Soto Lamongan Rambipuji menjual makanan soto yang memiliki cita rasa yang enak dan keragaman menu yang bervariasi. Cita rasa dan keragaman menu termasuk kedalam kualitas produk. Pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, yakni sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Apabila kualitas sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan, maka pelanggan merasa puas. Hal tersebut menunjukkan bahwa cita rasa dan keberagaman menu mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut peneliti membuat hipotesis penelitian yaitu cita rasa dan keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan

⁶⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga), 2008: 5

konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji. Secara ringkas, hipotesis dalam penelitian yaitu:

H_0 : Cita rasa dan keragaman menu tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

H_3 : Cita rasa dan keragaman menu berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan kuantitatif memberikan informasi data yang berupa angka. Penelitian kuantitatif diperlukan untuk menyajikan hasil penelitian dalam bentuk angka. Proses pengumpulan dan pengolahan data dan interpretasi data yang diperoleh berupa angka. Demikian pula dalam penelitian kuantitatif, penarikan kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisis data juga disajikan dalam bagan, gambar, tabel, grafik atau representasi lain yang dapat membantu menjelaskan hasil pengolahan data.⁶⁸

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survei. Metode Penelitian survei ialah salah satu pendekatan penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data dengan kuesioner. Peneliti memilih sejumlah responden sebagai sampel dan memberikan kuesioner. Hasil survei memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel dan menarik kesimpulan dari hubungan tersebut.⁶⁹ Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara memberikan kuesioner kepada responden.

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilayah yang memiliki subyek atau obyek dengan karakteristik yang sudah ditentukan dalam penelitian serta memiliki kuantitas sehingga dapat dipelajari dan diambil kesimpulan dari wilayah

⁶⁸Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 108.

⁶⁹Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2017), 166.

tersebut. Sampel merupakan sebagian dari kuantitas serta karakteristik yang mewakili populasi tersebut, atau sebagian terkecil dari populasi yang dapat mewakili populasinya dengan ketentuan yang telah ditentukan peneliti sesuai prosedur yang ditentukan peneliti. Jika dalam suatu populasi memiliki anggota yang besar, tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari dan mengamati seluruh anggota dalam populasi. Peneliti memiliki keterbatasan untuk mempelajari populasi yang besar, keterbatasan peneliti meliputi biaya atau dana, waktu dan tenaga. Untuk memudahkan peneliti dapat menggunakan sampel yang mewakili populasi yang ditentukan peneliti tersebut. Peneliti harus mengambil sampel yang dapat mewakili atau representatif dalam populasi tersebut.⁷⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji.

Teknik sampling yaitu teknik pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan suatu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan yaitu *accidental sampling* artinya teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷¹

⁷⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, CV. Alfabeta, 2015), 64.

⁷¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 85.

Rumus untuk mengetahui ukuran sampel dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya menggunakan rumus Cochran adalah sebagai berikut :⁷²

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang diperlukan

Z : Harga dalam kurve nomal untuk simpanan 5%, dengan nilai=1,96

p : Peluang benar 50% = 0,5

q : Peluang salah 50% = 0,5

e : Tingkat kesalahan sampel (sampling error), dalam penelitian ini menggunakan 10%

Sehingga jumlah sampel yang dihasilkan adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,4$$

Atas dasar perhitungan diatas, maka sampel yang diambil adalah berjumlah 96 responden. Besar sampel minimum untuk penelitian sebanyak 100 sampel. Penentuan jumlah sampel juga ditentukan pertimbangan keterbatasan sumber daya yaitu waktu dan biaya yang terbatas.⁷³ Berdasarkan teori dan pertimbangan keterbatasan waktu serta biaya, perhitungan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

⁷²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, CV. Alfabeta, 2018), 148.

⁷³ Sigit Hermawan dan Amirullah, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Malang : Media Nusa Creative, 2016.), 80.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dengan memanfaatkan media internet.⁷⁴

Instrumen pada penelitian ini diukur menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan untuk digunakan jawaban yang dipilih. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.⁷⁵

Langkah ini merupakan kegiatan pemberian skor terhadap data yang telah disiapkan dalam pilihan jawaban yang telah dibuat. Penilaian dalam penelitian ini diambil dari isian kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden dan menjawab pertanyaan dengan 5 pilihan jawaban yang penulis sediakan. Selanjutnya skor ditentukan melalui kriteria yang disajikan pada Tabel 3.1

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 65.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 93.

Tabel 3. 3
Skala Penilaian Untuk Pernyataan

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono 2015

Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid, reliabel dan obyektif, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diuji validitas dan reliabilitasnya adalah instrumen penelitiannya.⁷⁶

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrument. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total, yang merupakan jumlah tiap skor butir. Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, dimana item yang mempunyai korelasi positif dengan kriteria (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.

⁷⁶ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020), 198.

Pengertian validitas dipakai untuk butir soal dan soal (perangkat soal), karena dikenal validitas butir soal dan validitas perangkat soal. Perangkat soal terdiri atas sejumlah butir soal, validitas perangkat soal ditentukan oleh validitas butir-butir soalnya. Perangkat soal bersifat valid (sahih) bila butir-butir soalnya valid. Validitas empiris butir soal dihitung dengan cara statistik korelasi. Validitas dihitung dengan rumus korelasi *product moment*. Dipakai *product moment* karena data yang dikorelasikan adalah data interval dengan data interval. Untuk menguji validitas tersebut dapat menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :⁷⁷

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y

N = jumlah sampel

X = jumlah skor butir

Y = jumlah skor total

Adapun kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. jika nilai rhitung lebih besar (>) dari rtabel maka nomer kuisisioner dinyatakan valid dan dapat dipergunakan
- b. jika nilai rhitung lebih kecil (<) dari rtabel maka nomer kuisisioner dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan

⁷⁷Sandu Siyoto dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 88

c. nilai r_{tabel} dapat dilihat pada $\alpha=5\%$ dan derajat bebas (db) = $n-2$, dengan n adalah jumlah responden yang dilibatkan dalam uji coba instrument

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* yang artinya percaya dan *reliabel* yang artinya dapat dipercaya. Keterpercayaan berhubungan dengan ketepatan dan konsistensi.⁷⁸

Reliabilitas berarti dapat dipercaya, yakni instrument yang dapat memberikan hasil yang tepat. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur instrument dikategorikan reliabel jika menunjukkan konstanta hasil pengukuran dan mempunyai ketetapan hasil pengukuran sehingga terbukti bahwa alat ukur itu benar-benar dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha*.

Untuk menghitungnya uji reliabilitas dengan rumus :

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2_t} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir skala

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ^2_t = Varian skor total

⁷⁸Siyoto dan Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 91

Perhitungan uji reliabilitas skala diterima, jika hasil perhitungan $r_{hitung} > r_{tabel}$ 5%

D. Analisis Data

Setelah instrument dinyatakan valid dan reabel, maka kuesioner bisa diberikan kepada responden untuk mengumpulkan data. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis diharapkan dapat menjawab hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan statistik deskriptif. Peneliti dapat menggunakan statistik inferensial bila penelitian dilakukan pada sampel yang diambil secara *random*. Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data berupa tabel, grafik garis, grafik batang, diagram lingkaran pictogram. Pembahasan terhadap hasil penelitian merupakan penjelasan yang mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah diujikan. Setelah hasil penelitian diberikan pembahasan, maka dapat disimpulkan. Kesimpulan berisi jawaban singkat terhadap rumusan masalah berdasarkan data yang terkumpul.⁷⁹

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti

⁷⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 31.

hanya ingin mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil.⁸⁰

Dalam penelitian ini tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mendeskripsikan data tentang hasil kuesioner cita rasa, keragaman menu dan kepuasan konsumen. Dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 22, didapat nilai *sum*, *mean*, *median*, *mode*, *standard deviation*, dan lain-lain.

2. Uji Asumsi Klasik

Statistik parametrik membutuhkan pemenuhan banyak asumsi. Asumsi utamanya adalah data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Selain itu, penggunaan tes mengharuskan data dari dua atau lebih kelompok yang diuji harus homogen, dan asumsi linearitas harus dipenuhi dalam regresi.⁸¹ Model regresi linier berganda dapat disebut model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik. Hal ini dilakukan agar hasil analisis atau koefisien regresi tidak bias. Jadi, sebelum analisis regresi berganda dilakukan maka harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

1) Uji Normalitas Data

Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal

⁸⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 147.

⁸¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 114.

grafik. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal / tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Asumsi klasik yang berikutnya adalah tidak terjadinya multikolinearitas diantara variabel-variabel bebas yang berada dalam satu model. Artinya antara variabel independen yang terdapat dalam model memiliki hubungan sempurna. Apabila hal ini terjadi variabel bebas itu sendiri saling berinteraksi, sehingga dalam hal ini sulit diketahui variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Salah satu cara untuk mendeteksi kolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Suatu model regresi bebas dari masalah multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar 0.10 dari nolai VIF lebih kecil 10.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara yang digunakan mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas itu dengan cara

meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya disebut dengan metode Glejser. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis regresi berganda

Setelah data memenuhi asumsi klasik selanjutnya akan dianalisis regresi berganda. Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor *predictor* dimanipulasi.⁸² Analisis linear berganda ini berguna untuk melamarkan pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsional atau pengaruh kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2)(X_n) dengan satu variabel terikat (Y). Persamaan analisis garis regresi berganda sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y : Variabel dependen

a : Konstanta

$b_{1,2}$: bilangan koefisien regresi

$X_{1,2}$: variabel independen

⁸²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 114.

e : Variabel yang tidak diteliti

b. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap dependen, yaitu pengaruh dari masing-masing variabel independen yang terdiri dari cita rasa dan kegaraman menu.

Hipotesa yang diajukan dalam penulisan penelitian ini adalah:

H_1 : Cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

H_2 : Keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

Untuk membuktikan kebenaran analisis secara parsial, dilakukan dengan menggunakan uji T yang menyatakan ada tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai t hitung dan probabilitas dari hasil pengolahan data melalui *software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 22.0 for windows* sebagai berikut:

- 1) Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 dan H_2 diterima, berarti secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ atau probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 dan H_2 ditolak, berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen, dari suatu persamaan regresi dengan menggunakan hipotesis statistik. Hipotesa yang diajukan dalam penulisan penelitian ini adalah:

H₃ : Cita rasa dan keragaman menu berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

Mencari nilai F-hitung dengan menggunakan rumus:

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

dimana:

F_{hitung}: F hasil perhitungan

R² : Koefisien determinasi

K : Derajat bebas pembilang

N : Jumlah data

Uji F menggunakan tingkat signifikansi (α) = 0.05 *Degree of freedom* (df) = (n-k-1) , dimana:

N : Jumlah pengamatan

K : Jumlah variabel bebas

Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai F hitung dan probabilitas dari hasil pengolahan data melalui *software* SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 22.0 for windows sebagai berikut:

1) Apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ atau probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, berarti secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

2) Apabila $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$ atau probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_3 ditolak, berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

d. Koefisien determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X_1, X_2) secara serentak terhadap dependen (Y) perlu dilakukan uji koefisien determinasi. Koefisien derterminasi berganda (R_2) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas X_1, X_2, X_3 dan X_4 terhadap variabel terikat Y .

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara Variabel (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel Y secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar Nilai R berkisar 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti pengaruh yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Sugiyono memberikan interpretasi dari nilai koefisien korelasi yang di dapat, yaitu:

Tabel 3. 4
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi Normal

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1.000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono 2015

E. Sistematika Pembahasan

1. Bab I Pendahuluan

Bab pertama merupakan bagian pendahuluan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian yang terdiri dari variabel penelitian dan indikator variabel, definisi operasional, hipotesis dan sistematika pembahasan.

2. Bab II Kajian Pustaka

Bab kedua berisi tentang penelitian terdahulu dan kajian teori. Pada bab dua menguraikan teori yang relevan dan mendukung pokok permasalahan terutama tentang cita rasa, keragaman menu dan kepuasan konsumen.

