

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PENGARUH SUASANA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PETERSELI KITCHEN PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau

**WINA ANGRAINI
NPM : 177210547**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
PEKANBARU
2021**

PERSEMBAHAN

Untuk yang pertama kali Ku persembahkan Skripsi ini kepada Orangtua ku yaitu Mama tercinta. Sosok yang pertama dari tujuan hidupku yang selalu membangkitkan dalam setiap keagalanku. Mama yang selalu mengertiku disaat aku tidak sanggup lagi menyelesaikan problem ku, Mama yang sampai detik ini berjuang untukku agar aku semangat sampai saat ini. Terimakasih ya Allah yang memberikan malaikat-Mu kepada Ku. Terimakasih Ya Allah aku telah dilahirkan dari rahim-Nya. Sungguh-sungguh terima kasih sujud atas semua yang telah diberikan. Hari takkan indah tanpa mentari dan rembulan, begitu juga hidup takkan indah tanpa tujuan, harapan serta tantangan. Meski terasa berat yang kulalui, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya terlalui dengan baik, meski harus memerlukan pengorbanan.

Dan untuk Papa yang selalu ada untukku aku yakin disetiap doanya selalu ada namaku, terimakasih sudah turut serta membantuku dalam segala hal keuangan selama awal kuliah sampai detik ini, terimakasih sudah menjagaku dan membesarkanku dengan kasih sayang yang tulus hingga saat ini.

Untuk temanku bercerita temanku yang menamaniku selama pembuatan proposal sampai skripsi ini, temanku yang selalu memotivasiku ketika aku malas mengerjakan skripsi ini, temanku yang selalu ada ketika aku gagal dalam segala upaya yang kuusahakan dan kerjakan, Terimakasih banyak sudah selalu ada untukku dan sudah siap membantuku dikala aku kesusahan dalam mengerjakan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat dan karunia-Nya dan dengan segala keterbatasan akhirnya karya ilmiah yang ditulis dalam bentuk skripsi ini dapat penulis selesaikan. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Suasana Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosnuemn Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru” ini penulis tulis dan diajukan ke fakultas dalam rangka memenuhi salah satu syarat menamatkan studi dan sekaligus memperoleh gelar sarjana starta satu.

Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal munngkin untuk menyusun setiap lembar bab-perbab skripsi ini sesuai dengan kaidah penelitian olmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas. Walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah skripsi ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal itu penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Penulis menyadari bahwa dalam proses studi maupun dalam proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak turut membantu. Sehubung dengan itu secara khusus pada lembaran ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi., SH. MCL. Selaku Rektor Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang Bapak Pimpin.

2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Arief Rifa'I S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
4. Bapak Indra Safri S.Sos., M.Si Selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dari awal hingga akhir skripsi ini serta memberikan petunjuk, saran yang bermanfaat dan menularkan pengetahuan kepada penulis terutama selama proses bimbingan berlangsung.
5. Dosen-dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
6. Kepada Pimpinan beserta karyawan Peterseli Kitchen Pekanbaru. yang telah bersedia memberikan kemudahan dalam melakukan penelitian dan pengambilan data yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua saya yaitu Ibu Gustina dan Bapak Amin yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan peruliahan ini.
8. Kepada adik kandung Muhammad Bima Saputra yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Teman yang sudah membantu saya dan memotivasi agar semangat dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan Rahmatnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Naskah skripsi ini penulis sadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik

dan saran yang bersifat positif diharapkan dari semua pihak yang telah membaca proposal ini untuk kesempurnaan penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini akan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu yang penulis peroleh ini dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta bagi Nusa dan Bangsa Amin.

Demikian yang dapat saya sampaikan lebih dan kurang saya mohon maaf dan terimakasih.

Pekanbaru, 02 Juni 2021

Penulis,

Wina Angraini

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
BERITA ACARA UJIAN KONFEREHENSIF SKRIPSI.....	iv
SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL	v
PENGESAHAN	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAT TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LatarBelakangMasalah.....	1
B. RumusanMasalah	11
C. Tujuan Dan KegunaanPenelitian.....	11
1. TujuanPenelitian.....	11
2. KegunaanPenelitian.....	12
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	13
A. StudiKepustakaan.....	13
1. KonsepAdministrasi.....	13
2. Konsep Administrasi Bisnis	15
3. KonsepOrganisasi	17
4. KonsepManajemen.....	19
5. KonsepManajemenPemasaran	22
6. Konsep Suasana/ Atmosphere.....	24
7. Konsep Kualitas Pelayanan.....	26
8. Konsep Kepuasan Konsumen	31
9. Penelitian Terdahulu	36
B. KerangkaPikir	42
C. Hipotesis.....	43
D. KonsepOperasional	43
E. OperasionalVariabel.....	44
F. TeknikPengukuran	47
BAB III METODE PENELITIAN	67

A. Tipe Penelitian	67
B. Lokasi Penelitian	67
C. Populasi Dan Sampel	67
D. Teknik Penarikan Sampel	70
E. Jenis Dan Sumber Data	70
F. Teknik Pengumpulan Data	71
G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	72
1. Uji Instrumen	72
2. Uji Asumsi Klasik	74
3. Analisis Regresi Linier Berganda	76
4. Koefisien Determinasi	77
5. Uji Hipotesis	77
BAB IV SEJARAH LOKASI PENELITIAN	80
A. Sejarah Ringkas Peterseli Kitchen Pekanbaru	80
B. Visi dan Misi Peterseli Kitchen Pekanbaru	81
C. Struktur Organisasi	81
D. Fungsi dan Tugas Organisasi	84
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	97
A. Identitas Responden	97
1. Identitas responden berdasarkan Jenis Kelamin	97
2. Identitas responden berdasarkan Umur	98
3. Identitas responden berdasarkan Pekerjaan	99
B. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Suasana Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru	99
1. Eksterior (interior luar)	100
2. General Interior (interior umum)	102
3. Room Layout (tata ruang)	104
4. Display (tampilan)	106
5. Variabel Suasana (X1)	108
C. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru	109
1. Tangible (bukti fisik)	110
2. Reability (keandalan)	112
3. Responsiveness (ketanggapan)	114
4. Assurance (jaminan)	116
5. Emphaty (empati)	118
6. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	120
D. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru	121
1. Kesesuaian Harapan	122

2. Minat Berkunjung Kembali.....	124
3. Kesiediaan Merekomendasi	126
4. Variabel Kepuasan Konsumen(Y)	129
E. Hasil dan Pembahasan Uji Hipotesis	130
1. Uji instrumen.....	130
a. Uji validitas	130
b. Uji Reliabilitas	132
2. Uji Asumsi Klasik	133
a. Uji Normalitas.....	133
b. Uji Heterokedastisitas	134
c. Uji Multikolinieritas.....	136
d. Uji Autokorelasi	137
3. Uji Regresi Linier Berganda	138
4. Uji Koefisien Determinasi(r^2)	140
5. Uji Hipotesis.....	140
a. Uji t.....	141
b. Uji f	142
F. Pembahasan.....	143
BAB VI PENUTUP	144
A. Kesimpulan	144
B. Saran.....	146
DAFTAR PUSTAKA	147

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel I.1 Jumlah Kunjungan Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Riau	3
Tabel I.2 Daftar Café Resto Yang Banyak Diminati Di Pekanbaru	9
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel II.2 Operasional Variabel	45
Tabel II.3 Teknik Pengukuran Skala Likert	48
Tabel V.1 Jenis Kelamin Responden	97
Tabel V.2 Umur Responden	98
Tabel V.3 Pekerjaan Responden	99
Tabel V.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Exterior (Interior Luar)	100
Tabel V.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator General Interior (Interior Umum)	102
Tabel V.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Room Layout (Interior)	104
Tabel V.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Display (Tampilan)	106
Tabel V.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Variabel Suasana (X1)	108
Tabel V.9 Kategori Penilaian	109
Tabel V.10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Tangible (Bukti Fisik)	110
Tabel V.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Reliability (keandalan)	112
Tabel V.12 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Responsiveness (ketanggapan)	114
Tabel V.13 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Assurance (jaminan)	116
Tabel V.14 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Emphaty (Perhatian)	118

Tabel V.15 RekapitulasiTanggapanRespondenKonsumenPeterseli Kitchen PekanbaruMengenaiVariabelKualitasPelayanan(X2)	120
Tabel V.16 KategoriPenilaian	121
Tabel V.17 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli KitchenPekanbaru Mengenai Indikator Kesesuaian Harapan	122
Tabel V.18 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Minat Berkunjung Kembali	124
Tabel V.19 Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli KitchenPekanbaru Mengenai Indikator Kesiediaan Merekomendasi	127
Tabel V.20RekapitulasiTanggapanRespondenKonsumenPeterseli Kitchen PekanbaruMengenaiVariabelKepuasanKonsumen(Y).....	129
Tabel V.21KategoriPenilaian.....	130
Tabel V.22 Hasil Uji Validitas.....	131
Tabel V.23 Hasil Uji Reliabilitas	132
Tabel V.24 Hasil Uji Normalitas Data	133
Tabel V.25 Hasil Uji Glejser.....	135
Tabel V.26 Hasil Uji Multikolinieritas.....	137
Tabel V.27 Hasil Uji Autokorelasi.....	138
Tabel V.28 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	139
Tabel V.29 Hasil Uji Koefisien Determinasi	140
Tabel V.30 Hasil Uji t	141
Tabel V.31 Hasil Uji f	142

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar I.1	Suasana yang disajikan oleh Peterseli Kitchen	4
Gambar II.1	KerangkPikir	42
Gambar IV.1	SrukturOrganisasi.....	83
Gambar V.1	HasilUjiNormalitas	134
Gambar V.2	HasilUjiHeteroskedastisitas	136



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1	DaftarWawancaraPeterseli Kitchen Pekanbaru	150
Lampiran 2	Rekap Identitas Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru.....	158
Lampiran 3	Tabulasi Data Penelitian	165
Lampiran 4	Data Olahan SPSS.....	170
Lampiran 6	Surat Rekomendasi Riset Dan DPMDPTSP	180
Lampiran 7	Dokumentasi Foto Penelitian	183

SURAT PERNYATAAN

Saya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Peserta Ujian Skripsi Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : Wina Angraini
NPM : 177210547
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : “Pengaruh Suasana Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru”

Atas naskah yang didaftarkan pada Ujian Usulan Penelitian ini beserta seluruh Dokumen Persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya mengatakan:

1. Bahwa naskah usulan penelitian adalah benar hasil karya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dengan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administrasi, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas Dan Universitas.
3. Bahwa apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan diatas pernyataan butir 1 dan butir 2 diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian komprehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas Dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan pihak manapun juga.

Pekanbaru, 25 November 2021
Pelaku Pernyataan,

Wina Angraini

**PENGARUH SUASANA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADAPETERSELI KITCHEN PEKANBARU**

Oleh :

Wina Angraini

ABSTRAK

Café atau restoran sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia dan sudah menjadi kebutuhan. Salah satu café atau restoran yang merasakan persaingan tersebut adalah Peterseli Kitcen Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Suasana Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosumen. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru sebanyak 99 konsumen dengan menggunakan Rumus Slovin. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode observasi, kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Accidental Sampling*,

Hasil uji t dalam penelitian ini diperoleh bahwa suasana(X_1) dengan thitung (3.810) > ttabel(1,984) dengan sig (0,000) < 0,05 dan kualitas pelayanan(X_2) dengan thitung (25,533) > ttabel(1,984) dengan sig (0,000) < 0,05. Dapat disimpulkan bahwa suasana(X_1) dan kualitas pelayanan(X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y). Dan reabilitas di atas 0,60 yang berarti reliabel. Kemudian, koefisien determinasi(r^2) adalah 0,873 atau dibulatkan menjadi 87,3% artinya bahwa suasana(X_1) dan kualitas pelayanan(X_2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen(Y), sedangkan sisanya 12,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Suasana, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen*

THE INFLUENCE OF ATTEMPT AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION IN PEKANBARU KITCHEN PASSIE

Oleh :

Wina Angraini

Café or restaurant has become an inseparable part of human life and has become a necessity. One of the cafes or restaurants that feel the competition is Parsley Kitcen Pekanbaru. This study aims to determine and analyze the effect of Atmosphere and Service Quality on Consumer Satisfaction. The population in this study were 99 consumers of kitchen parsley in Pekanbaru using the Slovin formula. This study uses a quantitative method with the method of observation, questionnaires and documentation. The sampling technique used in this study is Accidental Sampling,

The results of the t test in this study showed that the atmosphere (X1) with t count (3,810) > t table (1,984) with sig (0,000) < 0,05 and service quality (X2) with t count (25,533) > t table (1,984) with sig (0.000) < 0.05 . It can be concluded that the atmosphere (X1) and service quality (X2) have a significant effect on customer satisfaction (Y). And reliability is above 0.60 which means reliable. Then, the coefficient of determination (R2) is 0.873 or rounded to 87.3% meaning that the atmosphere (X1) and service quality (X2) affect consumer satisfaction (Y), while the remaining 12.7% is influenced by other variables not examined in this study. this research.

Keywords: Atmosphere, Service Quality, Consumer Satisf

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu dan teknologi saat ini sudah semakin pesat, bukan hanya berpengaruh pada sector pendidikan, sector ekonomi dan budaya juga ikut terpengaruh. Perubahan kebudayaan juga tidak dapat kita hindari, salah satu perubahan budaya yang terjadi saat ini adalah makanan siap saji yang sebelumnya diindonesia minim, akan tetapi seiring perkembangan zaman makanan siap saji mulai banyak bermunculan dan banyak dijual diindonesia. Dari berbagai macam bidang bisnis yang beraneka ragam, bidang bisnis kuliner yang paling banyak diminati oleh masyarakat.

Fenomena yang berkembang pada masyarakat Indonesia yaitu adanya kecenderungan terjadinya perubahan gaya hidup (*life style*), yang berakibat dari ekspansi industry pangan. Pada umumnya makanan dikonsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan yang paling mendasar, namun seiring dengan perkembangan zaman serta perekonomian yang sudah semakin maju. Tempat makan dan cara penyajiannya pun juga beragam dan lebih bervariasi sesuai dengan selera dari masing-masing individu untuk mencukupi salah satu kebutuhan primernya. Dari mulai kedai, warung, *café* hingga restoran mewah menjadi pilihan alternative yang ditawarkan oleh pengelola usaha bisnis makanan kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhannya.

Persaingan yang semakin ketat ini menyebabkan para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja restoran dengan melakukan usaha pelayanan

yang terbaik kepada konsumennya agar dapat bersaing di pasar. Di Indonesia sekarang ini sudah banyak bermunculannya restoran cepat saji baik yang berasal dari dalam negeri maupun restoran waralaba dari luar negeri. Seperti di daerah kota-kota yang mempunyai tempat yang strategis untuk mengembangkan bisnis kuliner.

Kota pekanbaru adalah salah satu contoh tempat yang strategis untuk membangun usaha kuliner, hal ini dikarenakan masyarakat kota pekanbaru mengikuti perkembangan jaman yang menjadikan tempat tempat kuliner menjadi salah satu tempat yang asik buat nongkrong dan lain-lain. Bisnis kuliner merupakan bidang bisnis yang mempunyai banyak resiko, namun juga memiliki keuntungan yang menjanjikan.

Café / restoran adalah istilah yang umum digunakan untuk menyebut suatu tempat usaha yang menyajikan berbagai macam jenis hidangan mewah kepada konsumennya dan juga menyediakan tempat untuk dapat menikmati hidangan menu makanan dan minuman serta pelayanannya. Café / restoran pun kini tidak hanya sebagai tempat makan atau istirahat, tetapi juga menjadi trend bagi masyarakat terutama dikalangan anak muda / remaja yang menjadikan café / restoran sebagai tempat kumpul-kumpul.

Agar tetap bisa bersaing dan terus berkembang tentu café/ restoran tersebut harus menyajikan hidangan dengan cita rasa yang enak sehingga membuat konsumen mau kembali lagi dan lagi. Bukan hanya cita rasa makanan dan minuman saja sebagai penarik daya minat konsumen, tetapi juga dengan

design dan suasana yang nyaman serta pelayanan yang baik sehingga konsumen senang berada ditempat tersebut.

Salah satu café/restoran terkenal di Pekanbaru adalah Peterseli Kitchen yang berada di jalan Pattimura, Cinta Raja, Sail, Pekanbaru Riau 28131. Peterseli Kitchen memberikan suasana yang nyaman seperti memberikan pencahayaan yang cukup, kursi dan meja yang nyaman, aroma ruangan yang enak, pendingin ruangan yang pas dan dekorasi yang tertata dengan baik dan rapi. Peterseli Kitchen juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Peterseli Kitchen juga termasuk salah satu tempat yang sering dikunjungi para orang-orang yang suka explore makanan.

Tabel I.1
Jumlah Kunjungan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Riau

No.	Tahun	Jumlah Orang
1.	2018	2.768
2.	2019	5.246
3.	2020	2.698

Sumber : Peterseli Kitchen Pekanbaru, Tahun 2021

Dilihat dari tabel I.1 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pengunjung di Peterseli Kitchen Pekanbaru dan 3 tahun terakhir mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 jumlah orang yang berkunjung adalah 2.768 orang, kemudian pada tahun 2019 mengalami kenaikan dengan jumlah orang yang berkunjung adalah 5.246 orang, dan pada tahun 2020 kembali mengalami penurunan dengan jumlah pengunjung 2.698 orang yang diakibatkan oleh dampak dari covid-19.

Gambar 1.1

Suasana yang disajikan oleh Peterseli Kitchen





Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021

Pada gambar I.1 di atas merupakan suasana yang diberikan oleh Peterseli Kitchen agar dapat membuat para konsumennya merasanya nyaman, senang dan puas. Dapat dilihat bahwa Peterseli Kitchen memberikan accent simple dan minimalis dengan menggunakan kursi dan meja yang disesuaikan sehingga para konsumen nyaman, dan juga memberikan pencahayaan yang tidak begitu gelap atau pun begitu terang. Peterseli kitchen juga menyediakan tempat duduk out door untuk pada tamu yang ingin menikmati angin langsung dari alam atau ingin melihat pemandangan diluar.

Bukan hanya pecahayaan, kursi dan meja yang nyaman, Peterseli Kitchen juga memberikan aroma ruangan atau wewangian agar membuat konsumen yang datang juga merasa senang dan rileks dan juga tidak ketinggalan memberikan music untuk membuat suasana dapat lebih asik dan dinikmati oleh konsumen. Untuk membuat konsumen merasa puas bukan hanya suasana yang bagus dan nyaman tetapi kualitas pelayanan juga turut mendukung agar konsumen merasa puas.

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan membuat konsumen menjadi royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap puas atau tidaknya konsumen. Kualitas yang buruk atau tidak baik akan mengakibatkan konsumen tidak puas dan hal itu dapat berdampak pada perusahaan tersebut. Terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi tolak ukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan. Ketika seorang konsumen telah menemukan produk yang diinginkannya, masih terdapat beberapa hal lain yang menjadi pertimbangan. Seperti misalnya pertimbangan harga barang, kualitas barang, atau tentang tingkat kualitas pelayanan yang baik terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan menjadi sangat penting dikarenakan berdampak langsung terhadap citra perusahaan.

Dengan meningkatkan suasana dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga konsumen merasa senang dan merasa dihargai. Dengan begitu konsumen akan dengan senang hati untuk kembali lagi dan lagi.

Suasana merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan karena merupakan atmosphere yang secara langsung di rasakan oleh konsumen. Kotler & Keller (2000:135), atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Atmosfer dalam sebuah restoran dapat mempengaruhi emosi dan perasaan konsumen sehingga dapat terjadi proses pembelian. Suasana cafe yang tercipta melalui eksterior dan interior, suara atau musik, penerangan lainnya pada akhirnya dapat membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen.

Membuat konsumen puas dan tertarik adalah salah satu tujuan awal dan selanjutnya pasti bertujuan untuk mendorong hasrat konsumen untuk membeli. *Store atmosphere* yang ditawarkan oleh produsen, jika ditanggapi dengan positif oleh konsumen akan memperoleh peluang besar bagi tempat tersebut untuk dikunjungi. Menurut Levy dan Weitz (2001:530) “*Atmospherics refer to design of an environment through visual communications, lighting, colors, music, and scent that stimulate costumers perceptual and emotional responses and ultimately affect their purchase behavior*” yang artinya “Suasana yang mengacu pada desain dari lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma yang merangsang pelanggan secara perseptual dan emosional serta pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka”. Dapat

diasumsikan bahwa penilaian atau tanggapan konsumen terhadap *store atmosphere* akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Salah satu yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan konsumen adalah *store atmosphere* yang menarik.

“Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya” (Umar, 2005:65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kemudian menurut Salomon (dalam Rizan & Arrasyid, 2008:136) berpendapat bahwa “kepuasan konsumen dibentuk melalui keseluruhan perasaan atau perilaku seseorang tentang sebuah produk atau jasa setelah membeli dan mengonsumsinya”.

Terpenuhinya kebutuhan seorang konsumen dapat menimbulkan kepuasan kepada konsumen tersebut. Kepuasan konsumen tergantung dari apa yang didapatkan oleh konsumen ketika mendapatkan suatu pelayanan yang baik yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut schnaar (2000) pada dasarnya tujuan suatu usaha adalah untuk menciptakan kepuasan para pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, menjadikan konsumen balik lagi untuk pembelian ulang sesuai dengan kebutuhan, dan menciptakan loyalitas pelanggan serta menjadikan saranan rekomendasi bagi konsumen lain dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan

bagi perusahaan. Menurut Sugiharto (2007) menyatakan bahwa kepuasan konsumen akan menentukan keberhasilan manfaat dari pelanggan.

Kepuasan konsumen dapat terjadi apabila harapan benar-benar terwujud. Apabila konsumen puas, maka konsumen akan kembali membeli produk kita dan memberitahukan hal tersebut kepada orang lain.

Kota Pekanbaru merupakan ibukota Provinsi Riau yang mana sudah tumbuh dan berkembang, begitu juga dengan bisnis waralaba café atau resto yang sudah memiliki kepercayaan dan mutu yang menjadi pusat pengembangan ekonomi perdagangan dan industri jasa dan juga meningkatkan pendapatan perkapita penduduk kota Pekanbaru. Bisnis café atau resto di Pekanbaru memiliki peluang yang besar, dengan begitu membawa dampak semakin banyaknya pelaku bisnis yang bermunculan.

Tabel 1.2
Daftar Café Resto Yang Banyak Diminati Di Pekanbaru

No. (1)	Nama café (2)	Alamat (3)
1	Peterseli Kitchen	Jalan Gatot Subroto No.47, Kota Tinggi Pekanbaru Kota
2	Pondok Gurih	Jl.Jenderal Sudirman, No. 202 Riau
3	Sky Garden Lounge and Resto	12 th Floor, The Peak Pekanbaru Hotel & Apartment No.81,Jl.Jendral Ahmad Yani
4	Tong Susu Cafe Sudirman	Jl. Jend. Sudirman No.79, Tengkerang Utara, Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau 28282
5	Uncle K	Mall SKA City, Delima, Tampan, Kota Pekanbaru
6	Mr. Brewok Dining Room	Jalan Sudirman No 321
7	Jimbaran Pool Resto & BBQ	Jl. Putri Indah Gg. Damai Blk. B No. 01

8	Willton cafe & resto	Jl. Riau No.58, Kp. Baru, Kec. Senapelan, Kota Pekanbaru, Riau 28155
9	Koki Sunda	Jl. Jendral Sudirman, Tengkerang Tengah, Marpoyan Damai
10	Krema Koffie	Jl. Rajawali/ Gardenia Sukajadi, Harjosasi, Kota Pekanbaru, Riau.

Sumber : <https://www.topijelajah.com>

Berdasarkan table 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa di Kota Pekanbaru saat ini sudah banyak café/ restoran yang berkembang dan banyak diminati oleh masyarakat pekanbaru terutama dikalangan anak muda dan para pekerja. Disetiap masing-masing café/restoran yang disebutkan diatas menyajikan suasana yang berbeda-beda dan kualitas pelayanan yang berbd-a-beda pula. Oleh karna itu café/ restoran harus berlomba-lomba menciptakan produk dan suasana baru yang sesuai dengan masa kini untuk menarik daya minat pembeli dan juga untuk merebut pangsa pasar dengan cara memberikan pelayanan dan menciptakan kenyamanan yang berbeda dengan café/ resto lainnya.

Eksistensi dari café/ resto yang ada dipekanbaru sudah merupakan pemandangan sehari – hari yang khususnya diminati oleh kaum pekerja dan mahasiswa. Salah satu café/ resto yang menarik perhatian saya adalah Peterseli Kitchen Pekanbaru, yang terletak di Jalan Gatot Subroto No.47, Kota Tinggi Pekanbaru Kota.

Dari beberapa penjabaran di atas dapat disimpulkan beberapa fenomena :

1. Suasana yang disediakan oleh Peterseli Kitchen memberikan kesan aesthetic yang kebanyakan diminati oleh orang anak muda hingga dewasa sehingga sedikit pengunjung berkeluarga
2. Peterseli Kitchen juga menampilkan dekorasi yang lebih terlihat

mewah sehingga membuat sebagian orang berfikir untuk berkunjung ke tempat tersebut.

3. Dapat dilihat pada tabel 1.1 yaitu pengunjung di Peterseli Kitchen yang menurun pada tahun 2020 dikarenakan pandemic covid-19 yang terjadi pada saat ini.