3. Bab III Metode Penelitian

Bab ketiga berisikan pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data serta analisis data.

4. Bab IV Penyajian Data dan Analisis

Bab keempat gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis serta pembahasan

5. Bab V Penutup

Bab kelima adalah berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian telah dilakukan terkait pengaruh cita rasa dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Depot Soto Lamongan Rambipuji memulai usaha kuliner pada tahun 1986 dirintis oleh Bapak H. Hariyono dan Ibu Hj. Thoyibah Hariyono. Depot ini dinamakan Soto Lamongan “Enak Tenan”. Sebelumnya, Depot Soto Lamongan Rambipuji berjualan di Pasar Sore Kemuning, Jenggawah sebelum pindah lokasi di Rambipuji. Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember lokasinya bersebelahan dengan Stasiun Rambipuji sehingga menjadikan depot Soto tersebut jarang sepi pembeli karena tempat yang strategis. Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember ini dikenal dengan cita rasa yang enak, kuahnya yang kental, dan harganya yang terjangkau. Beragam menu soto yang disajikan dengan aneka *topping* seperti daging ayam, sayap ayam, babat, daging sapi, dan tulang iga merupakan daya tarik yang ditawarkan oleh tempat tersebut.⁸³

Hasil penelusuran di Google, Soto Lamongan Rambipuji memiliki ulasan terbanyak sebanyak 1.400 dibandingkan dengan kuliner soto lainnya seperti soto Dahlok memiliki ulasan sebanyak 676 dan soto ayam Haji Syukri memiliki ulasan sebanyak 825. Ulasan yang dimiliki soto lamongan memiliki penilaian bintang 4,4 , soto Dahlok memiliki penilaian bintang 4,3 dan soto Haji Syukri memiliki penilaian bintang 4,3 dengan isi ulasan yang bervariasi yaitu ada berupa kritik, saran dan testimoni. Hal tersebut dapat diartikan

⁸³ Pemilik Depot Soto Lamongan Rampibuji, diwawancara oleh Penulis, Jember, 10 Agustus 2022.

bahwa Soto Lamongan Rambipuji salah satu kuliner soto yang eksis dalam pencarian di internet. Hasil ulasan pencarian kuliner Soto Lamongan ini juga ada yang positif dan negatif.⁸⁴

Depot Soto Lamongan Rambipuji memiliki keunikan, salah satunya pada koya yang disajikan. Biasanya koya yang digunakan pada soto terbuat dari kerupuk udang yang dihaluskan, namun Depot Soto Lamongan Rambipuji menggunakan koya dari serundeng (serutan kelapa) yang dibakar berbeda dengan soto lainnya. Pilihan menu soto beragam dan banyak variasi. Menu yang disajikan yaitu soto ayam, soto daging, soto babat, soto daging campur babat, soto ayam spesial, soto daging campur babat spesial, soto ayam dipisah, soto babat dipisah, soto daging campur babat dipisah, dan soto tulangan iga. Selain itu juga, konsumen bisa memilih porsi nasi yang ditawarkan yaitu porsi penuh dan setengah porsi. Menu yang disajikan menjadi keunikan tersendiri, karena konsumen memiliki *taste* masing-masing, ada yang suka dan tidak suka ayam bisa memilih varian menu lainnya. Masing-masing menu harganya bervariasi. Untuk menu makanan yang dimakan ditempat dan dibungkus memiliki harga yang berbeda. Selain menu makanan, Depot Soto Lamongan Enak Tenan juga terdapat menu minuman yang bervariasi.⁸⁵

⁸⁴ Observasi di Google dengan keyword Soto di Jember, 11 September 2022.

⁸⁵ Pemilik Depot Soto Lamongan Rampibuji, diwawancara oleh Penulis, Jember, 10 Agustus 2022.

Berikut daftar menu dari Depot Soto Lamongan Rambipuji:

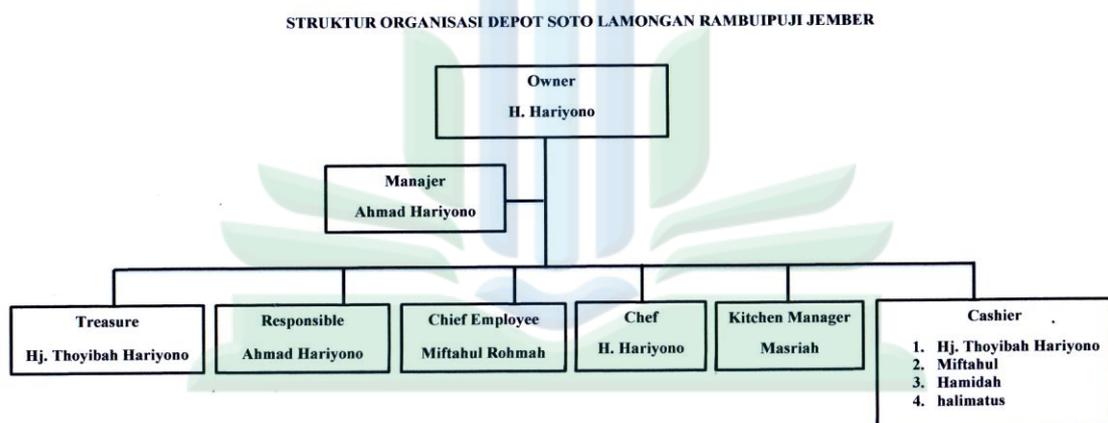
Tabel 4. 3
Daftar Menu Depot Soto Lamongan Enak Tenan

No	Menu	Harga	No	Menu	Harga
1	Soto Ayam	Rp16.000,00	20	Kepala/Ati/Rempela	Rp4.000,00
2	Soto Daging	Rp16.000,00	21	Telur Asin/Telur Rebus	Rp4.000,00
3	Soto Babat	Rp16.000,00	22	Kerupuk Bawang	Rp2.000,00
4	Soto Daging Campur Babat	Rp16.000,00	23	Kerupuk Tenggiri + Peyek	Rp3.000,00
5	Soto Ayam Spesial	Rp23.000,00	24	Air/Air Hangat	Rp1.000,00
6	Soto Daging Spesial	Rp23.000,00	25	TehTawar	Rp3.000,00
7	Soto Babat Spesial	Rp23.000,00	26	Es The/The Hangat	Rp4.000,00
8	Soto Daging Campur Babat Spesial	Rp23.000,00	27	Es Extra Joss	Rp4.000,00
9	Soto Ayam Dipisah	Rp25.000,00	28	Es Jeruk/ Jeruk Hangat	Rp6.000,00
10	Soto Daging Dipisah	Rp25.000,00	29	Kopi Kapal Api/ Kopi Jahe	Rp5.000,00
11	Soto Babat Dipisah	Rp25.000,00	30	Es Lemon Tea	Rp7.000,00
12	Soto Daging Campur Babat Dipisah	Rp25.000,00	31	Kopi Susu Nescafe	Rp5.000,00
13	Soto Tulangan Iga	Rp30.000,00	32	Luwak White Coffe	Rp5.000,00
14	Soto Dibungkus Tanpa Nasi	Rp32.000,00	33	Teh Botol/Te Pucuk	Rp5.000,00
15	Soto Iga Dibungkus Tanpa Nasi	Rp34.000,00	34	Es Temulawak/Coffe Beer	Rp7.000,00
16	Rawon	Rp17.000,00	35	Aqua Gelas	Rp1.000,00
17	Rawon Dibungkus Tanpa Nasi	Rp34.000,00	36	Aqua Tanggung	Rp4.000,00
18	Sayap	Rp7.000,00	37	Aqua Besar	Rp7.000,00
19	Nasi Putih	Rp4.000,00	38	Sosro	Rp8.000,00

Sumber: Data Sekunder 2023

Depot Soto Lamongan Rambipuji termasuk usaha kuliner yang dapat bersaing dengan usaha kuliner sejenis di Jember. Hal tersebut terbukti hingga saat ini masih berjalan, bahkan konsumennya tidak hanya masyarakat Jember

saja tetapi masyarakat luar Jember seperti Bondowoso, Banyuwangi, Situbondo bahkan ada yang dari luar Jawa Timur. Rata-rata pengunjung Depot Soto Lamongan per hari sebanyak 300 orang. Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember tidak pernah melakukan promosi melalui sosial media dan internet, berbeda dengan usaha kuliner sejenis yang melakukan promosi melalui social media seperti Soto Ayu, Soto Nusantara Bu Har dan sebagainya. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti, disamping dengan perkembangan zaman internet dan tidak melakukan promosi melalui media internet namun Depot Soto Lamongan Rambipuji masih bertahan bahkan pelanggan tidak pernah sepi.⁸⁶



Gambar 4. 3
Struktur Organisasi Depot Soto Lamongan Rambipuji

⁸⁶ Pemilik Depot Soto Lamongan Rampibuji, diwawancara oleh Penulis, Jember, 10 Agustus 2022.

B. Penyajian Data

1. Uji Deskriptif Karakteristik Responden

Uji deskriptif karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, lama berlangganan dan tempat asal responden. Berikut ini merupakan deskriptif responden berdasarkan penyebaran kuesioner kepada konsumen Depot Soto Lamongan:

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 4
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)
1	Laki-laki	61
2	Perempuan	39
Total		100

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa data frekuensi berdasarkan jenis kelamin, responden di Depot Soto Lamongan Enak Tenan tentang jenis kelamin menunjukkan bahwa ada 61 responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah presentase sebanyak 61% dan 39 responden yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah presentase sebanyak 39%. Dengan demikian konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan lebih banyak berjenis kelamin laki-laki dengan selisih jumlah 22 orang dari responden perempuan.

b. Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan tabel dibawah dapat diketahui bahwa data frekuensi responden di Depot Soto Lamongan Enak Tenan berdasarkan umur, menunjukkan terdapat 32 orang yang berumur 13 sampai 26 tahun

dengan presentase sebesar 32%, responden, yang berada dalam kisaran umur 27 sampai 41 tahun berjumlah 40 orang dengan presentase sebesar 40%, responden yang berada di kisaran umur 41 sampai 54 tahun berjumlah 24 orang dengan presentase sebesar 24% dan responden yang berumur diatas 55 tahun berjumlah 4 orang dengan presentase sebesar 4%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa sebagian besar responden di Depot Soto Lamongan Enak Tenan berumur 27 sampai 41 tahun.

Tabel 4. 3
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah (orang)
1	13-26 tahun	32
2	27-41 tahun	40
3	41-54 tahun	24
4	> 55 tahun	4
Total		100

Sumber: Data Primer, 2023

c. Responden Berdasarkan Asal Responden

Berdasarkan tabel dibawah dapat diketahui bahwa data frekuensi responden di Depot Soto Lamongan Enak Tenan berdasarkan asal tempat responden menunjukkan terdapat 64 orang yang berasal dari Jember dengan presentase sebesar 64%, responden, terdapat 11 orang yang berasal dari Banyuwangi dengan presentase sebesar 11%, terdapat 7 orang yang berasal dari Bondowoso dengan presentase sebesar 7%, terdapat 6 orang yang berasal dari Situbondo dengan presentase sebesar 6%, terdapat 4 orang yang berasal dari Lumajang dengan presentase sebesar 4%, terdapat 1 orang yang berasal dari Lamongan dengan presentase sebesar 1%, terdapat 1 orang yang berasal dari Surabaya

dengan presentase sebesar 1%, terdapat 5 orang yang berasal dari Probolinggo dengan presentase sebesar 5%, dan terdapat 1 orang yang berasal dari Pasuruan dengan presentase sebesar 1%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa mayoritas responden di Depot Soto Lamongan Enak Tenan berasal dari Jember.