Dari uraian-uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai pengaruh suasana dan kualitas produk pada konsumen dengan judul :**“Pengaruh Suasana dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru”**

Alasan mengapa penulis mengambil judul tentang pengaruh suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu,(1) Banyaknya café bermunculan dengan menyediakan suasana yang berbeda- beda untuk menarik pengunjung,(2) Di berbagai macam café menyediakan pelayanan yang baik mulai dari yang biasa hingga yang luar biasa dan (3) Dikarenakan kota pekanbaru kurang adanya tempat wisata sehingga banyak orang yang memilih ke café/resto sebagai tempat refreasing

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana suasana pada Peterseli Kitchen Pekanbaru?
2. Bagaimana kualitas pelayanan pada Peterseli Kitchen Pekanbaru?
3. Bagaimana kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru?
4. Apakah suasana berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

pada Peterseli Kitchen Pekanbaru?

6. Apakah suasana dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru?

C. Tujuan dan Kegunaan penelitian

1) Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis suasana pada Peterseli Kitchen Pekanbaru
2. Untuk menganalisis kualitas pelayanan pada Peterseli Kitchen Pekanbaru
3. Untuk menganalisis kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru
4. Untuk menganalisis pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru
6. Untuk menganalisis pengaruh suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru

2) Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan teoritis

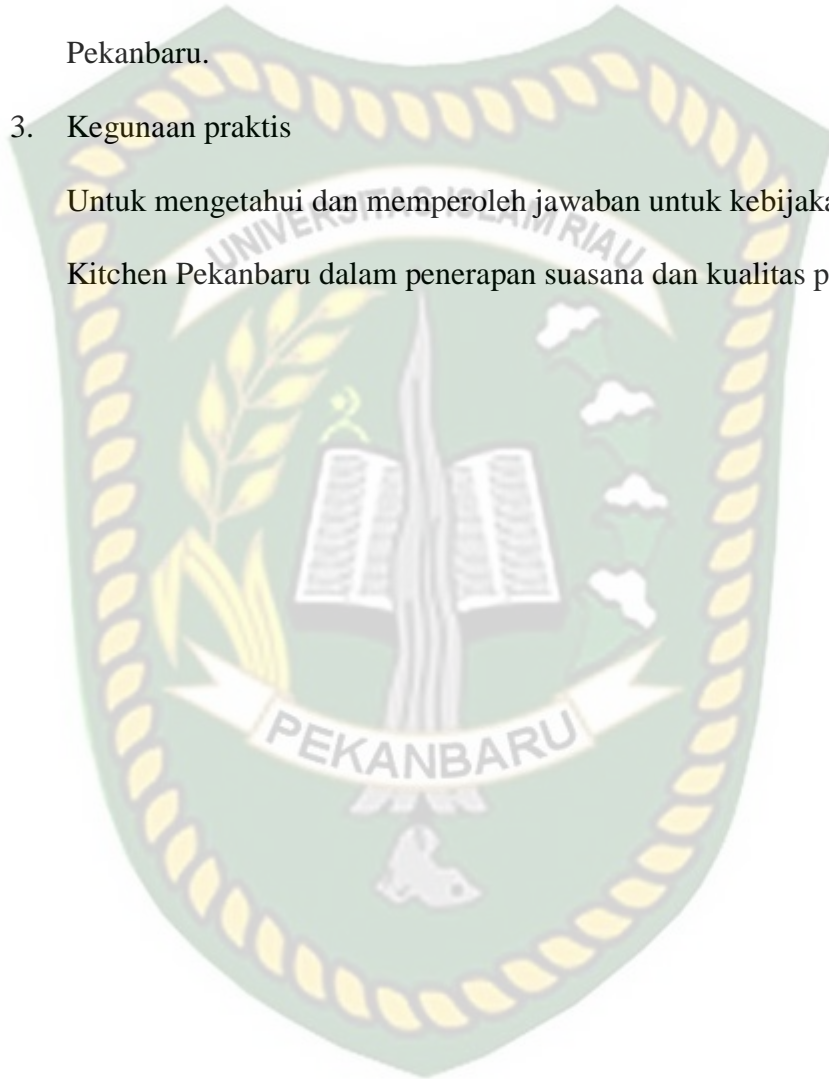
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran yang mengkaji tentang suasana dan kualitas pelayanan

2. Kegunaan akademis

Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang suasana dan kualitas pelayanan di Peterseli Kitchen Pekanbaru.

3. Kegunaan praktis

Untuk mengetahui dan memperoleh jawaban untuk kebijakan Peterseli Kitchen Pekanbaru dalam penerapan suasana dan kualitas pelayanan.



BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Konsep Administrasi

Administrasi berasal dari bahasa Latin : Ad = intensif dan ministrare = melayani, membantu, memenuhi. Administrasi merujuk pada kegiatan atau usaha untuk membantu, melayani, mengarahkan atau mengatur semua kegiatan di dalam mencapai suatu tujuan. Administrasi adalah bisnis dan kegiatan yang berkaitan dengan pelaksanaan kebijakan untuk mencapai tujuan.

Pengertian administrasi secara umum adalah keseluruhan orang atau kelompok orang sebagai suatu kesatuan menjalankan proses kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Administrasi sebagai proses yaitu keseluruhan proses yang berupa kegiatan-kegiatan, pemikiran-pemikiran, pengaturan-pengaturan sejak dari sampai penyelenggaraan sehingga tercapai suatu tujuan. Pengertian administrasi juga dibedakan menjadi 2(dua) yaitu sebagai berikut :

a. Pengertian dalam arti sempit

Administrasi adalah kegiatan yang meliputi catat mencatat, surat menyurat, pembukuan ringan, ketik mengetik, agenda, dan aktivitas lain yang bersifat teknis ketatausahaan.

b. Pengertian dalam arti luas

Administrasi adalah seluruh proses kerjasama dari dua orang atau lebih agar dapat tercapai tujuan melalui pemanfaatan sarana dan prasarana tertentu secara berdaya guna dan berhasil guna.

Menurut Liang Gie dalam Ali Mufiz(2004:1.4) bahwa “administrasi adalah suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam bentuk kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu”. Sehingga dengan demikian Ilmu Administrasi dapat diartikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari proses, kegiatan dan dinamika kerjasama manusia.

Beberapa pendapat para ahli tentang pengertian administrasi, menurut Siagian(2001:4) bahwa“Administrasi adalah keseluruhan proses kerjasama antara duaorang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.

Definisi tersebut memberikan beberapa hal, yaitu :

1. Administrasi adalah sebagai seni adalah suatu proses diketahui hanya permulaanya sedangkan akhirnya tidak diketahui.
2. Administrasi mempunyai unsure tertentu yaitu adanya dua manusia atau lebih adanya tujuan yang hendak di capai, adanya tugas yang harus dilaksanakan, adanya peralatan dan perlengkapan untuk melaksanakan tugas-tugas , termasuk pula waktu, tempat, peralatan materi, serta sarana lainnya.
3. Administrasi sebagai proses kerjasama bukan merupakan hal yang baru karena ia telah timbul bersama-sama dengan timbulnya peradaban manusia.

Berdasarkan uraian dan definisi diatas dapat kita simpulkan bahwa administrasi adalah semua kegiatan yang dilakukan dengan kerjasama didalam suatu organisasi yang berdasarkan rencana yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan.

2. **Konsep Administrasi Bisnis**

Administrasi bisnis atau sering disebut dengan administrasi niaga adalah suatu bidang studi khusus yang mempelajari segala sesuatu yang terkait dengan kegiatan operasional bisnis dan perusahaan.

Administrasi bisnis atau administrasi niaga adalah proses pengelolaan perusahaan atau organisasi guna menjaga kestabilan dan perkembangannya. Tujuan dari administrasi bisnis adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Administrasi bisnis lebih mengutamakan efisiensi ekonomi dibandingkan prosedur yang berlaku. Manfaat dari administrasi bisnis hanya untuk kepentingan perseorangan dan kelompok tertentu. Prinsip penyelenggaraannya adalah persaingan bebas.

Ilmu administrasi bisnis memiliki objek, subjek, dan metode. Objek administrasi bisnis adalah manusia dan perilakunya, subjek yang dipelajari dalam administrasi bisnis adalah bentuk, bagian, dan mekanisme kerja sama, sedangkan metode yaitu cara atau ide yang dikembangkan dalam upaya mencapai tujuan kerja sama yang dilakukan. Menurut Admosudidjo administrasi bisnis adalah suatu organisasi niaga secara keseluruhan dan

mengejar tercapainya tujuan-tujuan yang bersifat bisnis objektif, dan administrasi niaga tersebut dijalankan oleh setiap manager dalam suatu organisasi niaga.

Menurut Sukarno dan Lubis administrasi bisnis/niaga yaitu “kegiatan dibidang produksi, transportasi, asuransi perbankan, dan lain-lain, di bidang perusahaan swasta”.

Menurut Sheldo dan Urwik, Administrasi Niaga adalah “industri yang berkaitan dengan penetapan kebijakan perusahaan, koordinasi produksi, keuangan dan distribusi, penentuan arah organisasi dan kontrol tertinggi eksekutif”.

- **Ciri-Ciri Administrasi Bisnis**

Administrasi bisnis dapat kita kenali dari karakteristiknya. Mengacu pada pengertian administrasi bisnis di atas, berikut ini adalah ciri-ciri administrasi bisnis secara umum:

- a) Terdiri Dari Dua Orang atau Lebih
- b) Terjadi Kerjasama
- c) Terdapat Proses dan Usaha
- d) Adanya Bimbingan dan Pengawasan
- e) Mempunyai Tujuan

3. Konsep Organisasi

Organisasi merupakan wadah atau tempat berkumpulnya orang dengan 3 sistematis, dipimpin, terkontrol, terencana, rasional dalam memanfaatkan segala sumber daya baik dengan metode, material, lingkungan dan uang serta sarana dan prasarana, dan lain sebagainya dengan efisien dan efektif untuk bisa mencapai tujuan organisasi.

Menurut Oliver Sheldon (1923) : *”Organization is the process of so combining the work which individuals or groups have to perform with the faculties necessary for its execution that the duties, so formed, provide the best channel for the efficient, systematic, positive, and co-ordinated application of the available effort”* artinya organisasi adalah proses penggabungan pekerjaan yang para individu atau kelompok-kelompok harus melakukan dengan bakat-bakat yang diperlukan untuk melakukan tugas-tugas, sedemikian rupa, memberikan saluran terbaik untuk pemakaian yang efisien, sistematis, positif, dan terkoordinasi dari usaha tersedia.

Menurut Edgar Schein(1973) suatu organisasi adalah koordinasi yang rasional dari aktivitas-aktivitas sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan yang jelas, pembagian kerja dan fungsi, dan melalui jenjang wewenang dan tanggung jawab.

Menurut Cyril Soffer(1973) *“Organization are associations of person, each of whom is allocated a specific role in a work system and division of labor is which work is divided into subtask, distributed between roles, and subsequently combined into some form of output.(organization as a role*

system) artinya organisasi adalah perserikatan orang, yang masing-masing diberi peranan tertentu dalam suatu system kerja dan pembagian kerja dalam mana pekerjaan dibagi menjadi rincian tugas, diberikan di antara pemegang peranan, dan kemudian digabung ke dalam beberapa bentuk hasil. (organisasi sebagai suatu system peranan)”.

Organisasi bukanlah sekedar kumpulan orang dan pula sekedar pembagian kerja, karena pembagian kerja hanyalah salah satu asas organisasi. Salah satu asas tidaklah dapat menjadi pengertian umum, atau dengan perkataan lain arti sebagian tidak dapat menjadi arti keseluruhan. Dengan demikian pandangan yang tepat tentang pengertian organisasi adalah yang mengangap organisasi sebagai suatu system kerjasama, system hubungan, system sosial.

- **Manfaat Organisasi**

Berikut merupakan beberapa manfaat dari organisasi :

1. Meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi.
2. Dapat mencapai tujuan
3. Menjadi motivasi dalam membangkitkan jiwa pemimpin
4. Mampu memecahkan masalah yang ada
5. Memperluas wawasan yang dimiliki
6. Memperluas pergaulan dan mengatur waktu
7. Memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi
8. Memiliki mental yang kuat pada saat menghadapi tekanan

- **Fungsi yang didapatkan dalam berorganisasi**

Selain pengertian organisasi dan manfaat dari organisasi tersebut, ada pula fungsi organisasi yang harus diketahui. Sama halnya dengan manfaat organisasi, fungsi organisasi juga memiliki dampak yang positif bagi para pelakunya. Berikut ini merupakan paparan mengenai fungsi yang didapatkan dalam berorganisasi :

1. Memberikan arahan
2. Meningkatkan skill
3. Mendapatkan pengalaman baru
4. Mampu artikulasi dan agregasi
5. Norma dan rekrutmen

4. Konsep Manajemen

Manajemen adalah bekerja dengan orang – orang untuk mencapai tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penyusunan personalia atau kepegawaia (*staffing*), pengarahan dan kepemimpinan (*leading*), dan pengawasan (*controlling*). Manajemen adalah suatu proses yang khas, yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran – sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Kesimpulan bahwa manajemen sebagai ilmu dan seni dalam melakukan tindakan perencanaan, pengorganisasian, pergerakan,

penyusunan personalia, dan pengendalian secara terarah melalui pemanfaatan sumber daya lainnya mencapai suatu tujuan tertentu.

Menurut Andrew menyatakan bahwa “manajemen pada umumnya dikaitkan dengan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa secara efisien”.

Secara etimologi, definisi manajemen adalah sebuah seni mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan utama sebuah organisasi atau bisnis melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, dan pengawasan sumber daya dengan cara yang efektif dan efisien.

Sedangkan menurut Handoko(2000:10) menyatakan bahwa “Manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan, dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan, fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, personalia, pengarahan, kepemimpinan dan pengawasan”.

Sedangkan menurut Terry dalam bukunya “Principle of Manajemen” menyatakan bahwa “manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lain nya”.

- **Fungsi manajemen**

Menurut Hendry Fayol dan GR Terry menyebutkan terdapat 4(empat) fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.

a. Perencanaan

Fungsi manajemen planning atau perencanaan merupakan fungsi utama dari sebuah manajemen dalam organisasi. Tanpa perencanaan, fungsi lain dalam manajemen tidak dapat berjalan dengan baik. Dalam hal ini manajemen berfungsi untuk menyusun strategi awal dalam mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Seorang manajer akan mengevaluasi rencana sebelum mengambil tindakan dan kemudian memilih rencana manakah yang paling cocok digunakan. Sebagai sebuah system, manajemen akan memulai rangkaian-rangkaian yang akan memberikan dampak bagi sebuah organisasi. Dengan perencanaan yang baik, akan berpengaruh pada tujuan yang efektif dan efisien.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian dapat dilakukan dengan cara menentukan tugas apa saja yang harus dikerjakan, siapa saja yang harus mengerjakan, bagaimana tugas tersebut dapat dikelompokkan, dan siapa yang bertanggung jawab.

c. Penempatan

Penempatan adalah langkah selanjutnya dari pengorganisasian. Pada fungsi ini, seorang manajer harus mengetahui minat dan kemampuan

seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan. Agar dapat bekerja secara maksimal, seorang manajer harus menempatkan seseorang pada posisi terbaik yang sesuai dengan kemampuannya. Dalam hal ini, seorang manajer harus dapat melihat kemampuan minat dan bakat setiap anggotanya.

d. Pengarahan

Pengarahan atau directing adalah usaha agar setiap anggota kelompok dapat bekerja untuk mencapai sasaran sesuai tujuan perusahaan. Fungsi pengarahan adalah untuk menciptakan lingkungan kerja yang dinamis dan sehat meningkatkan efisien dan efektivitas dalam bekerja. Salah satu contoh kegiatan pengarahan adalah pemberian motivasi kepada anggota kelompok atau memberikan tugas dan penjelasan secara rutin.

e. Pengawasan

Pengawasan atau controlling harus dilakukan agar pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan visi, misi, dan peraturan perusahaan. Fungsi pengawasan dapat digunakan untuk menilai kinerja dengan berpatokan standar yang telah dibuat, juga melakukan perbaikan apabila diperlukan.

5. Konsep Manajemen pemasaran

Kata “manajemen” sering di artikan sebagai sebuah proses rangkaian kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan (controlling) yang dilakukan untuk mencapai tujuan atau target yang telah ditentukan sebelumnya, di dalam suatu perusahaan manajemen mempunyai

arti penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Berikut pengertian manajemen pemasaran menurut beberapa ahli.

Menurut Philip Kotler, “Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran untuk tujuan mencapai tujuan organisasi. Ini sangat bergantung pada perancangan organisasi yang menawarkan dalam hal target kebutuhan pasar dan keinginan dan menggunakan harga, komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk menginformasikan, memotivasi dan melayani pasar. “

“Selalu akan ada, bisa diasumsikan, dibutuhkan untuk beberapa penjualan. Tetapi tujuan pemasaran adalah untuk membuat penjualan lebih baik dari waktu ke waktu. Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau layanan tersebut cocok untuknya dan menjual dirinya sendiri. Idealnya pemasaran harus menghasilkan pelanggan yang siap membeli. Maka yang diperlukan hanyalah membuat produk atau layanan tersedia ”- Peter Drucker.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran ialah alat analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yaitu menciptakan, membangun, mengendalikan, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran pasar dalam rangka menyampaikan produk dan mencapai tujuan utama perusahaan dari pihak produsen ke konsumen yaitu memperoleh laba.

- **Tujuan Manajemen Pemasaran**

1. Menciptakan Permintaan atau Demand
2. Kepuasan Konsumen atau Pelanggan
3. Pangsa Pasar atau Market Share
4. Peningkatan Keuntungan
5. Pencitraan Produk yang Baik di Mata Publik
6. Menciptakan Pelanggan baru
7. Memuaskan Konsumen atau Pelanggan

6. **Konsep Suasana / Atmosfer**

Menurut Kotler dan Keller(2010,p.177) mengatakan bahwa *store atmosphere* merupakan unsur lain yang dimiliki toko. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya.Setiap toko mempunyai penampilan.Toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli.

Dalam Hashim(2011), Turley dan Milliman(2000) menyatakan bahwa “yang termasuk dalam *atmosphere* adalah tampilan, suara, aroma dan sentuhan yang biasa disebut sebagai “*ambience*”. Sedikit berbeda dengan Parpal(2013) yang menjabarkan bahwa “*atmosfir* merupakan salah metode terpenting untuk menciptakan konsep pada restoran. *Atmosfir* restoran secara keseluruhan adalah rasa, pemandangan, pencahayaan, warna, proses pengolahan makanan, suara, dan music”.

Rasa (taste) yang dimaksud adalah rasa yang dihasilkan dari produk makanan yang disajikan dan pemandangan (sight) adalah konsep dari apa yang akan dilihat oleh pelanggan. Pencahayaan (lighting) dapat mempengaruhi suasana hati pelanggan serta suasana secara keseluruhan, sedangkan warna (color) pada restoran dimaksudkan untuk membangkitkan perasaan tertentu dan sebagai pembangkit selera makan. Proses pengolahan makanan (cooking process) dijelaskan apakah proses memasak dapat dilihat atau tidak oleh pelanggan, Suara (sound) merupakan bunyian yang terdengar di restoran yang dapat memberikan efek terhadap atmosfer, sedangkan musik (music) dikatakan dapat memberikan pengaruh pada atmosfer (Parpal, 2013).

Menurut Christina Whidiya Utami (2008 : 127) Atmosfer toko merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperature, musik serta aroma yang menyeluruh akan men-ciptakan citra dalam benak konsumen.

Store Atmosphere menurut Ma'ruf(2006, p. 201) merupakan salah satu *marketingmix* dalam gerai yang berperan penting dalam memikat pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang ingin dimiliki baik untuk keperluan pribadi, maupun untuk keperluan rumah tangga. Sehingga disimpulkan bahwa *store atmosphere* merupakan keseluruhan efek emosional yang diciptakan oleh atribut fisik toko dimana diharapkan mampu memuaskan kedua belah pihak yang terkait, baik retailer maupun para konsumen retail.

Store Atmosphere memiliki elemen-elemen yang semuanya berpengaruh terhadap suasana toko yang ingin diciptakan (Berman dan Evans, 2007, p. 545). Adapun elemen-elemen tersebut akan dijelaskan lengkap sebagai berikut:

1. *Exterior* atau bagian depan toko adalah bagian terkemuka. Dengan mencerminkan keindahan dan kekokohan, maka bagian depan dan bagian luar ini dapat menciptakan kepercayaan dan *goodwill* para konsumen.
2. *General Interior* merupakan suatu bagian toko yang dirancang untuk memaksimalkan visual dari bagian dalam toko.
3. *Store Layout* dirancang sesuai dengan program ruangan yang disusun berdasarkan kebutuhan ruangan yang ada di dalam toko.
4. *Interior Display* merupakan tanda-tanda yang digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen untuk mempengaruhi suasana di sekitar lingkungan toko tersebut, dengan tujuan utama untuk meningkatkan penjualan dan laba toko tersebut.

7. Konsep Kualitas Pelayanan

Maraknya usaha kuliner di Pekanbaru menyebabkan kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan untuk dapat bertahan. Kualitas pelayanan yang melebihi pesaing restoran lain berpeluang lebih besar untuk unggul dari restoran lainnya.

Definisi dari kualitas pelayan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Wyckof dalam Lovelock(2012:335) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Dengan kata lain ada dua factor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expedited service* dan *received*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*expedited service*) sesuai dengan yang diharapkan (*received service*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan bagi pelanggan. Jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buru, bila jasa yang diterima pelanggan sama atau lebih tinggi dari apa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik atau lebih baik.

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah “suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan”.

Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Ketepatan waktu pelayanan, termasuk didalamnya waktu untuk menunggu selama transaksi maupun proses pembayaran.
2. Akurasi pelayanan, yaitu meminimalkan kesalahan dalam pelayanan maupun transaksi.
3. Sopan santun dan keramahan ketika memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
5. Kenyaman konsumen, yaitu seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain sebagainya.

Sedangkan Menurut Philip Kotler, kualitas pelayanan adalah “sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain”. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli / konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku tersebut bertujuan pada tercapainya kepuasan pelanggan itu sendiri. Sebuah pelayanan dapat dilakukan pada saat konsumen memilih produk maupun setelah selesai melakukan transaksi pembelian produk. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi

perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelangan. Kualitas layanan dinilai berdasarkan persepsi konsumen yang membandingkan harapan untuk menerima layanan dan pengalaman yang diperoleh atas layanan yang diterima. Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan gambaran yang baik bagi perusahaan, sebaliknya bila layanan mengecewakan akan tercipta kesan yang buruk bagi penyedia layanan.

Wyckop dalam Ellitan dan Anatan(2007) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan”.

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan dinilai berdasarkan persepsi konsumen yang membandingkan harapan untuk menerima layanan dan pengalaman yang diperoleh atas layanan yang diterima. Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan gambaran yang baik bagi perusahaan, sebaliknya bila layanan mengecewakan akan tercipta kesan yang buruk bagi penyedia layanan.

Zithaml dan Berry(1988) terdapat 5(lima) dimensi dari kualitas pelayanan (dalam Bharwana, Basri dan Mohsin 2013) :

1. *Tangibel* (wujud) :yaitu penampilan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti

nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. *Reliability* (keandalan) :yaitu kemampuan pegawai untuk memberikan jasa yang telah dijanjikan dengan harapan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap) :yaitu bagaimana perusahaan mampu melayani apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan cepat dan tepat.
4. *Assurance*(kepastian) :yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, untuk menimbulkan rasa percaya terhadap perusahaan.
5. *Empathy* (empati) :yaitu kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam ukuran apapun, memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada Konsumen dapat meningkatkan kepuasan Konsumen.

Keberhasilan dalam memberikan pelayanan sangat di pengaruhi oleh bagaimana sikap karyawan dalam melayani konsumen dan membuat mereka puas.Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) dalam membeli produk yang ditawarkan oleh Peterseli Kitchen dapat tercapai. Tercapainya kepuasan konsumen maka tujuan Peterseli Kitchen dalam meningkatkan volume penjualan akan ikut tercapai.

8. Konsep Kepuasan Konsumen

Menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja (yang diterima). Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. Terciptanya kepuasan di hati konsumen sangat bermanfaat bagi tumbuhnya loyalitas/kesetiaan merek. Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan yang timbul sebagai hasil penilaian terhadap pengalaman dalam pemakaian suatu produk atau jasa.

Definisi kepuasan konsumen sudah banyak dikemukakan oleh beberapa ahli seperti Kotler dan Keller (2016) mengemukakan pengertian dari kepuasan konsumen yaitu "perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan (atau hasil) produk atau layanan dengan ekspektasi". Seperti yang telah dipaparkan oleh Kotler dan Keller (2016) ekspektasi konsumen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda atas pembelian barang atau pengalaman dalam menggunakan jasa. Persepsi konsumen atau pelanggan atas kualitas jasa akan berpengaruh terhadap unsur kepuasan atau ketidakpuasan yang menyebabkan adanya celah antara harapan dan kenyataan yang terjadi bila menggunakan atau mengonsumsi

suatu produk atau jasa atau evaluasi persepsi dari proses penilaian dimana konsumen membandingkan harapannya dengan jasa yang dirasakannya setelah menggunakannya ternyata sama atau lebih dari hadapannya, maka konsumen akan merasa puas.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah sebagai tanggapan pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan setelah pemakaian atau mengonsumsi suatu produk dan jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong(2001:9) “Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira”.