Tabel 4. 4
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Asal

No	Asal	Jumlah (orang)
1	Jember	64
2	Banyuwangi	11
3	Bondowoso	7
4	Situbondo	6
5	Lumajang	4
6	Lamongan	1
7	Surabaya	1
8	Probolinggo	5
9	Pasuruan	1
Total		100

Sumber: Data Primer, 2023

d. Responden Berdasarkan Lama Berlangganan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa data frekuensi responden di Depot Soto Lamongan Enak Tenan berdasarkan lama berlanggan, menunjukkan terdapat 13 orang yang lama berlanggan kurang dari 1 tahun dengan presentase sebesar 13%, terdapat 36 orang yang memiliki lama berlanggan 1 sampai 2 tahun dengan presentase sebesar 36%, terdapat 17 orang yang memiliki lama berlanggan 3 sampai 4 tahun dengan presentase sebesar 17 %, terdapat 34 orang yang memiliki lama berlanggan diatas 5 tahun dengan presentase sebesar 34%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa mayoritas responden

berlangganan di Depot Soto Lamongan Enak Tenan dalam waktu 1-2 tahun.

Tabel 4. 5
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan

No	Lama Berlangganan	Jumlah (orang)
1	< 1 tahun	13
2	1-2 tahun	36
3	3-4 tahun	17
4	> 5 tahun	34
Total		100

Sumber: Data Primer, 2023

2. Statistik Deskriptif Jawaban Angket Responden

Dalam penelitian ini penyajian data yang digunakan dari jawaban responden yang diuji dengan menggunakan statistik deskriptif frekuensi dengan perhitungan mean, median, mode. Serta pemberian skor pada penelitian ini yaitu: Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Ragu-ragu (RR) diberi skor 3, Tidak setuju (TS) diberi skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1. Uji statistik deskriptif data jawaban responden sebagai berikut:

a. Uji Deskriptif Data Angket Jawaban Responden Variabel Cita Rasa

Jawaban responden pada variabel cita rasa dapat diketahui pernyataan bahwa aroma makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat menggugah selera (X1.1) terdapat 25 orang yang memilih jawaban sangat setuju (SS) dengan presentase sebesar 25%, 67 orang memilih setuju (S) dengan presentase sebesar 67%, 6 orang memilih ragu-ragu (RR) dengan presentase sebesar 6%, dan 2 orang memilih tidak setuju (TS) dengan presentase sebesar 2%. Nilai pusat pernyataan yang

menyebutkan bahwa aroma makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat menggugah selera (X1.1) dari data angket jawaban responden variabel cita rasa memiliki mean sebesar 4,15, median yaitu 4 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul yaitu 4.

Tabel 4. 6
Statistik Deskriptif Jawaban Responden Variabel Cita Rasa

Pernyataan	Skala Pengukuran	Frekuensi	Nilai Pusat
X1.1	SS	25	Mean = 4,15
	S	67	
	RR	6	Median = 4
	TS	2	
	STS	0	Mode = 4
	Total	100	
X1.2	SS	27	Mean = 4,13
	S	60	
	RR	12	Median = 4
	TS	1	
	STS	0	Mode = 4
	Total	100	
X1.3	SS	46	Mean = 4,38
	S	18	
	RR	20	Median = 5
	TS	5	
	STS	0	Mode = 5
	Total	89	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas jawaban responden pada variabel cita rasa dapat diketahui pernyataan yang menyebutkan bahwa semua rasa menu makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat nikmat di lidah. (X1.2) terdapat 27 orang yang memilih jawaban sangat setuju (SS) dengan presentase sebesar 27%, 60 orang memilih setuju (S) dengan presentase sebesar 60%, 12 orang memilih ragu-ragu (RR) dengan

presentase sebesar 12%, dan 1 orang memilih tidak setuju (TS) dengan presentase sebesar 1%. Nilai pusat pernyataan yang menyebutkan bahwa semua rasa menu makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat nikmat di lidah. (X1.2) dari data angket jawaban responden pada variabel cita rasa memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,13, median atau nilai tengah yaitu 4 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul yaitu 4.

Berdasarkan tabel diatas jawaban responden pada variabel cita rasa dapat diketahui pernyataan yang menyebutkan bahwa tekstur makanan yang disajikan di Depot Soto Lamongan Rambipuji sesuai dengan tingkat kematangan yang pas (X1.3) terdapat 46 orang yang memilih jawaban sangat setuju (SS) dengan presentase sebesar 46%, 18 orang memilih setuju (S) dengan presentase sebesar 18%, 20 orang memilih ragu-ragu (RR) dengan presentase sebesar 20%, dan 5 orang memilih tidak setuju (TS) dengan presentase sebesar 5%. Nilai pusat pernyataan yang menyebutkan bahwa bahwa tekstur makanan yang disajikan di Depot Soto Lamongan Rambipuji sesuai dengan tingkat kematangan yang pas (X1.3) dari data angket jawaban responden pada variabel cita rasa memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,39, median atau nilai tengah yaitu 5 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul yaitu 5.

- b. Uji Deskriptif Data Angket Jawaban Responden Variabel Keragaman Menu

Tabel 4. 7
Statistik Deskriptif Jawaban Responden Variabel Keragaman Menu

Pernyataan	Skala Pengukuran	Frekuensi	Nilai Pusat
X2.1	SS	40	Mean = 4,27
	S	47	
	RR	13	Median = 4
	TS	0	
	STS	0	Mode = 4
	Total	100	
X2.2	SS	47	Mean = 4,33
	S	40	
	RR	12	Median = 4
	TS	0	
	STS	0	Mode = 5
	Total	100	
X2.3	SS	36	Mean = 4,17
	S	45	
	RR	19	Median = 4
	TS	0	
	STS	0	Mode = 4
	Total	89	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas jawaban responden pada variabel keragaman menu dapat diketahui pernyataan yang menyebutkan bahwa variasi makanan di Depot Soto Lamongan Rambipuji lengkap (X2.1) terdapat 40 orang yang memilih jawaban sangat setuju (SS) dengan presentase sebesar 40%, 47 orang memilih setuju (S) dengan presentase sebesar 47%, dan 13 orang memilih ragu-ragu (RR) dengan presentase sebesar 13%. Nilai pusat pernyataan yang menyebutkan variasi makanan di Depot Soto Lamongan Rambipuji lengkap (X2.1) dari data angket jawaban responden pada variabel keragaman menu memiliki mean atau

nilai rata-rata sebesar 4,27, median atau nilai tengah yaitu 4 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul yaitu 4.

Berdasarkan tabel diatas jawaban responden pada variabel keragaman menu dapat diketahui pernyataan yang menyebutkan bahwa jenis makanan Depot Soto Lamongan Rambipuji yang disajikan sesuai dengan rasa yang diinginkan (X2.2) terdapat 47 orang yang memilih jawaban sangat setuju (SS) dengan presentase sebesar 47%, 40 orang memilih setuju (S) dengan presentase sebesar 40%, dan 12 orang memilih ragu-ragu (RR) dengan presentase sebesar 12%. Nilai pusat pernyataan yang menyebutkan bahwa jenis makanan Depot Soto Lamongan Rambipuji yang disajikan sesuai dengan rasa yang diinginkan (X2.2) dari data angket jawaban responden pada variabel keragaman menu memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,33, median atau nilai tengah yaitu 4 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul yaitu 5.

Berdasarkan tabel diatas jawaban responden pada variabel keragaman menu dapat diketahui pernyataan yang menyebutkan bahwa porsi makanan yang disajikan Depot Soto Lamongan Rambipuji mengenyangkan (X2.3) terdapat 36 orang yang memilih jawaban sangat setuju (SS) dengan presentase sebesar 36%, 45 orang memilih setuju (S) dengan presentase sebesar 45%, dan 19 orang memilih ragu-ragu (RR) dengan presentase sebesar 20%. Nilai pusat pernyataan yang menyebutkan bahwa porsi makanan yang disajikan Depot Soto Lamongan Rambipuji mengenyangkan (X2.3) dari data angket jawaban

responden pada variabel keragaman menu memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,17, median atau nilai tengah yaitu 4 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul yaitu 4.

c. Uji Deskriptif Data Angket Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 4. 8
Statistik Deskriptif Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen

Pernyataan	Skala Pengukuran	Frekuensi	Nilai Pusat
Y1	SS	46	Mean = 4,39
	S	47	
	RR	7	Median = 4
	TS	0	
	STS	0	Mode = 4
	Total	100	
Y2	SS	64	Mean = 4,53
	S	25	
	RR	12	Median = 5
	TS	0	
	STS	0	Mode = 5
	Total	100	

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas jawaban responden pada variabel kepuasan konsumen dapat diketahui pernyataan yang menyebutkan bahwa konsumen merasa puas setelah menikmati menu yang ada di Depot Soto Lamongan Rambipuji dan melakukan pembelian ulang di Depot Soto Lamongan Rambipuji (Y1) terdapat 46 orang yang memilih jawaban sangat setuju (SS) dengan presentase sebesar 46%, 47 orang memilih setuju (S) dengan presentase sebesar 47%, dan 7 orang memilih ragu-ragu (RR) dengan presentase sebesar 7%. Nilai pusat pernyataan yang

menyebutkan konsumen merasa puas setelah menikmati menu yang ada di Depot Soto Lamongan Rambipuji dan melakukan pembelian ulang di Depot Soto Lamongan Rambipuji (Y1) dari data angket jawaban responden pada variabel kepuasan konsumen memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,39, median atau nilai tengah yaitu 4 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul yaitu 4.

Berdasarkan tabel diatas jawaban responden pada variabel kepuasan konsumen dapat diketahui pernyataan yang menyebutkan bahwa konsumen memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada saudara atau orang lain bahwa Depot Soto Lamongan Rambipuji memiliki cita rasa makanan yang enak (Y2) terdapat 64 orang yang memilih jawaban sangat setuju (SS) dengan presentase sebesar 64%, 25 orang memilih setuju (S) dengan presentase sebesar 25%, dan 11 orang memilih ragu-ragu (RR) dengan presentase sebesar 11%. Nilai pusat pernyataan yang menyebutkan bahwa konsumen memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada saudara atau orang lain bahwa Depot Soto Lamongan Rambipuji memiliki cita rasa makanan yang enak (Y2) dari data angket jawaban responden pada variabel kepuasan konsumen memiliki mean atau nilai rata-rata sebesar 4,53, median atau nilai tengah yaitu 5 dan nilai mode atau modus atau nilai yang sering muncul yaitu 5.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Instrumen Penelitian

Data yang akan dianalisis harus reliable, valid dan obyektif dalam penelitian kuantitatif. Data dikatakan reliabel, valid dan obyektif jika instrumen yang digunakan juga valid dan reliabel. Tidak hanya instrumen tetapi juga sampel yang dianalisis harus bisa mewakili populasinya dan pengambilan sampel dilakukan dengan cara yang benar. Uji validitas dan reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian agar dapat dihasilkan data yang valid dan reliabel sesuai dengan ketentuan ujinya dalam penelitian kuantitatif.⁸⁷

a. Uji Validitas

Validitas merupakan alat ukur yang bisa menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data secara memadai tentang variabel yang diteliti. Analisis item digunakan untuk menguji validitas setiap item dengan cara mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total yang merupakan penjumlahan skor setiap item. Selain itu, interpretasi koefisien korelasi dimana item menunjukkan korelasi positif dengan kriteria (skor total) dan korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut juga memiliki validitas yang tinggi.

Pengertian validitas dipakai untuk butir soal dan soal (perangkat soal), karena dikenal validitas butir soal dan validitas perangkat soal.

⁸⁷ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 198.

Perangkat soal terdiri atas sejumlah butir soal, validitas perangkat soal ditentukan oleh validitas butir-butir soalnya. Perangkat soal bersifat valid (sahih) bila butir-butir soalnya valid. Nilai validitas instrumen yang tinggi maka data dianggap valid dan dapat dikatakan sebagai representasi dari variabel yang diukur yang diinginkan oleh peneliti. Nilai validitas yang rendah menunjukkan instrumen tersebut belum valid, instrumen yang diuji tidak mewakili variabel yang ditentukan dan diinginkan oleh peneliti.

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan aplikasi komputer berupa SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dengan menggunakan besaran korelasi (r-hitung) yang diperoleh dari hasil SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) dibandingkan dengan besaran tabel r. Adapun kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. jika nilai r hitung lebih besar ($>$) dari r_{tabel} maka kuesioner dinyatakan valid dan dapat dipergunakan
- b. jika nilai r hitung lebih kecil ($<$) dari r_{tabel} maka kuesioner dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dipergunakan
- c. nilai r_{tabel} dapat dilihat pada $\alpha=5\%$ dan derajat bebas (db) = $n-2$, dengan n adalah jumlah responden yang dilibatkan dalam uji coba instrument.

Adapun r tabel dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 untuk dua arah pada penelitian ini sebesar 0,4821 yang didapat dari melihat r tabel

product moment dengan menggunakan rumus df (*degree of freedom*) = $(N-2)$, dengan N merupakan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini nilai N adalah 100. Jadi $df = N-2$ atau $df = 100-2 = 98$, maka didapat nilai r tabel sebesar 0,1966.

Berikut hasil uji validitas kuesioner penelitian:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian

No	Item Pernyataan	r-hitung	signifikansi r	r-tabel
1	X1.1	0,804	0,000	0,1966
2	X2.1	0,841	0,000	0,1966
3	X3.1	0,858	0,000	0,1966
4	X2.1	0,855	0,000	0,1966
5	X2.2	0,879	0,000	0,1966
6	X2.3	0,885	0,000	0,1966
7	Y1	0,718	0,000	0,1966
8	Y2	0,781	0,000	0,1966

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas, nilai r -hitung pada item pernyataan aroma makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat menggugah selera (X1.1) memiliki nilai r -hitung sebesar 0,804 lebih besar dari r tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi r sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya item tersebut valid. Nilai r -hitung pada item pernyataan semua rasa menu makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat nikmat di lidah (X1.2) memiliki nilai r -hitung sebesar 0,841 lebih besar dari r tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi r sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya item tersebut valid. Nilai r -hitung pada item pernyataan tekstur makanan yang disajikan di Depot Soto Lamongan Rambipuji sesuai dengan tingkat kematangan yang pas

(X1.3) memiliki nilai r -hitung sebesar 0,858 lebih besar dari r tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi r sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya item tersebut valid.

Nilai r -hitung pada item pernyataan variasi makanan di Depot Soto Lamongan Rambipuji lengkap (X2.1) memiliki nilai r -hitung sebesar 0,855 lebih besar dari r tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi r sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya item tersebut valid. Nilai r -hitung pada item pernyataan jenis makanan Depot Soto Lamongan Rambipuji yang disajikan sesuai dengan rasa yang diinginkan (X2.2) memiliki nilai r -hitung sebesar 0,879 lebih besar dari r tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi r sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya item tersebut valid. Nilai r -hitung pada item pernyataan porsi makanan yang disajikan Depot Soto Lamongan Rambipuji mengenyangkan. (X2.3) memiliki nilai r -hitung sebesar 0,885 lebih besar dari r tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi r sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya item tersebut valid.

Nilai r -hitung pada item pernyataan konsumen merasa puas setelah menikmati menu yang ada di Depot Soto Lamongan Rambipuji dan melakukan pembelian ulang di Depot Soto Lamongan Rambipuji (Y1) memiliki nilai r -hitung sebesar 0,718 lebih besar dari r tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi r sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya item tersebut valid. Nilai r -hitung pada item pernyataan konsumen memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada saudara

atau orang lain bahwa Depot Soto Lamongan Rambipuji memiliki cita rasa makanan yang enak (Y2) memiliki nilai r -hitung sebesar 0,781 lebih besar dari r tabel sebesar 0,1966 dan nilai signifikansi r sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya item tersebut valid.

Berdasarkan hasil uji validitas dapat diketahui bahwa semua pengujian item kuesioner pada masing-masing variabel yaitu cita rasa (X1), keragaman menu (X2) dan kepuasan konsumen (Y) menunjukkan bahwa seluruh data yang diperoleh adalah valid. Hal tersebut memenuhi persyaratan nilai signifikansi $< 0,05$ dengan nilai r hitung $> r$ tabel, dengan demikian semua butir pernyataan dalam kuesioner tersebut dapat digunakan dan dapat dipercaya sebagai data penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* yang artinya percaya dan *reliabel* yang artinya dapat dipercaya. Keterpercayaan berhubungan dengan ketepatan dan konsistensi.⁸⁸ Reliabilitas artinya dapat dipercaya, yaitu instrumen yang dapat memberikan hasil yang tepat. Uji reliabilitas menentukan konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten meskipun dilakukan pengukuran berulang kali. Alat ukur instrumen dikatakan reliabel jika memiliki konstanta hasil pengukuran dan menunjukkan hasil pengukuran yang tepat sehingga dapat ditunjukkan bahwa alat ukur tersebut benar-benar dapat

⁸⁸Siyoto dan Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 91

dipertanggung jawabkan kebenarannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach's Alpha*. Pengukuran dengan metode ini menggunakan skala 0-100, jika nilai alpha diatas 60% maka instrumen teresbut dikatakan reliabel.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	8

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha's* yang dihasilkan sebesar 0,891 artinya kuesioner penelitian dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alphas's lebih besar dari 0,60. Berdasarkan uji reliabilitas variabel penelitian, dapat diketahui bahwa semua pengujian reabilitas kuesioner pada masing-masing variable yaitu cita rasa (X1), keragaman menu (X2) dan kepuasan konsumen (Y) menunjukkan bahwa seluruh data yang diperoleh adalah reliabel. Hal tersebut memenuhi persyaratan dengan nilai Cronbach Alpha > 0,60. Hal ini membuktikan hasil penelitian cukup dapat dipercaya dan sesuai dengan kenyataannya, dan hasilnya tetap sama meskipun angket disebarkan sebanyak dua kali kepada responden.

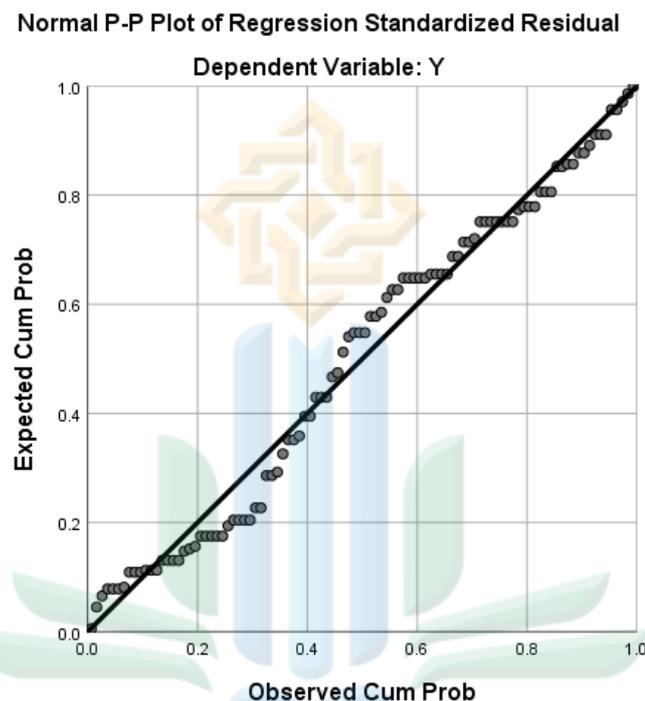
2. Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik apabila model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan bebas

dari asumsi-asumsi klasik statistik. Hal ini dilakukan agar hasil analisis atau koefisien regresi tidak bias. Jadi, sebelum analisis regresi berganda dilakukan maka harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

a. Uji Normalitas Data

Hasil uji normalitas data dapat disajikan pada Gambar dibawah.



Gambar 4. 4
Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan grafik untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat sebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Jika data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan *normal probability plot*. Deteksi normalitas dapat dilakukan dengan melihat sebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik. Jika data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian menunjukkan penyebaran data untuk model penelitian tersebar di sekitar garis normal dan mengikuti arah garis normal atau grafik histogramnya sehingga disimpulkan bahwa data sudah terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Asumsi klasik berikutnya adalah tidak adanya multikolinearitas antar variabel bebas dalam suatu model. Artinya variabel bebas dalam model berhubungan sempurna. Dalam hal ini, variabel independen itu sendiri saling berinteraksi satu sama lain, sehingga sulit untuk mengetahui variabel independen mana yang mempengaruhi variabel dependen. Salah satu cara untuk mengetahui kolinearitas adalah dengan melihat nilai tolerance dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Suatu model regresi bebas dari masalah multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar 0.10 dari nolai VIF lebih kecil 10. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	Tolerance	VIF
Cita Rasa (X1)	0,392	2,594
Keragaman Menu (X2)	0,392	2,594

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 uji multikolinearitas diatas dapat diketahui bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas, sebab hasil perhitungan nilai *tolerance* dari tiap variabel independen tidak ada yang menunjukkan hasil kurang dari 0,10 dan hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hasil tiap variabel independen tidak ada yang lebih dari 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada antar variabel independen dalam model regresi ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu dalam persamaan regresi memiliki varian yang sama atau tidak. Jika varian yang dimiliki sama, maka tidak terjadi heteroskedastisitas; jika varian yang dimiliki tidak sama, maka ada heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan meregresi variabel independen terhadap nilai mutlak residualnya disebut dengan metode Glejser. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.288	.243		1.184	.239
	X1	.005	.028	.031	.192	.848
	X2	.012	.029	.067	.418	.677

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil uji Glejser diatas dapat dilihat bahwa semua variabel-variabel independen memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Nilai signifikan variabel cita rasa (X1) sebesar 0,848. Nilai signifikan variabel keragaman menu (X2) sebesar 0,677. Nilai signifikan masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dari model regresi tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen atau variabel terikat dan ada dua variabel independen atau bebas.

Berikut ini merupakan hasil uji regresi linier berganda antara variabel cita rasa (X1) dan keragaman menu (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y):

Tabel 4. 13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.677	.443		8.300	.000
	X1	.299	.051	.597	5.891	.000
	X2	.114	.053	.219	2.157	.033

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil uji regresi berganda tersebut dapat ditemukan persamaan model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,677 + 0,299 X_1 + 0,114 X_2 + e$$

Penjabaran maksud dari persamaan model regresi linier berganda tersebut yaitu :

- a. Nilai konstanta sebesar 3,677 artinya jika seluruh variabel dianggap konstan, maka nilai kepuasan konsumen sebesar 3,677.
- b. Nilai koefisien variabel cita rasa (X1) sebesar 0,299 artinya setiap peningkatan variabel cita rasa sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,299 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap atau nol (0) atau konstan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel cita rasa maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Namun sebaliknya, semakin lemah pengaruh variabel cita rasa maka semakin menurunkan kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Enak Tenan.

c. Nilai koefisien variabel keragaman menu (X_2) sebesar 0,114 artinya setiap peningkatan variabel keragaman menu 1%, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,114 dengan asumsi variabel lainnya bernilai tetap atau nol (0) atau konstan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh variabel keragaman menu maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Namun sebaliknya, semakin lemah pengaruh variabel keragaman menu maka semakin menurunkan kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Enak Tenan.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut.