Menurut Zeithaml dan Bitner(2000:75) menyatakan bahwa secara tradisional pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan (*expectation*) dan persepsi (*perceived performance*). Pengertian ini didasarkan pada ”*disconfirmation paradigma*” dari Oliver(1980) menyatakan bahwa ”*Satisfaction is the consumer's fulfillment response. It is a judgment that a product or service feature, of the product or service itself, provides a pleasurable level of consumption-related fulfillment* ”. Juran(1992) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan.

Lovelock(2010), Zeithaml dan Bitner(2010), Kotler dan Keller(2012) menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat emosi dari pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa kemudian membandingkan kinerja produk dengan harapan dimana alternatif pilihan dapat kurang atau sama dengan harapannya. Bila sama atau lebih berarti konsumen akan merasa puas, demikian pula sebaliknya apabila kurang, maka konsumen akan merasa tidak puas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian tentang kinerja suatu produk atau jasa setelah pembelian dan pemakaian dengan membandingkan antara imbalan yang diperoleh dengan biaya pembelian atau pengorbanan yang dilakukan melebihi dai harapan pelanggan.

- **Indikator – indikator Kepuasan Konsumen**

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono(2014 :101) indikator pembentuk kepuasna konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen, meliputi :

- a. Informasi yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen jelas.
- b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait, meliputi :

- a. Berminat untuk berkunjung kembali karena kinerja karyawan yang baik.
- b. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3. Kesediaan Merekomendasi

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga, meliputi :

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas yang disediakan memadai.

Kepuasan pelanggan menempati posisi penting dalam praktek bisnis karena manfaat yang dapat ditimbulkannya pada perusahaan, yaitu :

- Pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal.
- Kepuasan merupakan factor yang akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.
- Kepuasan konsumen terhadap perilaku adalah konsumen yang puas cenderung untuk mempertimbangkan penyedia jasa yang mampu

memuaskan sebagai pertimbangan pertama bila ingin membeli produk atau jasa yang sama.

- **Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Zeithmal dan Bitner(2003) mengemukakan bahwa “kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- 4) Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
- 5) Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi”.

9. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat analisis dan kesimpulan yang akan dibuat dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu, sebagai berikut:



Tabel II.1

Penelitian Terdahulu

No. (1)	Penulis (2)	Judul (3)	Variabel (4)	Hasil Penelitian (5)	Persamaan (6)	Perbedaan (7)
1.	Fauzian Akbar dan Putu Nina Widiawati, Vol. 6, No.2 Agustus 2019	Pengaruh Store Atmosphere An Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Stadium Esport Arena	Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>store atmosphere</i> secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 12%, besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara parsial berpengaruh signifikan adalah sebesar 45%. Jadi, total keseluruhan pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1), Kualitas Pelayanan (X2), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara bersama-sama	Persamaan Penelitiannya dengan penulis adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh suasana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya

				adalah sebesar 57%		
2.	Dionisius Apecilus Nggaur	Pengaruh Harga, Suasana Café Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator	Harga, Suasana Café, Kuslitas Pelayanan, Loyalias Konsumen Dan Kepuasan Konsumen	Hasil penelitan menunjukkan bahwa: 1) harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 2) suasana café berpengaruh terhadap loyalitas konsumen3) kualitas pelayanan berpengaruh erhadap loyalitas konsumen, 4) kepuasan konsumen tidak memoderasi pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen, 5) kepuasan konsumen tidakmemoderasipengaruhsuasanac afeterhadaployalitaskonsumen,6)kepuasan konsumen memoderasi (memperlemah) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, cafe	Persamaan penelitiannya sama penulis adalah sama-sama meneliti tentang suasana, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya

				Bjongngopi Yogyakarta.		
3.	Euis Heryati, Vo.12 ,No. 1 Maret 2015	Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan HypermartPuri Jakarta	Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere Private Brand, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan	Hasil penelitian, variabel Kualitas pelayanan, <i>Store Atmosphere</i> , <i>Private Brand</i> berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil Koefisien determinasi (R Squar) adalah sebesar 0.300, artinya 30,0% perubahan pada kepuasan dapat dijelaskan oleh X1,X2 dan X3 tetapi sisanya oleh faktor lain. Pada Variabel Loyalitas <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Private Label</i> tidak berpengaruh secara langsung kecuali Kualitas Pelayanan. Implikasi dari hasil penelitian ini, maka perlu dilakukan peningkatan kualitas variabel <i>Store Atmosphere</i>	Persamaan penelitiannya sama penulis adalah sama-sama meneliti tentang suasana, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya

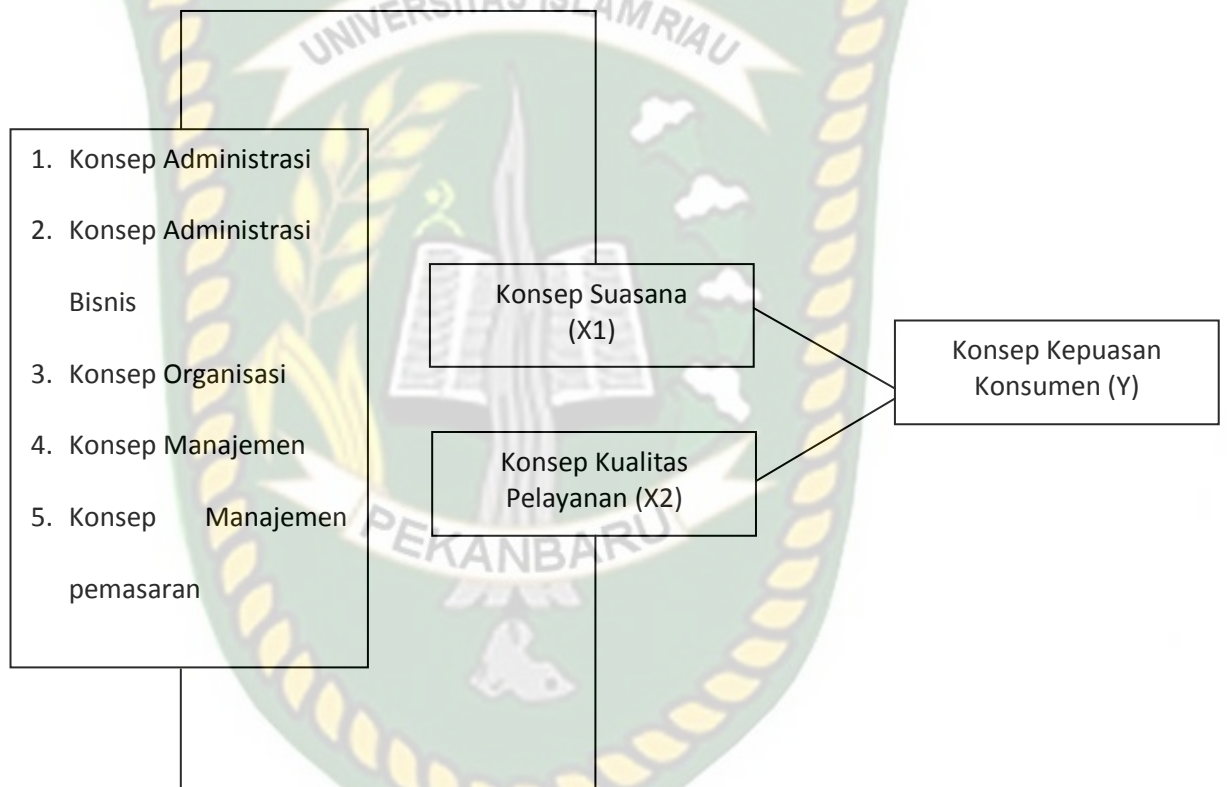
				dan <i>Private Label</i> karena pelanggan menilai kedua variabel ini relatif rendah kualitasnya.		
4.	Santika Devi, Suharyono dan Dahlan Fanani, Vol. 52, No.1 November 2017	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan <i>Cafe Otw Food Street Malang</i>)	Store Atmosphere, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan	Hasil menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yaitu <i>Store Atmosphere</i> dan Kualitas produk baik secara bersama-sama maupun secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Kualitas Produk merupakan variabel yang paling dominan dalam memberikan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan.	Persamaan penelitiannya sama penulis adalah sama-sama meneliti tentang suasana dan kepuasan konsumen	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat penelitiannya
5.	Maria Kristiana, Vol. 01, No.01 Tahun	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan Kualitas Layanan Terhadap	Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan Dan	Bahwa <i>store atmosphere</i> berpengaruh terhadap kepuasan konsumen <i>Cafe Heerlijk Gelato</i> Perpustakaan Bank Indonesia	Persamaan penelitian sama penulis adalah sama-sama	Perbedaan penelitiannya dengan penulis adalah tempat

	2017	Kepuasan Konsumen <i>Cafe Heerlijk Gelato</i> Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya	Kepuasan Konsumen	Surabaya, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen <i>Cafe Heerlijk Gelato</i> Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya, secara simultan <i>store atmosphere</i> dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen <i>Cafe Heerlijk Gelato</i> Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya.	meneliti tentang suasana, kualitas pelayanan dan kepuasna kosumen	penelitiannya
--	------	--	----------------------	---	---	---------------

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2021

B. Kerangka Pikir

Berdasarkan kajian pustaka diatas mengenai pengaruh harga, suasana cafe dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderator maka penulis merumuskan kerangka konseptual yang dapat mempermudah pembaca dalam memahami proposal penelitian ini :



Gambar II.1 Kerangka Pikir

C. Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya.

- A. Diduga suasana dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru
- B. Diduga suasana berpengaruh secara signifikan kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru
- C. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru

D. Konsep Operasional

Untuk mempermudah dalam penelitian maka penulis menggambarkan terlebih dahulu mengenai konsep operasional yang berhubungan dengan judul penelitian ini, dimana penulis mengoperasionalkan konsep-konsep tersebut sebagai berikut :

1. Administrasi adalah segala sesuatu rangkaian kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan dengan memanfaatkan suatu organisasi merupakan satu kesatuan yang tidak pernah bias dipisahkan.
2. Administrasi bisnis adalah proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang memiliki tujuan bersama didalam dunia industry atau dunia
3. perniagaan, proses kerjasama tersebut telah tersusun secara sistematis.

4. Manajemen adalah sebuah seni mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan utama sebuah organisasi atau bisnis melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, dan pengawasan sumber daya dengan cara yang efektif dan efisien.
5. Suasana adalah keadaan sekitar sesuatu atau dalam lingkungan sesuatu yang tercipta melalui eksterior dan interior, suara atau music, penerangan dan lainnya.
6. Pelayanan adalah pelayanan merupakan segala usaha atau kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan orang lain.
7. Kualitas pelayanan adalah Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.
8. Peterseli Kitchen Pekanbaru adalah satu café & resto yang memjual produk makanan dan minuman yang terletak di Jalan Gatot Subroto No.47, Kota Tinggi Pekanbaru Kota.

E. Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel yang akan diteliti, yaitu suasana (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sebagai variabel bebas, serta kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat. Berikut ini adalah tabel mengenai konsep dan indikator variabel penelitian :

Tabel II.2
Operasional Variabel

No (1)	Konsep (2)	Variabel (3)	Indikator (4)	Sub Indikator (5)	Skala (6)
1.	Suasana yang mengacu pada desain dari lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma yang merangsang pelanggan secara perseptual dan emosional serta pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian mereka (Levy dan Weitz ,2001:576)	Suasana (variabel x)	1. Exterior (Interior Luar) 2. General Interior (Interior Umum) 3. Room Layout (Tata Ruang) 4. Display (Tampilan) (Berman dan Evans, (2007, p. 545)	1. Logo 2. Area parkir yang luas dan aman 3. Bangunan yang bagus dan kokoh 4. Pintu masuk 5. Aroma 6. Music 7. Pencahayaan 8. Kebersihan 9. Penempatan meja 10. Jarak antar meja 11. Dekorasi yang elegan 12. Dekorasi yang tersusun rapi	Ordinal
2.	Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas	Kualitas Pelayanan (variabel x)	5. Tangibel (Bukti fisik)	13. Penampilan karyawan 14. Fasilitas yang bersih 15. Berbagai macam	Ordinal

	tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Lovelock, 2001:335)			pembayaran ATM	
			6. Reability (Kehandalan)	16. Kecepatan karyawan 17. Pelayanan dari awal hingga akhir	
			7. Responsivene ss (daya tanggap)	18. Sikap ramah karyawan 19. Kesiediaan Membantu	
			8. Assurance (Jaminan)	20. Jaminan saat bertransaksi 21. Rasa aman	
			9. Emphaty (Perhatian) Zithaml dan Berry (1988)	22. Perhatian yang Baik 23. Memperhatikan kebutuhan pelanggan	
3.	Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat emosi dari pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa keudian	Kepuasan Konsumen (variabel y)	10. Kesesuaian Harapan 11. Minat Berkunjung	24. Informasi yang diperoleh 25. Pelayanan yang diperoleh 26. Fasilitas yang diperoleh 27. Kinerja yang baik dan sopan	Ordinal

membandingkan dengan harapan diaman alternative pilihan dapat kurang atau sama dengan harapannya(Lovelock(2001), Zeithaml dan bitner(2010), Kotler dan Keller (2012)).	Kembali	28. Mengutamakan Kepentingan Konsumen
		29. Sarana parkir yang disediakan
	12. Kesiediaan Rekomendasi (Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014:101)	30. Suasana Yang disediakan 31. Pelayanan yang Memuaskan 32. Fasilitas yang disediakan

Tabel II.1 Operasional Variabel,2021

F. Teknik Pengukuran

Skala *likert* pertama kali dikembangkan oleh Rensis Likert, seorang sosiologi dari university of Michigan melalui artikel “A Technique for the Measurement of Attitudes“ yang dipublikasikan oleh *the archives of psychology* di tahun 1932. Bentuk awal skala Likert adalah lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atas suatu kejadian atau pernyataan yang diberikan dalam instrument/kuesioner.