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesa yang diajukan dalam penulisan penelitian ini adalah:

H_1 : Cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

H_2 : Keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

Untuk membuktikan kebenaran analisis secara parsial, dilakukan dengan menggunakan uji T yang menyatakan ada tidaknya pengaruh

dari masing-masing variabel. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai t hitung dan probabilitas dari hasil pengolahan data melalui *software* SPSS 26.0 for windows sebagai berikut:

- 1) Apabila t -hitung $>$ t -tabel atau probabilitas $<$ 0,05 , maka H_0 ditolak dan H_1 dan H_2 diterima, berarti secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila t -hitung \leq t -tabel atau probabilitas $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 dan H_2 ditolak, berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Penentuan nilai t tabel menggunakan tingkat signifikansi (α) = 0,05 dan *Degree of freedom* (df) = $(n-k-1)$, dimana:

n : Jumlah observasi

k : Jumlah variabel bebas

Pada penelitian ini n berjumlah 100 dan k yang digunakan sebanyak 3 variabel, maka diperoleh nilai df yaitu 97. Setelah nilai df diketahui, maka dapat dilihat pada tabel t dengan signifikansi 5% atau 0,05 untuk dua arah, maka didapat nilai t tabel sebesar 0,67703.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel cita rasa (X_1) memiliki nilai probabilitas atau signifikansi t sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar 5,891. Signifikansi $t <$ 0,05 ($0,000 <$ 0,05) dan t hitung $>$ t tabel ($5,891 >$ 0,67703), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa cita rasa berpengaruh secara signifikan

terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel dibawah sebagai berikut

Tabel 4. 14
Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.677	.443		8.300	.000
	X1	.299	.051	.597	5.891	.000
	X2	.114	.053	.219	2.157	.033

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, 2023

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel cita rasa (X1) memiliki nilai probabilitas atau signifikansi t sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar 5,891. Signifikansi $t < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($5,891 > 0,67703$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel keragaman menu (X2) memiliki nilai probabilitas atau signifikansi t sebesar 0,033 dengan nilai t hitung sebesar 2,157. Signifikansi $t < 0,05$ ($0,033 < 0,05$) dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,157 > 0,67703$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesa yang diajukan dalam penulisan penelitian ini adalah:

H_3 : Cita rasa dan keragaman menu berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai F hitung dan probabilitas dari hasil pengolahan data melalui software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 26.0 for windows sebagai berikut:

- 1) Apabila F-hitung $>$ F-tabel atau probabilitas $<$ 0,05 , maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, berarti secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila F-hitung \leq F-tabel atau probabilitas $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_3 ditolak, berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Penentuan tabel F dengan cara menentukan nilai df_1 untuk pembilang dengan rumus $df_1 = k-1$ dan df_2 untuk penyebut dengan rumus $df_2 = n-k$, dimana n adalah banyaknya observasi atau jumlah responden keseluruhan dan k = banyaknya variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Pada penelitian ini, nilai df_1 yaitu 3 dan nilai df_2 diperoleh dari n berjumlah 100 dan k yang digunakan sebanyak 3

variabel, maka diperoleh nilai df_2 yaitu 96. Setelah nilai df_1 dan df_2 diketahui, maka didapat nilai F tabel sebesar 3,091.

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa nilai probabilitas atau signifikansi F sebesar 0,000 dengan nilai F hitung sebesar 75,411. Signifikansi $F < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($75,411 > 3,091$), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa cita rasa dan keragaman menu berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 4. 15
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.035	2	29.018	75.411	.000 ^b
	Residual	37.325	97	.385		
	Total	95.360	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Data Primer, 2023

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur sejauh mana model dapat menggambarkan variasi variabel bebas. Nilai yang dihasilkan R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai R^2 mendekati satu berarti bahwa variabel bebas menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dalam variabel terikat. Dalam penelitian regresi linier berganda ini, masing-masing variabel bebas secara parsial

dan secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat yang dinyatakan dengan R^2 untuk menentukan uji derajat determinasi atau seberapa besar pengaruh variabel cita rasa (X1) dan keragaman menu (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.609	.601	.62032

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.16 hasil uji koefisien determinasi (R^2) diatas menunjukkan nilai Adjusted R Square (R^2) sebesar 0,601. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel cita rasa (X1) dan keragaman menu sebesar 60,1% sedangkan sebesar 39,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar dari penelitian ini.

Tabel 4. 17
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interprestasi Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2015 : 184

Nilai *Pearson Correlation* (R) digunakan untuk melihat tingkat kuat lemahnya hubungan dua variabel yang ditunjukkan oleh dimana kesimpulan dari nilainya jika nilai mendekati 1 maka tingkat hubungannya sangat kuat. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel 4.16, dimana nilai R sebesar 0,780 artinya hubungan variabel kuat karena berada pada interval nilai 0,60 – 0,799. Tingkat hubungan tersebut dapat dikategorikan sebagai hubungan yang sangat kuat. Tabel yang menunjukkan interpretasi terhadap koefisien korelasi bisa terlihat sebagai berikut yang digunakan sebagai interpretasi terhadap koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 4.17 diatas.

D. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner sebagai metode pengumpulan data dan kemudian dianalisis dengan uji regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 26. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen, pengaruh keragaman menu terhadap konsumen serta pengaruh cita rasa dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen maka dalam pembahasan ini akan dijelaskan terkait dengan rumusan masalah dalam penelitian ini. Oleh karena itu pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

4. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan

Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut, cita rasa yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa yang terletak dilidah atau mulut yang merupakan bagian dari cita rasa dan merupakan hal yang paling penting dalam pembuatan makanan. Cita rasa berupa aroma dan rasanya dipersepsikan dengan baik artinya bahwa cita rasa makanan dan minuman sudah mampu melekat dibenak konsumen.⁸⁹

Cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan yang menyatakan bahwa variabel cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.⁹⁰

Cita rasa memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Cita rasa yang diberikan oleh Depot Soto Lamongan Enak Tenan meliputi aroma makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat menggugah selera, rasa menu makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat nikmat di lidah dan tekstur makanan yang disajikan di Depot Soto Lamongan Rambipuji sesuai dengan tingkat kematangan yang pas. Cita rasa tersebut menjadi ciri khas Depot Soto Lamongan Enak Tenan dan mampu untuk meninggalkan kesan yang

⁸⁹ Sri Mutiara, Rahmad Solling Hamid dan Ahmad Suardi. "Pengaruh Kualitas Layanan," 425,

⁹⁰ oleh Galih Ayu Prasasti dan Putri Maisara

baik serta melekat di benak konsumen. Konsumen yang menikmati cita rasa makanan tersebut menunjukkan konsumen puas terhadap makanannya.

Implikasi cita rasa terhadap kepuasan konsumen yaitu cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga Depot Soto Lamongan Enak Tenan harus menjaga cita rasa agar konsumen merasa puas. Cita rasa suatu produk pangan merupakan salah satu penentu terhadap penerimaan produk oleh konsumen. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus mengoptimalkan cita rasa pada setiap makanan. Hal ini menjadi salah satu faktor utama penentu keberhasilan usaha dalam bidang makanan. Cita rasa makanan yang diterima konsumen mempengaruhi kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang puas pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk apabila pelanggan puas terhadap produk akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase*) di masa yang akan datang, menghambat pesaing menarik pelanggan karena pelanggan enggan berpindah (*switching*).⁹¹ Konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan yang puas rata-rata kembali membeli makanan di Depot Soto Lamongan Enak Tenan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain, hal tersebut dapat dilihat dari lama berlangganan konsumen rata-rata 3-4 tahun. Ciri khas Depot Soto Lamongan Enak Tenan yaitu koya dari serundeng (serutan kelapa) yang dibakar berbeda dengan

⁹¹ Kotler dan Armstrong, *Principles of Marketin, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*, 8.

soto lainnya. Ciri khas ini perlu dipertahankan dan dijaga agar ciri khas tersebut melekat dalam benak konsumen.

5. Pengaruh Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan

Keberagaman produk dan cara penyajian yang berbeda juga dapat menarik konsumen dan mempertahankan para konsumen. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan agar terjadi kenaikan dari tingkat pembelian konsumen. Dan karena terdapat berbagai macam produk sejenis yang ditawarkan oleh berbagai macam perusahaan. Guna memenangkan persaingan tersebut hendaknya restoran berusaha untuk dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen dapat membuat keputusan pembelian.⁹²

Keragaman menu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan yang mengemukakan hasil bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁹³

Keragaman menu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Keragaman menu dalam penelitian ini baik dari variasi makanan, jenis makanan dan porsi makanan yang disajikan Depot Soto Lamongan Rambipuji mendapatkan respon positif dari konsumen. Adanya menu yang beragam tentunya memiliki harga yang berbeda pula pada setiap menu. Menu yang

⁹² Camelia dan Suryoko, "Pengaruh Keragaman Menu,"3.

⁹³ Ahmad Khori Fathur Rahman

dimakan ditempat dan di bawa pulang pun memiliki harga yang berbeda. Meskipun, harga menu yang dibawa pulang lebih mahal dibanding makan ditempat, konsumen tetap membeli. Hal tersebut menunjukkan keragaman harga tidak menjadi penghalang konsumen untuk membeli di Depot Soto Lamongan Enak Tenan.

Implikasi keragaman menu terhadap kepuasan konsumen yaitu keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga Depot Soto Lamongan Enak Tenan harus membuat keputusan yang tepat mengenai jika kedepannya ada perubahan terkait keragaman menu yang dijual. Adanya menu yang beragam mulai dari jenis soto dan ketersediaan produk akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli dari berbagai macam menu yang sesuai dengan keinginan konsumen. Keragaman menu perlu diperhatikan karena konsumen memiliki kecenderungan pilihan yang beragam, sehingga adanya ragam menu yang disediakan diharapkan dapat memberikan dorongan bagi konsumen untuk membeli makanan sesuai dengan selera yang diinginkan. Keragaman menu tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

6. Pengaruh Cita Rasa dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan

Cita rasa dan keragaman menu berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Konsumen yang menikmati cita rasa makanan tersebut menunjukkan

konsumen puas terhadap makanannya. Keragaman menu dapat menarik minat konsumen untuk membeli sehingga konsumen puas terhadap menu yang dipesan.

Keragaman menu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan Cita rasa yang sesuai akan menjadi ciri khas dan mampu untuk meninggalkan kesan yang baik serta melekat di benak konsumen. Konsumen yang menikmati cita rasa makanan tersebut menunjukkan konsumen puas terhadap makanannya. Adanya menu yang beragam mulai dari jenis soto dan ketersediaan produk akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli dari berbagai macam menu yang sesuai dengan keinginan konsumen. Keragaman menu tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan yang puas rata-rata kembali membeli makanan di Depot Soto Lamongan Enak Tenan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain, hal tersebut dapat dilihat dari lama berlangganan konsumen rata-rata 3-4 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa Depot Soto Lamongan harus mempertahankan dan memperhatikan cita rasa dan keragaman menu, karena kedua variabel tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang di Depot Soto Lamongan Rambipuji dan merekomendasikan kepada saudara atau orang lain. Konsumen memberikan respon positif terhadap pembelian ulang produk soto dan merekomendasikan produk kepada orang lain.

BAB V

KESIMPULAN

D. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, landasan teori, hipotesis dan hasil pengujian yang dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Cita rasa memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Cita rasa makanan yang diterima konsumen mempengaruhi kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang puas pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk apabila pelanggan puas terhadap produk akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase*).

Keragaman menu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Adanya menu yang beragam mulai dari jenis soto dan ketersediaan produk akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli dari berbagai macam menu yang sesuai dengan keinginan konsumen. Keragaman menu memberikan dorongan bagi konsumen untuk membeli makanan sesuai dengan selera yang diinginkan. Keragaman menu tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan kepuasan konsumen.

Cita rasa dan keragaman menu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan. Konsumen yang menikmati cita rasa makanan tersebut menunjukkan

konsumen puas terhadap makanannya. Keragaman menu dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Konsumen yang puas akan kembali membeli makanan di Depot Soto Lamongan Enak Tenan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain.