Secara umum teknik yang digunakan dalam pemberian skor adalah teknik *skala likert*. Penggunaan *skala likert* menurut sugiyono(2012:132) yaitu “skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

kelompok orang tentang fenomena sosial”. Sehingga dalam menganalisa Pengaruh Suasana dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru maka penulis memakai *skala likert*. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut :

Tabel II.3
Teknik Pengukuran Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju(SS)	5
2	Setuju(S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju(TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju(STS)	1

Sumber : Skala Likert

Skala pengukuran

Skor tertinggi = Skor tertinggi x jumlah responden x jumlah pertanyaan

Skor terendah = Skor terendah x jumlah responden x jumlah pertanyaan

Rentang Skor = $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$

1. Skala Pengukuran Indikator Eksterior

Sangat Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indikator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.663 – 1.980

- Baik** :Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.346 – 1.663
- Sedang** :Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.030 – 1.346
- Kurang Baik** : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 713 – 1.030
- Tidak Baik** : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 396 – 713

2. Skala Pengukuran Indikator General Interior

- Sangat Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.663 –1.980.
- Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.346 – 1.663
- Sedang :Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.030 – 1.346
- Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 713 – 1.030
- Tidak Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 396 – 713

3. Skala Pengukuran Indikator Room Layout

- Sangat Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 832 – 990
- Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 673 – 832
- Sedang :Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 515 – 673
- Kurang baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya
356 – 515

Tidak Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat
tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan
kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya
198 – 356

4. Skala Pengukuran Indikator Display.

Sangat Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat
setuju terhadap semua indicator suasana dan
kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang
skornya 832 – 990

Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju
terhadap semua indicator suasana dan kualitas
pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli
Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 673 –
832

Sedang :Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup
setuju terhadap semua indicator suasana dan
kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang
skornya 515 – 673

Kurang Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 356 – 515

Tidak Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 198 – 356

5. Skala Pengukuran Variabel Suasana

Sangat Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 4.990 – 5.940

Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 4.039 – 4.990

Sedang :Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas

pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 3.089 – 4.039

Kurang Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 2.138 – 3.089

Tidak Baik :Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.188 – 2.138

6. Skala Pengukuran Indikator Tangibel (bukti fisik)

Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.247 – 1485

Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.010 – 1.247

Sedang : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 772 – 1.010

Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 535 – 772

Tidak Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 297 – 535

7. Skala Pengukuran Indicator Reability(keandalan)

Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 832 – 990

- Baik** : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 673 – 832
- Sedang** : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 515 – 673
- Kurang Baik** : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 356 – 515
- Tidak Setuju** : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 198 – 356

8. Skala Pengukuran Indicator Responsiveness(ketanggapan)

- Sangat Baik** : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 832 – 990

Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 673 – 832

Sedang : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 515 – 673

Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 356 – 515

Tidak Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 198 – 356

9. Skala Pengukuran Indicator Assurance (jaminan)

- Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 832 – 990
- Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 673 – 832
- Sedang : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 515 – 673
- Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 356 – 515
- Tidak Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 198 – 356

10. Skala Pengukuran indicator Emphaty (empati)

- Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 832 – 990
- Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 673 – 832
- Sedang : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 515 – 673
- Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya
356 – 515

Tidak Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat
tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan
kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya
198 – 356

11. Skala Pengukuran Variabel Kualitas Pelayanan

Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat
setuju terhadap semua indicator suasana dan
kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang
skornya 4.574 – 5.445

Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju
terhadap semua indicator suasana dan kualitas
pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli
Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 3.703 –
4.574

Sedang : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup
setuju terhadap semua indicator suasana dan
kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 2.831 – 3.703

Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.960 – 2.831

Tidak Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.089 – 1.960

12. Skala Pengukuran Indikator Kesesuaian Harapan

Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.247 – 1.485

Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli

- Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.010 – 1.247
- Sedang : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 772 – 1.010
- Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 535 – 772
- Tidak Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 297 – 535

13. Skala Pengukuran Indikator Minat Berkunjung Kembali

- Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

- Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.247 – 1485
- Baik** : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.010 – 1.247
- Sedang** : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 772 – 1.010
- Kurang Baik** : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 535 – 772
- Tidak Baik** : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 297 – 535

14. Skala Pengukuran Indikator Kesiediaan Merekomendasi

- Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.247 – 1485
- Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.010 – 1.247
- Sedang : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 772 – 1.010
- Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 535 – 772
- Tidak Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 297 – 535

15. Skala Pengukuran Variabel Kepuasan Konsumen

- Sangat Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 3.742 – 4.455
- Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 3.029 – 3.742
- Sedang : Apabila semua penilaian setiap konsumen cukup setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 2.317 – 3.029
- Kurang Baik : Apabila semua penilaian setiap konsumen tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 1.604 – 2.317

Tidak Baik

: Apabila semua penilaian setiap konsumen sangat tidak setuju terhadap semua indicator suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Peterseli Kitchen Pekanbaru maka rentang skornya 891 – 1.63



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian survey dengan metode penelitian kuantitatif karna peneliti mengumpulkan data dengan mengumpulkan informasi dari beberapa sampel.

Menurut Sugiyono(2008), penelitian kuantitatif dalam melihat pengaruh atau hubungan variable terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya terdapat variabel independen dan variabel dependen. Dari variabel tersebut, selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen (suasana dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

Tipe penelitian ini digunakan agar dapat mengetahui “Pengaruh Suasana Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru”

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Peterseli kitchen yang beralamatkan di Jl. Pattimura, Cinta Raja, Kec. Sail, Kota Pekanbaru, Riau. Yang menjadi objek penelitian penulis adalah suasana dan kualitas pelayanan pada Peterseli kitchen tersebut. Alasan mengapa penulis melakukan penelitian pada lokasi ini adalah untuk mengetahui bagaimana suasana dan kualitas pelayanan di Peterseli Kitchen.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Sakaran(2006) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi.Sementara Menurut Sugiyono(2012) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudi-an ditarik kesimpulannya.Ada pun pupolasi dalam penelitian ini adalah konsumen dengan jumlah 10.712 konsumen terhitung dari tahun 2018, 2019 dan 2020 pada Café & Resto Peterseli Khitchen Pekanbaru.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui suatu cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Dengan kata lain pengertian sampel adalah sebagian, atau subset, dari suatu populasi.

Menurut Sugiyono(2013:81), sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili)”.

Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menjadi tamu di Peterseli Kitchen Pekanbaru. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian ini digunakan rumus dari Slovin(dalam setiadi,2007 :75) yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = besar populasi

d^2 = Signifikansi (0,01%)

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan dio teliti adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(d^2)}$$

$$n = \frac{10.712}{1 + 10.712(0,01)}$$

$$n = \frac{10.712}{1 + 104.12}$$

$$n = \frac{10.712}{108.12}$$

$$n = 99$$

D. Teknik Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling. Menurut sugiyono(2009:85), Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

E. Jenis dan Sumber data

Jenis pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu :

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang langsung penulis peroleh dari objek penelitian pada Peterseli Kitchen Pekanbaru seperti data suasana dan pelayanan oleh responden mengenai kepuasan konsumen. Adapun data primer ini diperoleh dengan cara menjawab kuisisioner sesuai dengan variabel penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang sudah tersedia dan yang diperoleh oleh Peterseli Kitchen Pekanbaru yang ada hubungannya dengan penelitian ini, diantaranya seperti sejarah pada Peterseli Kitchen Pekanbaru, suasana yang disediakan, dan tanggung jawab pelayan/ karyawan dan aktifitas pada Peterseli Kitchen Pekanbaru.

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan penulis dalam usaha pengumpulan data sebagai berikut :

a. Kuisisioner

Menurut sugiyono (2013:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini angket atau kuesioner diberikan kepada pelanggan

b. Observasi

Yaitu Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat secara langsung terhadap responden untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan perilaku konsumen atau pelanggan mengamati secara langsung terhadap kinerja karyawan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono(2017)dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, dan karya-karya monumental dari seseorang. Hasil wawancara akan lebih kredibel apabila didukung oleh dokumen-dokumen, dan menambah informasi untuk penelitian.

d. Wawancara

Yaitu penulis mengumpulkan data dari wawancara, dengan menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan secara tertulis tentang pengaruh suasana dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru yang dijadikan oleh peneliti sebagai alat bantu untuk mewawancarai sebagai nasasumber untuk mendapatkan data.

G. Teknik Analisis Data Dan Uji Hipotesis

Dalam menentukan analisis data, diperlukan data dan informasi yang akurat dan dapat dipercaya yang nantinya akan dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Analisis data merupakan proses penyerderhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca, dipahami dan diinterpretasikan. Analisis data yang dilakukan dengan bantuan dari program SPSS sebagai alat untuk meregresikan yang telah dirumuskan.

1. Uji Instrumen

Di penelitian ini penulis menggunakan data primer. Data yang dikumpulkan yaitu dengan teknik kuesioner, yaitu dengan memberikan pernyataan tertulis kepada para responden. Kemudian responden tersebut memberikan tanggapan atas pernyataan yang diberikan.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika alat ukur valid atau benar maka hasil pengukuranpun pasti akan benar, atau dengan kata lain, validitas berbicara tentang bagaimana suatu alat ukur yang digunakan memang telah mengukur apa yang ingin diukur.

Secara umum engineer merancang sendiri instrument pengukuran berupa pertanyaan yang berhubungan dengan persepsi responden. Item-item pertanyaan tersebut disusun berdasarkan kriteria-kriteria yang diambil dari teori sehingga dapat menghasilkan instrument yang benar dan rasional

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian yang berorientasi pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Uji ini dilakukan untuk melihat kesesuaian nilai dari sebuah kuesioner yang dikerjakan oleh seorang responden pada kesempatan atau waktu yang berbeda dan dengan kuesioner yang sama. Reliabilitas suatu pengukuran juga menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan secara baik atau bebas dari error, sehingga memberikan jaminan bahwa data hasil pengukuran tersebut konsisten meskipun dalam waktu yang berbeda. Atau dengan kata lain keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi.

Uji validasi dan uji reliabilitas bertujuan untuk untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang penulis susun akan benar – benar baik dalam mengukur dan dapat menghasilkan data yang valid.

2. Uji Asumsi Klasik

Penulis melakukan pengujian analisis linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka penulis perlu melakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah penulis, sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Selain uji asumsi klasik multikolinieritas dan heteroskedastisitas, uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas. Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.

b. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama, disebut terjadi homoskedastisitas, dan jika variansnya tidak sama/ berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis uji asumsi heteroskedastisitas hasil output SPSS melalui grafik scatterplot antara Z prediction (ZPRED) yang merupakan variabel

bebas (sumbu X= Y hasil prediksi) dan nilai residualnya (SRESID) merupakan variabel terikat (Sumbu Y= Y prediksi –Y riil).

c. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas /*independent variable* ($x_1, x_2, x_3, x_4, \dots, x_n$), dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/ pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). dikatakan terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas (x_1 dan x_2 , x_2 dan x_3 , x_3 dan x_4 , dan seterusnya) lebih besar dari 0,06 (pendapat lain : 0,50 dan 0,90). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel lebih kecil atau sama dengan 0,60 ($r \leq 0,60$).