E. Saran

Dari hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh cita rasa dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan, saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Depot Soto Lamongan Enak Tenan harus tetap menjaga cita rasa kekhasan yang menjadi ciri soto agar konsumen tetap loyal untuk membeli.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas variabel yang digunakan dalam penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan.

C. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam penyusunannya. Adapun keterbatasan yang dihadapi penulis adalah sebagai berikut:

1. Responden penelitian sebanyak 100 orang masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Kuesioner yang dibagikan kepada responden dalam pengumpulan data tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Responden cenderung hanya mengisi dan membantu peneliti dalam mengumpulkan data saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Fandy, “Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima”. *Jurnal Brand*, Volume 2 No 2 (Desember 2020). <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/view/617>.
- Arfimasri dan Yulhan, “Pengaruh Keragaman Menu dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Aur Duri Sumani Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumbar”. *Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi*, Volume IV, Nomor 01, (Mei – Oktober 2019): 3. <https://ojs.fkipummy.ac.id/index.php/jusie/article/view/190>.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006).
- Astuti, Felinda Frika dkk. “Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso”. *Manajemen Dewantara*, Vol 3 No 1 (April 2019):151. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/manajemendewantara/article/view/7655/3249>.
- Camelia, Savira Bintang dan Sri Suryoko. “Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.Diponegoro”. *Journal Of Social And Political* (2017). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16735>.
- Cholik, Firdaus Ikrar., Rufial dan Bida Sari, “ Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering di Bekasi”. *IKHRAITH Ekonomika* Vol 5 No 1 (Maret 2022): 59. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1712>.
- Finthariasari, Meilaty., Sri Ekowati dan Roy Krisna. “Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”. *Journal Ekombis Review*, Vol. 8 No. 2 (Juli 2020). <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1081>.
- Hadi, Sugeng Nugroho. “Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur”. *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 15 (Desember 2016). <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/attaazi/article/download/17/14>.

- Hardani dkk. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020.
- Hariyanto, Agung Triyono, Sri Wahyuni dan Joko Widodo. “Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember)”. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan , Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, Vol 16 No 1 (2022), <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/22938>.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang : Media Nusa Creative, 2016.
- Husna, Arinal. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya”. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, Vol. 1. No. 3 (Juli 2021): 311-320. <https://valuasi.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/download/24/26>.
- Indrasari, Meithiana. “Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan”. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Iwinskyari, Sri dan Herry Nurdin. “Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Lesehan Inasei). *Journal Scientific Of Mandalika (JSM)*, Vol. 2 No. 7 (2022). <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/757>.
- Kholifah, Unniatul., Edy Kusnadi Dan Randika Fandiyanto. “Pengaruh Keragaman Produk Dan Endorser Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe D’poto Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai variabel Intervening”, *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)* Vol 1 No 2 (September 2022), <https://unars.ac.id/ojs/index.php/jme/article/view/2092>.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Terjemahan: Drs. Benyamin Molan*. Jakarta : Indeks, 2007.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Principles of Marketing, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta : Erlangga, 2006.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip et al. *Principles Of Marketing*. Hoboken : Pearson, 2019.

- Kotler, Philip. *Marketing Management The Millenium Edition, 11th edition*, NJ:Prentice Hall, 2003.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. America: Pearson, 2015.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Mumu, Diana N, William J.F.A Tumbuan Dan Jane G. Poluan. "Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado". *Jurnal Emba*, Vol. 9 No. 3 (Juli 2021): 951 – 959. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/35134>.
- Muniarti, Puji dkk. *Manajemen Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Musanto, Trisno. "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya". *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, No. 2 (September 2004). <https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/16140>.
- Musnaini dkk. *Manajemen Pemasaran*. Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Mustaqim, Moh. dan Dheasey Amboningtyas. "Pengaruh Variasi Makanan, Pelayanan, Dan Atmosfer Terhadap Kepuasan Pelanggan di RM. Borobudur Semarang". *Journal of Management* Vol 3, No 3 (2017). <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/716>.
- Mutiara, Sri dkk. "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 4 No 1 (Januari 2021). <https://ejournal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/542>.
- Prasasti, Galih Ayu dan Putri Maisara. "Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya". *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, Vol 9 No 2 (2022). <https://stia-binataruna.ejournal.id/PUBLIK/article/view/327>.
- Ratnanto, Sigit dan Hery Purnomo. "Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Makan "Soto Dok Lamongan"Nganjuk". Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri. Kediri: UNP Kediri, 2020.

- Rohman. "Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya". *Jurnal Tata Niaga (JPTN)*, Vol 9 No 2 (2021), <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40557/35138>.
- Sembiring, Inka Janita., Suharyono, dan Andriani Kusumawati. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 15 No 1 (Oktober 2014). <http://repository.ub.ac.id/116649/>.
- Siregar, Amir Hamzah. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Mbak Siti". *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, Volume 3 No 1 (Januari 2021). <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jecs/article/view/131>.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2015.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi, 2009.
- Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Wardani, Mursida Kusuma dan Anna Wulandari. "Pengaruh Cita Rasa dan Keragaman Menu Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Nasi Uduk Betawi Mpok Tiyah". *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 14 No. 01 (Juni 2017). <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jmk/article/view/25>.
- Wahjono, Sentot, "Manajemen Pemasaran Bank" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)
- Wardani, Mursida Kusuma dan Anna Wulandari. Citarasa Dan Keragaman Menu Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Nasi Uduk Betawi Mpok Tiyah. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 14 No. 01 (Juni 2017).
- Yulianti, Farida., Lamsah dan Periyadi, "Manajemen Pemasaran", (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA), 2019

Lampiran 1. Matriks Penelitian

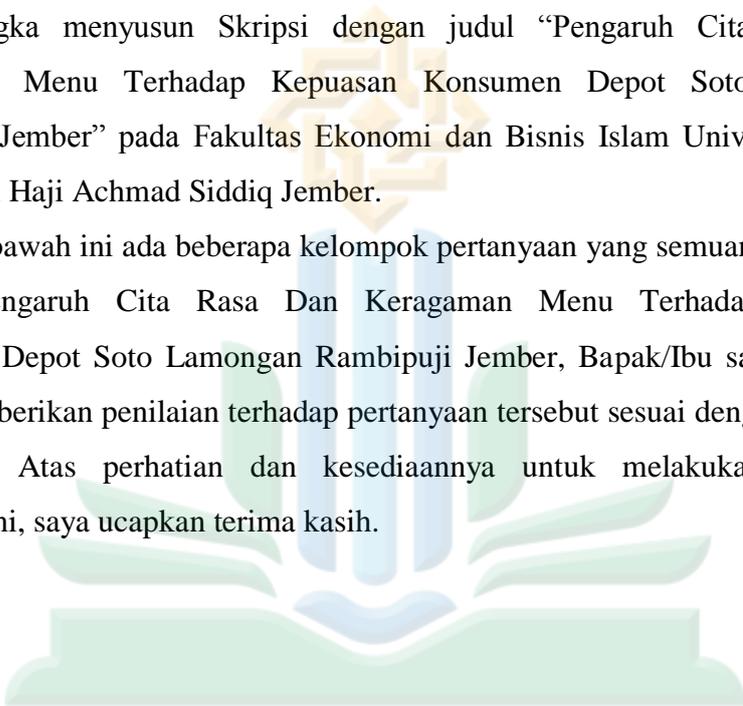
JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember	1. Cita Rasa 2. Keragaman Menu 3. Kepuasan Konsumen	1. Aroma 2. Rasa 3. Tekstur 4. Jenis pilihan menu makanan 5. Rasa makanan 6. Ukuran porsi makanan 7. Melakukan pembelian ulang 8. Merekomendasi produk kepada orang lain	Data Primer: 1. Pemilik Depot Soto Lamongan Enak Tenan 2. Pegawai Depot Soto Lamongan Enak Tenan 3. Konsumen Depot Soto Lamongan Enak Tenan Data Sekunder: 1. Buku 2. Jurnal 3. Internet 4. Dokumentasi	Pendekatan dan Jenis Penelitian: Pendekatan kuantitatif, jenis penelitian <i>survey</i> Teknik pengambilan sampel: <i>accidental sampling</i> dengan jumlah responden 100 orang Teknik pengumpulan data: Kuesioner Analisis Data: Analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS 22 Lokasi Penelitian: Soto Lamongan Enak Tenan Rambipuji	1. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember? 2. Apakah keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember? 3. Apakah cita rasa dan keragaman menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember?

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian**KUESIONER****PENGARUH CITA RASA DAN KERAGAMAN MENU
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DEPOT SOTO
LAMONGAN RAMBIPUJI JEMBER**

Pengantar :

Pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini hanya untuk data penelitian dalam rangka menyusun Skripsi dengan judul “Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember” pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Di bawah ini ada beberapa kelompok pertanyaan yang semuanya berkaitan dengan Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember, Bapak/Ibu saya harapkan untuk memberikan penilaian terhadap pertanyaan tersebut sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu. Atas perhatian dan kesediaannya untuk melakukan pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Peneliti

Nafira Ainun Izza

A. Identitas Responden

Nama :
 Umur :
 Jenis Kelamin :
 Lama Berlangganan :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Berilah tanda centang (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu paling sesuai.
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Isi jawaban berikut sesuai dengan pendapat bapak/ibu dengan memberi tanda centang pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

R = Ragu-ragu

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

C. Kuesioner

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Variabel Cita Rasa (X₁)						
1	Aroma makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat menggugah selera..					
2	Semua rasa menu makanan dari Depot Soto Lamongan Rambipuji sangat nikmat di lidah.					
3	Tekstur makanan yang disajikan di Depot Soto Lamongan Rambipuji sesuai dengan tingkat kematangan yang pas					
Variabel Keragaman Menu (X₂)						
4	Variasi makanan di Depot Soto Lamongan Rambipuji lengkap					

5	Jenis makanan Depot Soto Lamongan Rambipuji yang disajikan sesuai dengan rasa yang diinginkan					
6	Porsi makanan yang disajikan Depot Soto Lamongan Rambipuji mengenyangkan.					
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)						
7	Saya merasa puas setelah menikmati menu yang ada di Depot Soto Lamongan Rambipuji dan melakukan pembelian ulang di Depot Soto Lamongan Rambipuji					
8	Saya memiliki rencana untuk merekomendasikan kepada saudara atau orang lain bahwa Depot Soto Lamongan Rambipuji memiliki cita rasa makanan yang enak					

Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner

No	Nama	Umur (tahun)	Jenis Kelamin	Lama Berlangganan	Asal	X1			X2			Y	
						1	2	3	4	5	6	7	8
1	Leswanto	53	Laki-laki	17 Tahun	Jember	3	3	3	3	4	3	4	3
2	Ahmad Haris	50	Laki-laki	Sering	Jember	3	3	3	4	4	3	3	4
3	Alfie Sophia Hadi K	28	Laki-laki	Baru sekarang	Banyuwangi	4	4	6	5	5	5	4	5
4	Santoso	50	Laki-laki	3 Tahun	Banyuwangi	5	5	5	5	5	5	5	4
5	Achmad lutfi	23	Laki-laki	1 Tahun	Lumajang	5	5	5	5	5	4	5	5
6	Murtasiah	48	Perempuan	1 Tahun	Jember	5	5	5	5	4	5	5	4
7	Dzaky naufal	20	Laki-laki	2 Tahun	Lumajang	4	3	3	4	4	3	3	5
8	Saifur R	35	Laki-laki	2 Tahun	Bondowoso	4	3	3	3	4	4	3	5
9	suhartono	47	Laki-laki	4 Tahun	Jember	4	3	3	3	3	3	4	3
10	susweni	67	Perempuan	1 tahun	Probolinggo	5	5	5	4	5	5	5	5
11	haryono	63	Laki-laki	5 Tahun	Situbondo	5	5	5	5	5	5	4	5
12	Tasya febyanti	21	Perempuan	2 Tahun	Banyuwangi	4	3	3	3	3	3	4	3
13	A. Yunus	59	Laki-laki	3 Tahun	Bondowoso	5	5	5	5	5	4	4	5
14	Kholil	65	Laki-laki	20 Tahun	Jember	5	5	5	4	5	4	5	4
15	Adi bagus riyono	38	Laki-laki	5 Tahun	Probolinggo	4	3	3	3	3	3	3	4
16	M. anton setiawan	25	Laki-laki	1 Tahun	Situbondo	4	4	6	5	5	5	4	4
17	Siti fatimah	49	Perempuan	1 Tahun	Jember	5	5	5	5	5	4	5	5
18	Indah dwi lestari	23	Perempuan	1 tahun	Jember	5	5	5	5	4	5	5	5
19	Elisa aprilia	27	Perempuan	2 tahun	Pasuruan	4	4	2	3	3	3	4	3
20	Tomi	27	Laki-laki	10 Bulan	Jember	3	4	3	4	3	4	4	4
21	Siti salwa	50	Perempuan	4 tahun	Jember	5	5	5	5	4	5	5	4

22	Siti hidayatul fitriyah	37	Perempuan	2 tahun	Jember	4	3	3	3	3	3	3	5
23	Arifah rosma aini	37	Perempuan	1 tahun	Lamongan	5	5	4	5	5	5	5	5
24	Fery aguz	35	Laki-laki	5 tahun	Jember	4	4	6	5	4	4	5	5
25	Abdul wasil	47	Laki-laki	2 tahun	Jember	4	4	6	4	5	4	4	5
26	Dien marsudi	44	Laki-laki	8 tahun	Jember	4	4	2	3	3	3	4	4
27	Abdul aziz	42	Laki-laki	7 tahun	Jember	4	4	2	4	4	4	4	4
28	Siti maryati	21	Perempuan	2 tahun	Jember	4	4	2	4	4	4	5	5
29	sulton	30	Laki-laki	5 tahun	Jember	4	4	3	4	3	3	4	4
30	Afan ilman huda	27	Laki-laki	2 tahun	Jember	4	4	3	4	3	3	5	3
31	Siti saadah	38	Perempuan	5 tahun	Jember	4	5	5	5	5	5	4	5
32	yuliani	29	Perempuan	7 tahun	Surabaya	4	4	6	5	5	5	5	5
33	A. Felani yahya	29	Laki-laki	5 tahun	Jember	4	4	3	3	4	3	4	4
34	Novita sari	43	Perempuan	6 tahun	Banyuwangi	4	4	3	4	4	3	4	4
35	Artha nugraha	38	Laki-laki	9 tahun	Banyuwangi	4	4	6	5	5	5	5	5
36	Ayatullah maulana akbar	49	Laki-laki	1 bulan	Situbondo	4	4	3	4	4	4	4	5
37	kusnadi	52	Laki-laki	8 tahun	Jember	4	4	3	4	4	4	4	5
38	Agung sutikno	47	Laki-laki	13 tahun	Jember	4	4	6	5	5	5	4	5
39	Zainul arifin	39	Laki-laki	7 tahun	Jember	5	5	5	4	4	4	5	5
40	Indrawati uswatul hasanah	36	Perempuan	8 tahun	Jember	4	5	5	5	5	5	5	5
41	Hari kuncoro	53	Laki-laki	14 tahun	Jember	4	4	3	4	4	4	4	4
42	Gunawan	50	Laki-laki	15 tahun	Jember	5	5	5	5	5	4	5	5
43	Sutrisno	48	Laki-laki	9 tahun	Jember	4	4	4	4	3	4	5	4

44	Saifuddin nur	49	Laki-laki	12 tahun	Jember	4	4	4	4	4	3	4	5
45	kasnoto	53	Laki-laki	17 tahun	Jember	4	5	5	4	5	4	4	5
46	Rini wulandari	36	Perempuan	10 tahun	Bondowoso	4	4	4	3	4	4	4	5
47	Dhian ayu	28	Perempuan	6 tahun	Banyuwangi	4	4	4	4	5	4	4	5
48	Sulastri	40	Perempuan	7 tahun	Jember	5	4	5	5	4	4	5	5
49	Chamim jazuli	34	Laki-laki	11 tahun	Banyuwangi	4	4	4	4	4	5	4	5
50	Iftitah dian humairoh	13	Perempuan	1 tahun	Jember	4	4	4	4	5	4	5	3
51	Rahilia ramadani	13	Perempuan	4 bulan	Jember	5	4	5	5	5	5	5	5
52	Lia mansuni	23	Perempuan	4 bulan	Jember	4	4	4	5	4	4	4	5
53	Sri wuci	21	Perempuan	Tidak lama	Jember	4	4	4	4	5	4	4	5
54	Fathur rizki	21	Laki-laki	lama	Jember	5	5	5	4	4	4	5	4
55	Tri wahyu rizkiya	22	Perempuan	5 tahun	Jember	5	5	5	5	5	5	5	5
56	Tono	22	Laki-laki	3 bulan	Jember	3	3	3	3	4	3	4	3
57	Lutfi hakim	22	Laki-laki	lama	Jember	4	4	4	4	5	4	4	4
58	Fernando putra	22	Laki-laki	lama	Jember	4	4	4	5	5	4	4	5
59	Aldita	30	Perempuan	2 tahun	Jember	4	4	4	4	4	5	4	4
60	Hadi ihdhiny	37	Laki-laki	4 tahun	Jember	5	5	5	5	4	5	5	5
61	Abdul wahid attamimi	47	Laki-laki	1 tahun	Jember	4	5	5	5	5	5	5	5
62	Khofifatur rodhiyah	23	Perempuan	1 tahun	Jember	4	4	4	4	5	5	4	4
63	pradini	26	Perempuan	1 tahun	Situbondo	4	4	4	4	4	4	4	5
64	Lilik suryatningsih	42	Perempuan	2 tahun	Jember	4	4	4	4	4	4	5	5
65	Dini savica	22	Perempuan	1 tahun	Lumajang	4	4	4	4	4	4	5	3
66	Heru widyatmoko	39	Laki-laki	4 tahun	Jember	4	4	4	5	5	5	4	5
67	munlina	50	Perempuan	3 tahun	Jember	4	4	5	4	4	4	5	5

68	ambar	33	Perempuan	2 tahun	Bondowoso	4	4	5	4	4	4	4	5
69	Alfan	24	Laki-laki	2 tahun	Banyuwangi	5	5	5	4	4	5	5	5
70	Rika anastasia	25	Perempuan	2 tahun	Probolinggo	5	4	5	5	5	5	5	5
71	Siti farida	21	Perempuan	5 tahun	Bondowoso	4	4	5	4	4	4	4	5
72	Hikmawati	22	Perempuan	1 bulan	Situbondo	4	4	5	4	4	4	5	5
73	Wildan	30	Laki-laki	1 tahun	Jember	4	4	5	4	4	4	4	4
74	samsiyah	21	Perempuan	2 tahun	Jember	4	4	5	4	4	4	5	5
75	Ridwan	23	Laki-laki	1 tahun	Jember	4	5	5	5	5	5	4	5
76	Rizka ali susanti	20	Perempuan	4 bulan	Jember	4	4	5	5	4	4	5	3
77	Dedy eko rahmanto	27	Laki-laki	5 tahun	Banyuwangi	4	5	5	4	5	5	5	5
78	Muji hartono	25	Laki-laki	1 tahun	Jember	4	4	5	4	5	4	4	5
79	Fairuz	22	Laki-laki	2 bulan	Jember	2	2	3	4	2	3	3	4
80	Rizal ahmad	29	Laki-laki	3 tahun	Bondowoso	5	4	5	5	5	4	5	5
81	Muhammad zaini	22	Laki-laki	5 bulan	Jember	5	5	5	5	5	5	5	4
82	Qalbi rabbani	35	Laki-laki	1 tahun	Situbondo	4	4	5	4	5	5	5	5
83	Andrianto raharjo	28	Laki-laki	4 tahun	Lumajang	5	5	5	5	5	5	5	5
84	Agus sugiaro	43	Laki-laki	3 tahun	Jember	4	4	5	4	5	5	5	5
85	Toyib kusuma jaya	40	Laki-laki	4 tahun	Bondowoso	5	4	5	5	5	5	5	4
86	Asyhari bungah	34	Laki-laki	1 tahun	Banyuwangi	3	3	3	4	3	3	3	4
87	Sandi yudha permana	32	Laki-laki	2 tahun	Jember	2	3	2	3	3	3	4	3
88	Mirza febrianti	30	Perempuan	1 tahun	Probolinggo	4	4	5	5	5	4	4	5
89	Chindy	26	Perempuan	1 tahun	Banyuwangi	5	5	4	5	5	4	4	5
90	Anggi putra	29	Laki-laki	3 tahun	Jember	4	4	5	4	5	5	5	5
91	Arif sudilaksono	38	Laki-laki	4 tahun	Jember	4	4	5	5	5	4	4	5

92	Erma	34	Perempuan	4 tahun	Jember	4	4	5	5	5	5	5	5
93	prafitama	44	Laki-laki	4 tahun	Jember	4	4	5	5	5	5	4	5
94	Adriani ngesti	36	Laki-laki	10 bulan	Jember	4	4	5	5	5	5	5	5
95	Retno nur hayati	26	Perempuan	3 tahun	Jember	4	4	6	4	4	4	5	4
96	Diana kholida	26	Perempuan	5 tahun	Probolinggo	3	3	3	3	4	3	4	3
97	Farid agung	31	Laki-laki	4 tahun	Jember	4	4	6	5	5	4	4	5
98	Sunardi astromin	37	laki-laki	2 tahun	Jember	4	4	6	4	5	5	5	5
99	Dimas rizki	28	Laki-laki	1 tahun	Jember	4	4	6	4	4	4	4	5
100	Bilal putra ramadan	22	Laki-laki	3 bulan	Jember	4	5	5	4	4	4	5	5

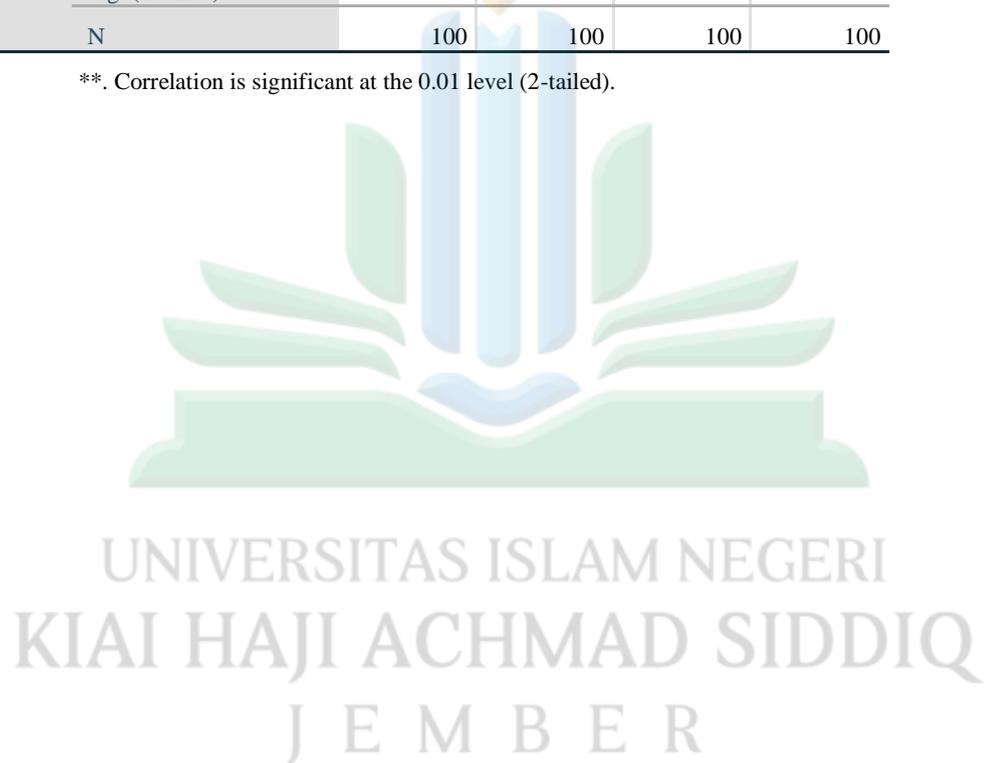


Lampiran 4. Uji Validitas Kuesioner

a. Uji Validitas Kuesioner Cita Rasa

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	X1
1.1	Pearson Correlation	1	.746**	.450**	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
1.2	Pearson Correlation	.746**	1	.507**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
1.3	Pearson Correlation	.450**	.507**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
1	Pearson Correlation	.804**	.841**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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



b. Uji Validitas Kuesioner Keragaman Menu

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	X2
2.1	Pearson Correlation	1	.617**	.664**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
2.2	Pearson Correlation	.617**	1	.679**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
2.3	Pearson Correlation	.664**	.679**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
2	Pearson Correlation	.855**	.879**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

c. Uji Validitas Kuesioner Kepuasan Konsumen

Correlations

		Y1	Y2	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.127	.718**
	Sig. (2-tailed)		.209	.000
	N	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.127	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.209		.000
	N	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.718**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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