Atau dalam menentukan ada tidaknya multikolinieritas, dapat digunakan cara lain, yaitu dengan:

1. Nilai *tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (a).
2. Nilai *variance inflation* (VIF) adalah factor inflasi penyimpangan baku kuadrat.

d. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru

timbul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu priode t-1 (sebelumnya).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga yang penulis cari adalah pengaruh variabel bebas (*independen variabel*) yaitu Suasana (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Menurut Sugiyono(2016:192) analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independent. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Di mana :

- Y = kepuasan Konsumen
- a = konstanta
- b1 = koefisien regresi variabel x1 dan y
- b2 = koefisien regresi variabel x2 dan y
- X_1 = suasana
- X_2 = kualitas Pelayanan

Untuk mencari nilai a dan b digunakan rumus sebagai berikut :

$$b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \quad a = Y - bX$$

4. Koefisien Determinasi (r^2)

Untuk mengetahui besarnya persentase sumbangan variabel bebas secara bersama-sama (menyeluruh) terhadap variabel tak bebas dilakukan dengan cara menghitung angka koefisien determinasi (r^2) dari fungsi permintaan. Semakin besar nilai r^2 (mendekati 1) maka semakin tepat suatu regresi linear yang dipergunakan sebagai pendekatan terhadap hasil suatu penelitian. Persamaan regresi selalu disertai nilai r^2 sebagai ukuran kecocokan.

Adapun rumus dari r^2 adalah sebagai berikut :

$$r^2 = \frac{b(n\sum xy - (\sum x)(\sum y))}{n\sum y^2 (\sum y^2)}$$

Keterangan :

- r^2 = Koefisien Determinasi
- n = Jumlah Sampel
- x = Kualitas Pelayanan
- y = Kepuasan Pelanggan

5. Uji Hipotesis

- a. Uji - t

Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} . masing-masing t hasil perhitungan ini kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan taraf kesalahan 0,05. Berikut ini rumus uji t secara parsial sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

(Sugiyono,2013:250)

Di mana:

r :koefisien korelasi

n :jumlah data

Uji t dilakukan dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ bila nilai t hitung lebih besar atau sama dengan t tabel berarti variabel tersebut signifikan, artinya terdapat pengaruh signifikan variabel independen secara parsial. Dengan criteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai t hitung \geq t tabel atau p value $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain variabel independent secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya
- b) Jika nilai t hitung \leq t tabel atau p value $\geq \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan kata lain variabel independent secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji – F

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (serentak) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada pengujian secara simultan akan diuji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Statistic uji yang digunakan pada pengujian simultan adalah uji F dengan rumus sebagai berikut:

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

(sugiyono 2013:257)

Di mana :

R : Koefisien korelasi berganda

n : Jumlah sampel

k : Banyaknya komponen variabel bebas

Untuk pengujian pengaruh simultan digunakan rumus hipotesis sebagai berikut :

- $H_0 : \beta_2 = 0$, Suasana dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan kosumen pada peterseli kitchen pekanbaru
- $H_0 : \beta_2 \neq 0$, Suasana dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan kosumen pada peterseli kitchen pekanbaru.

Untuk F criteria yang digunakan adalah:

1. H_0 : ditolak jika $\text{Sig } F_{\text{hitung}} < \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)
2. H_0 : diterima jika $\text{Sig } F_{\text{hitung}} > \alpha$ (tingkat signifikan yang digunakan)

Asumsi bila terjadi penolakan H_0 dapat diartikan sebagai adanya pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Tetapi bila terjadi penerimaan H_0 , dapat diartikan sebagai tidak adanya pengaruh dari variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

BAB IV

SEJARAH OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Ringkas Peterseli Kitchen Pekanbaru

Restoran Peterseli Kitchen merupakan perusahaan kuliner anak negeri yang dibuka pada tahun 2013 dan berdiri secara hukum pada tahun 2014 dengan kategori usaha dibidang jasa restaurant, restaurant Peterseli Kitchen adalah bangunan yang merumahkan 2 merek, peterseli kitchen restoran pada 1ST floor dan twofloor kedai kopi 2ND lantai. Beralamatkan di jalan Pattimura, Cinta Raja, Kecamatan Sail, Kota Pekanbaru. Restaurant ini memiliki jam operasional dari jam 11 pagi hingga jam 12 malam.

Peterseli Kitchen berawal dari sebuah usaha rumahan yang menjual beberapa makanan sederhana dikota Pekanbaru yang kemudian berkembang menjadi sebuah restaurant. Peterseli Kitchen merupakan saham dari dua orang *owner* yang bernama Bapak Rahmad Hamdi dan Ibu Annisa Sarwidya. Disamping itu harapan beliau ingin mengembangkan kuliner dikota Pekanbaru juga mendorong makanan-makanan kuliner khas bumbu asli Indonesia. Harapan terbesar beliau adalah menjadi sebuah perusahaan kuliner yang profesional yang terus meningkatkan kualitas dan standar dari produk yang diciptakan. Tujuan akhir ialah membuka lapangan pekerjaan baru di tangan-tangan anak bangsa.

Tim peterseli group digerakkan oleh 4 orang anak muda yang penuh semangat dari pekanbaru, memulai bisnis ini dari usaha kecil menjadi group besar yang selalu diisi oleh anak muda yang tertarik dengan dunia kuliner.

B. Visi dan Misi

- **Visi**

“Menjadi sebuah perusahaan kuliner yang professional dan berdaya saing tinggi yang mengutamakan Kualitas, Standarisasi, dan Hygienitas, Serta menjadi perusahaan yang mengembangkan dan mengangkat kuliner Indonesia.”

- **Misi**

- a. Menjadi ikon kuliner Indonesia khususnya kota Pekanbaru, menjaga standarisasi rasa, kuantitas, kualitas dan bahan baku yang bersih, hygenis dan halal.
- b. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui PKK (Pelatihan keterampilan Kerja)
- c. Menciptakan lapangan kerja melalui Franchise dan Katering di Indonesia
- d. Mengangkat dan mengembangkan kuliner local melalui bahan-bahan baku asli daerah.

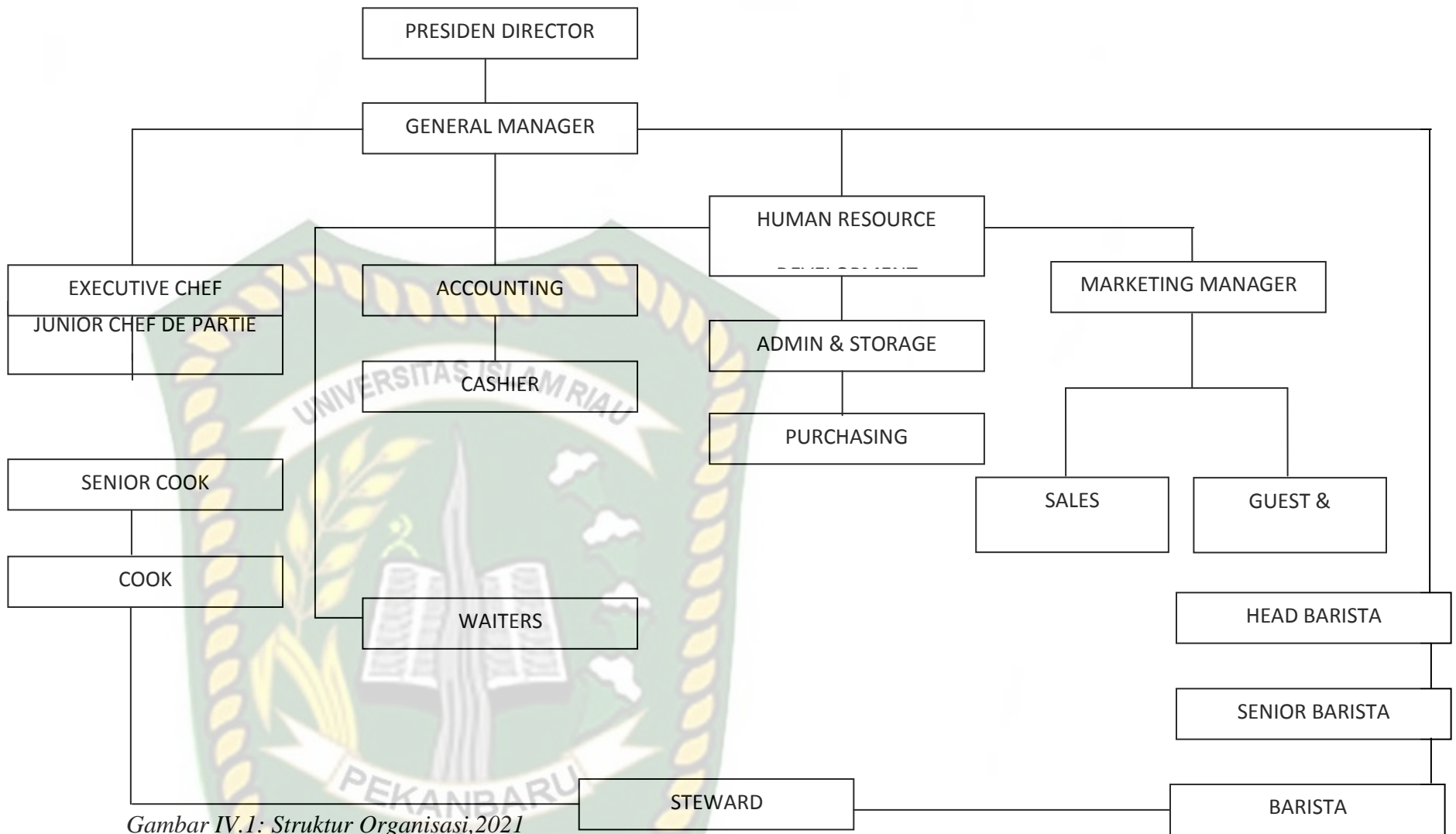
C. Struktur Organisasi

Agar kegiatan restoran bisa berjalan sesuai dengan yang diinginkan, salah satu syarat yang harus dimiliki adalah adanya struktur organisasi yang tersusun rapi dan baik untuk kelancaran operasional perusahaan. Jadi, perlu kerjasama yang kompak antar sesama karyawan juga pembagian tugas agar setiap karyawan atau personil mengetahui tugasnya dengan jelas, wewenang dan tanggung jawab agar tidak terjadinya tumpang tindih dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

Struktur organisasi yang tersusun rapi juga merupakan salah satu syarat agar dapat mencapai kesuksesan kegiatan perusahaan, oleh kerna itu perusahaan tanpa organisasi yang baik kemungkinan besar kegiatan tidak dapat berjalan degan lancar, sehingga tujuan perusahaan tidak dapat tercapai.

Berikut Struktur Organisasi pada Restoran Peterseli Kitchen Kota Pekanbaru:





Gambar IV.1: Struktur Organisasi, 2021

D. Fungsi dan Tugas Organisasi

1. General Manager

Controlling

- Bertanggung jawab terhadap kualitas produk baik makan dan minuman serta pelayanan area
- Memastikan pemasukan dan pengeluaran di keuangan sesuai dengan standard dan data yang ada
- Memberikan contoh yang baik, pengarahan dan motivasi tinggi kepada karyawan
- Memastikan semua hal berjalan dengan baik sesuai dengan standard operasional serta sejalan dengan visi dan misi perusahaan
- Bertanggung jawab terhadap area umum, kitchen dan bar
- Memberikan arahan kepada bawahan sesuai dengan lingkup kerjanya

Marketing

- Melakukan ramah tamah (Customer Intimacy) kepada tamu atau member serta relasi perusahaan
- Memastikan target penjualan tercapai bekerjasama dengan Head Marketing & Sales
- Memastikan program perusahaan berjalan dengan target

Report

- Memberikan dan menyampaikan laporan bulanan kepada Presiden Direktur dan

Komisaris

2. Human Resource Development

- Memastikan karyawan melakukan tugas masing-masing sesuai SOP yang berlaku di perusahaan
- Melakukan briefing sesuai jadwal dan kebutuhan
- Memberikan contoh yang baik, pengarahan dan motivasi tinggi kepada karyawan
- Bertanggung jawab terhadap perencanaan, pengawasan, dan melaksanakan evaluasi terhadap jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan
- Membuat jadwal general meeting, weekly meeting maupun daily meeting
- Memastikan karyawan datang tepat waktu dan tepat jadwal
- Menjadi pusat koordinasi dan melakukan kebijakan perusahaan kepada karyawan
- Melaksanakan kegiatan-kegiatan pembinaan, pelatihan, dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan pengembangan mental, keterampilan, dan pengetahuan karyawan sesuai dengan standard yang telah ditetapkan dan dibutuhkan
- Menjaga keharmonisan karyawan
- Mengajukan penambahan dan pengurangan jumlah karyawan yang dibutuhkan oleh perusahaan

- Beranggung jawab terhadap kegiatan yang berhubungan dengan rekapitulasi absensi karyawan, perhitungan gaji, tunjangan dan service
- Mengawasi pelaksanaan tata kerja, keselamatan kerja, dan memenuhi kelengkapan atribut erja
- Membuat *Key Performance Indicator* karyawan
- Berwenang melimpahkan tugas dan keputusan yangditetapkan atasan
- Membuat laporang bulanan, seperti report karyawan, kendala, dan lain-lain
- Mencatat penyimpangan dan pelanggaran dalam operasional serta melaporkannya

3. Executive Chef

Controlling

- Memastikan semua hal berjalan dengan baik dan sesuai standard operasional serta sejalan dengan visi dan misi perusahaan
- Menjaga keharmonisan antar karyawan dalam divisi dapur
- Mengajukan penambahan dan pengurangan jumlah karyawan di divisi dapur kepada HRD
- Bekerjasama dengan HRD memastikan terlaksananya program-program bulanan seperti General Cleaning, Standar Operasional Inventaris, dan Stok Opname
- Menjaga kualitas rasa dan tampilan makanan yang disajikan secara keseluruhan
- Menjaga kualitas kebersihan, penampilan dan pelayanan area dapur dan storage

di perusahaan

- Bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional dapur perusahaan
- Bertanggung jawab terhadap control kepatuhan penggunaan standard resep dan barang esuai SOP
- Bersedia melakukan tugas dan intruksi yang diberikan atasan
- Berwenang melimpahkan tugas dan keputusan yang ditetapkan atasan
- Mengawasi pelaksanaan tata kerja, keselamatan kerja, dan memenuhi kelengkapan atribut kerja (HACCP)
- Handling complain dan mencari akar masalah

Create and maintenance

- Memastikan menu dan stock di gudang sesuai dengan pembelian dan penjualan
- Mengadakan pelatihan memasak untuk para cook helper
- Memberikan list barang untuk dibeli kepada purchasing berkoordinasi dengan admin
- Menciptakan menu sesuai kebutuhan
- Membuat standard resep menu berserta food costnya
- Membuat dan menyusun jadwal kerja di divisi dapur

Report

- Mencatat dan melaporkan penyimpangan dan pelanggaran di dapur
- Membuat laporan harian, bulanan, dan tahunan dapur
- Membuat laporan bulanan, seperti raport karyawan secara keseluruhan, updet

harga bahan baku produksi, dan RAB divisi dapur

4. Junior Chef De Partie

- Membantu mengontrol mise en place a la, carte, buffet, atau semua preparation bahan untuk menu yang dibutuhkan
- Membantu Chef menjalankan operasional dapur sesuai SOP
- Memastikan kerapian, kebersihan, higienitas dan sanitas staff kitchen dan dapur (HACCP)
- Memberi ide dengan tujuan untuk mencapai target yang diinginkan
- Berwenang melimpahkan tugas untuk keputusan yang telah ditetapkan
- Membantu Chef dalam mengontrol kerapian kebersihan dan penggunaan barang yang diambil dan disimpan di storage berkoordinasi dengan admin
- Membantu Chef dalam mengontrol belanja harian dan bulanan
- Mengawasi pekerjaan dapur terutama pada waktu service, sehingga kualitas makanan yang dijual dapat dipertanggung jawabkan
- Memastikan makanan yang keluar sesuai dengan standard SOP

5. Senior Cook

- Memberikan ide dengan tujuan untuk mencapai target yang diinginkan
- Membantu Chef & Junior CDP menjalankan operasional dapur sesuai SOP
- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang diberikan atasanya
- Membantu Junuor CDP dalam menjaga kualitas menu di Peterseli Grup
- Menjaga kebersihan area dapur

6. Cook

- Menjaga kualitas menu di Peterseli Grup
- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang diberikan atasannya
- Menjaga kebersihan area dapur
- Menjaga segala asset di dapur

7. Steward/Dishwasher

- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang diberikan atasannya
- Membersihkan semua area dapur dan produksi secara keseluruhan
- Membantu terlaksananya operasional dapur sesuai SOP

8. Supervisor

- Memastikan kehadiran karyawan (absensi)
- Memberikan laporan penilaian karyawan kepada Human Resource Development atau General Manager
- Memastikan terlaksananya general cleaning setiap bulannya
- Memastikan segala hal tentang pelayanan berjalan sesuai SOP
- Cek persediaan barang dan bahan baku pelayanan
- Memastikan kebersihan seluruh area Peterseli Kitchen
- Memastikan dan menjalankan standard kualitas makanan, minuman dan service atau pelayanan semua crew berdasarkan SOP
- Berkoordinasi dengan Human Resource Development atau General Manager tentang operasional harian, ide, saran, program, evaluasi, serta penentuan

karyawan berprestasi

- Melakukan perawatan dan pemeliharaan atas semua mesin dan alat yang digunakan selama operasional
- Menciptakan kerukunan dan keharmonisan antar karyawan
- Menangani complain atau keluhan pelanggan restoran
- Membuat jadwal kerja waiter/waitress dan koordinasi dengan atasan langsung
- Melakukan perawatan dan pemeliharaan atas semua fasilitas restoran
- Menjamin semua operasional restoran berjalan dengan lancar
- Bersedia menjalankan tugas dan instruksi yang diberikan atasannya

9. Waiter

- Melakukan order sesuai SOP dan sebaik mungkin
- Menyiapkan bahan pendukung operasional
- Memastikan stock harian
- Menjaga semua asset Peterseli Kitchen
- Menjaga nama baik Peterseli Kitchen Grop baik dalam jam operasional maupun diluar jam operasional
- Melayani tamu Peterseli Kitchen
- Menjaga penampilan menu
- Meayani dan mengantar menu kepada tamu
- Membersihkan dan merapikan seluruh area kecuali dapur dan bar
- Menjaga hubungan baik dengan tamu

- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang diberikan atasan

10. Accounting

- Menyusun dan membuat anggaran pendapatan dan belanja restoran secara periodik
- Melakukan pengecekan terakhir melakukan pembayaran gaji karyawan
- Bersama dengan purchasing melakukan pembelanjaan operasional perusahaan
- Melakukan pengaturan administrasi keuangan restoran
- Bertanggung jawab terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan keuangan peterseli
- Menyusun dan membuat laporan perpajakan restoran
- Menggantikan posisi kasir saat diperlukan
- Bersedia melaksanakan tugas dan intruksi yang diberikan

11. Cashier

- Koordinasi dengan atasan jika ada complain atau keluhan dari customer untuk segera ditindak dengan cepat dan tepat
- Mendata dan menyimpan barang milik tamu atau konsumen yang tertinggal di restoran
- Melakukan perhitungan dengan sales dan pengeluaran dilakukan bersama accounting
- Melakukan transaksi dengan baik, ramah, cepat dan akurat.
- Membersihkan dan merapikan area kasir

- Memastikan komputer kasir dan printernya berfungsi dengan baik
- Cek dan hitung ulang modal kasir dan uang receh atau pecahan yang berfungsi sebagai uang tukaran
- Melakukan serah terima kasir
- Bersedia melaksanakan tugas dan intruksi yang diberikan

12. Admin & Storage

- Melakukan pemilihan/seleksi rekanan pengadaan sesuai kriteria perusahaan
- Bekerjasama dengan kitchen, bar, dan area untuk memastikan kelancaran operasional perusahaan
- Memastikan kesediaan barang/materi mekanisme audit/control stock, dll
- Membuat perencanaan pengadaan barang dan distribusinya bekerjasama dengan chef
- Melakukan dan membuat laporan pembelian dan pengeluaran barang (inventory, material, dll) koordinasi dengan Chef dan Head Bar
- Melakukan pengelolaan pengadaan barang melalui perencanaan secara sistematis dan terkontrol (FIFO atau ERP/MRP)
- Mengontrol dan mengawasi operasional storage
- Mengawasi dan mengontrol semua barang yang masuk dan keluar sesuai SOP storage
- Membuat laporan bulanan stock barang
- Menjaga kebersihan, keselamatan, dan keutuhan barang di storage termasuk

yang berada di dalam freezer dan showcase storage

- Membuat perencanaan, pengawasan, dan laporan storage
- Memastikan ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan
- Melaporkan semua transaksi keluar masuk bari dan ke storage
- Melakukan serah terima barang dan meneliti apakah barang yang sesuai dengan faktur pembelian dan DML
- Mengecek kesesuaian antara DML dengan fakturnya
- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi tugas yang diberikan atasan

13. Purchasing

- Memastikan ketersediaan bahan baku yang dibutuhkan untuk operasional perusahaan
- Mengontrol dan menganalisa ketersediaan dan harga bahan baku
- Bekerjasama dengan departemen terkait untuk memastikan kelancaran operasional perusahaan
- Melakukan pebmbelanjaan harian & kebutuhan lain
- Melakukan dan membuat laporan pembelian bahan baku yang dibutuhkan untuk operasional sesuai dengan DML
- Memastikan ketersediaan barang penunjang operasional restoran sesuai dengan kebutuhan
- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang berikan

14. Head Sales & Marketing

- Membuat perencanaan program marketing offline maupun online setiap bulannya
- Membuat laporan evaluasi program marketing yang sudah berjalan setiap bulannya
- Membuat design poster, marketing kit, dll yang dibutuhkan oleh perusahaan
- Memastikan semua hal berjalan dengan baik dan sesuai standard operasional serta sejalan dengan visis dan misi perusahaan
- Mengawasi kegiatan sales dan marketing offline maupun online
- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang diberi atasan
- Berwenang melimpahkan tugas dan keputusan yang ditetapkan atasan
- Update postingan di media sosial sesuai kebutuhan
- Membuat konten untuk media sosial sesuai kebutuhan
- Menjadi admin di semua media sosial Peterseli Group

15. Sales

- Melakukan kunjungan ke instansi-instansi untuk memperkenalkan produk Peterseli Group
- Merekap data relasi instansi terkait
- Membuat program sales setiap minggunya dan bulannya
- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang diberikan atasanya
- Memperbanyak relasi dengan instansi-instansi yang potensial

- Menjaga hubungan baik dengan instansi-instansi terkait
- Melakukan kerjasama dengan instansi untuk peningkatan omset
- Bertanggung jawab atas event yang ada di Peterseli Group bekerjasama dengan tim marketing
- Membuat jalur destinasi kunjungan setiap minggunya

16. Guest Relation

- Menjalin hubungan baik dengan tamu
- Membuat rekap data member
- Mengupdate data member setiap bulannya
- Memberikan special treatment kepada customer terutama member
- Bertanggungjawab atas event yang ada di Peterseli Group bekerjasama dengan tim sales
- Membuat program marketing setiap minggu dan bulan
- Menghandle reservasi di Peterseli Group
- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang diberikan atasanya

17. Head Bar

- Membuat atau menyediakan produk minuman sesuai SOP
- Menjaga kualitas dan standard pelayanan bar sesuai SOP perusahaan
- Mengontrol cost dan kualitas minuman
- Membuat kreasi menu minuman setiap priodenya
- Memastikan semua hal berjalan dengan baik sesuai dengan stanford operasional

serta sejalan dengan visi dan misi perusahaan

- Membersihkan, menjaga dan memelihara alat-alat dan lingkungan kerja di bar
- Membuat laporan stock bahan dan inventaris bar tiap bulannya
- Membuat laporan dan analisa produk bar tiap bulannya
- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang diberikan atasan
- Berkoodinasi dengan purchasing dalam memilih bahan baku dan produk bar lainnya
- Menjaga pelayanan dan hubungan dengan pengunjung
- Menangani dan bertanggung jawab sepenuhnya mengenai kelancaran operasional bar
- Membuat jadwal staf barista dan bartender dan laporan ke atasan
- Berwanna melimpahkan tugas dan keputusan yang telah ditetapkan atasan

18. Senior Barista

- Memastikan pekerjaan bar terutama pada waktu service, sehingga kualitas minuman yang dijual dapat dipertanggungjawabkan
- Memastikan minuman yang keluar sesuai dengan standard SOP
- Menjaga alat dan segala pendukung bar
- Melakukan koordinasi dengan head bar
- Menyiapkan, mengontrol dan mengatur ketersediaan minuman dan tampilan
- Bertanggung jawab atas operasional di bar selama head bar tidak ada
- Membantu Head Bar menjalankan operasional Bar

- Memastikan kerapian, kebersihan, hygenitas, dan sanitas staff bar
- Membantu head bar dalam mengontrol belanja harian dan bulanan
- Bersedia melaksanakan tugas dan instruksi yang diberikan atasannya
- Berwenang melimpahkan tugas dan keputusan yang telah ditetapkan atasan

19. Barista

- Membantu head bar dan senior barista menjalankan operasional bar sesuai SOP
- Memberikan ide dengan tujuan untuk mencapai target yang diinginkan
- Memastikan stok harian bar
- Membantu senior barista dalam menjaga kualitas menu di Peterseli Group
- Menjaga kebersihan area bar
- Menjaga segala asset bar
- Menjaga alat dan segala pendukung bar
- Melakukan koordinasi dengan senior barista
- Menyiapkan, mengontrol dan mengatur ketersediaan minuman.