Lampiran 5. Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Case Processing Summary

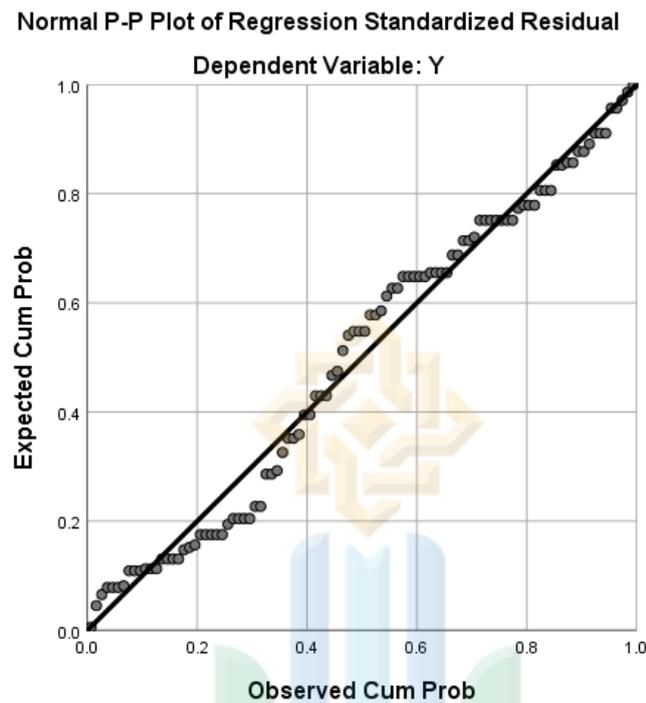
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	8



Lampiran 6. Uji Normalitas Data

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 7. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Significance	Tolerance	VIF
	(Constant)	3.677	.443		.300	.000
X1	.299	.051	.597	.891	.000	.392
X2	.114	.053	.219	.157	.033	.392

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X1	X2
1	1	2.982	1.000	.00	.00	.00
2	2	.013	15.005	.98	.14	.08
3	3	.005	24.793	.01	.85	.92

a. Dependent Variable: Y

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b		. Enter

a. Dependent Variable: abs_res

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.094 ^a	.009	-.012	.34008	2.376

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: abs_res

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.099	2	.050	.429	.652 ^b
Residual	11.219	97	.116		
Total	11.318	99			

a. Dependent Variable: abs_res

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.288	.243		1.184	.239
X1	.005	.028	.031	.192	.848
X2	.012	.029	.067	.418	.677

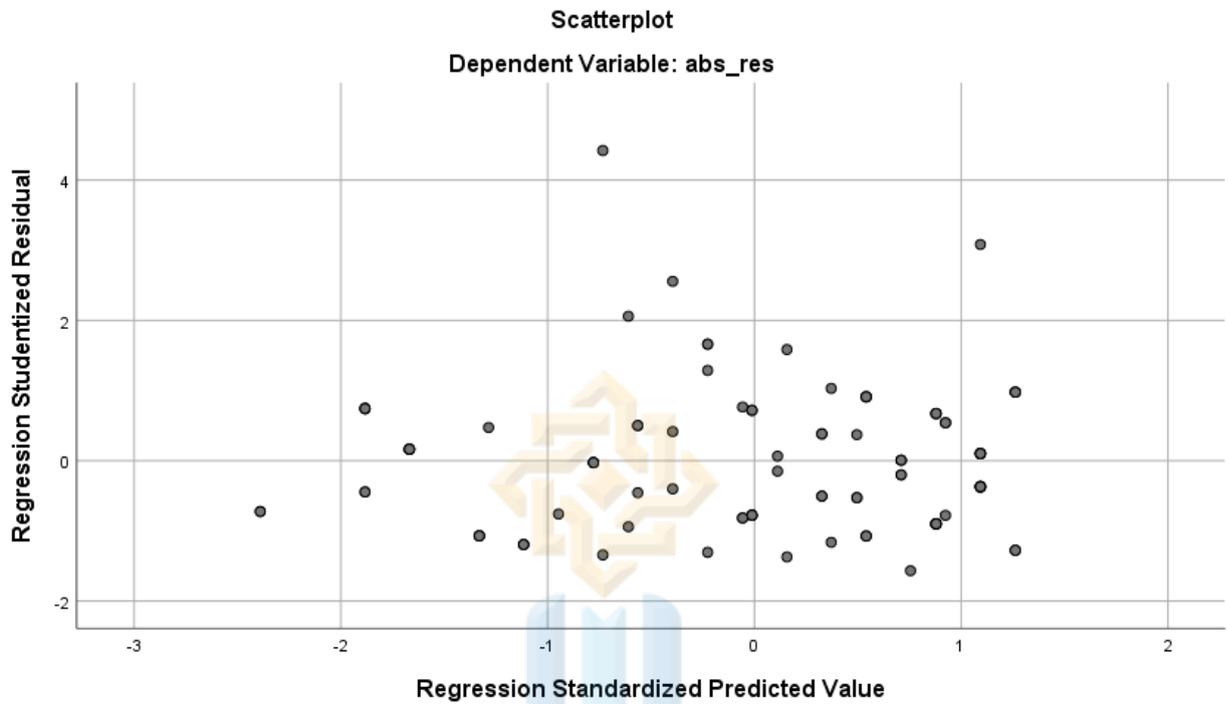
a. Dependent Variable: abs_res

Residuals Statistics^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.4343	.5499	.5100	.03167	100
Std. Predicted Value	-2.390	1.262	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.035	.105	.057	.014	100
Adjusted Predicted Value	.4254	.5705	.5105	.03341	100
Residual	-.51480	1.47350	.00000	.33663	100
Std. Residual	-1.514	4.333	.000	.990	100
Stud. Residual	-1.567	4.422	-.001	1.005	100
Deleted Residual	-.55145	1.53481	-.00051	.34701	100
Stud. Deleted Residual	-1.579	4.923	.007	1.036	100
Mahal. Distance	.030	8.508	1.980	1.596	100
Cook's Distance	.000	.271	.010	.029	100
Centered Leverage Value	.000	.086	.020	.016	100

a. Dependent Variable: abs_res



Charts



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 9. Uji Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b		. Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.609	.601	.62032

a. Predictors: (Constant), X2, X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.035	2	29.018	75.411	.000 ^b
	Residual	37.325	97	.385		
	Total	95.360	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.677	.443		8.300	.000
	X1	.299	.051	.597	5.891	.000
	X2	.114	.053	.219	2.157	.033

a. Dependent Variable: Y



Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian





Gambar. Proses Pengumpulan Data Kuesioner

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nafira Ainun izza

NIM : E20182332

Prodi : Ekonomi Syariah

Jurusan : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember*" adalah benar-benar hasil penelitian dan karya sendiri, kecuali pada bagian yang di rujuk sumbernya.

Demikian Surat ini pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 13 April 2023

Saya yang menyatakan



Nafira Ainun Izza
NIM. E20182332

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/11/2022 20 November 2022
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Yth. Pemilik Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember
 Jl. Dharmawangsa No. 12a, Krajan Lor, Kaliwining, Kec.Rambipuji, Kabupaten Jember,
 Jawa Timur 68152

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Nafira Ainun Izza
 NIM : E20182332
 Semester : IX (Sembilan)
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai *"Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember"* di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyati Islam Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER

JURNAL PENELITIAN

PENGARUH CITA RASA DAN KERAGAMAN MENU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DEPOT SOTO LAMONGAN RAMBIPUJI JEMBER

NO.	KEGIATAN	TANGGAL	INFORMAN	PARAF
1.	Menyerahkan Surat Ijin Penelitian	20 November 2022	Ibu Hj. Thoyibah Hariyono	
2.	Wawancara dengan pemilik depot	26 Juli 2022	Ibu Hj. Thoyibah Hariyono	
3.	Wawancara dengan pemilik depot	10 Agustus 2022	Bpk. H. Hariyono	
4.	Wawancara dan bagikan kuesioner pada konsumen	08 Januari 2023	Fathur Rizki	
5.	Wawancara dan bagikan kuesioner pada konsumen	09 Januari 2023	Aldita	
6.	Wawancara dan bagikan kuesioner pada konsumen	10 Januari 2023	Hari Kuncoro	
7.	Wawancara dan bagikan kuesioner pada konsumen	11 Januari 2023	Leswanto	
8.	Wawancara dan bagikan kuesioner pada konsumen	12 Januari 2023	Alfie Sophia Hadi K	
9.	Wawancara dan bagikan kuesioner pada konsumen	12 Januari 2023	Siti Hidayatul Fitriya	
10.	Meminta surat keterangan selesai Penelitian di Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember	12 April 2023	H. Hariyono	

Jember, 12 April 2023
Owner Depot Soto Lamongan




H. Hariyono

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H. Hariyono
Jabatan : Owner Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember
Alamat : Jl. Dharmawangsa No. 12a, Krajan Lor, Kaliwining, Kec.Rambipuji, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68152

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Nafira Ainun Izza
Nim : E20182332
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah selesai melakukan penelitian di Depot Soto Lamongan "Enak Tenan" Jl. Dharmawangsa No. 12a, Krajan Lor, Kaliwining, Kec.Rambipuji, Kabupaten Jember selama 8 (delapan) Bulan, terhitung mulai tanggal 24 Juli 2022 sampai dengan 09 April 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Jember, 14 April 2023

Owner Depot Soto Lamongan



H. Hariyono

UNIVERSITAS NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Nafira Ainun izza

NIM : E20182332

Semester : X (Sepuluh)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Dosen Pembimbing

Jember, 13 April 2023
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,


Luluk Musfiroh, M.Ak
NIP. 198804122019032007


M.F. Hidayatullah
NIP. 197608122008011015

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-11.ES/Un.22/7.d/PP.00.9/4/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Nafira Ainun Izza
 NIM : E20182332
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul : Pengaruh Cita Rasa Dan Keragaman Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 13 April 2023
 An. Dekan
 Kepala Bagian Akademik
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

BIODATA PENULIS**A. DATA PRIBADI**

Nama Lengkap : Nafira Ainun Izza
 Tempat Tanggal Lahir : Jember, 02 Desember 1999
 NIM : E20182332
 Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Alamat Asal : Dusun. Sumber Duren, RT/RW. 002/003,
 Desa. Glagahwero, Kecamatan. Panti,
 Kabupaten. Jember
 No Telp : 081232517614
 Email : nafiraizza@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Raudlatul Ulum Glagahwero Panti Jember
2. MI Raudlatul Ulum Glagahwero Panti Jember
3. SMP Negeri 2 Panti Jember
4. Ma As-Shofa jubung Sukorambi Jember
5. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember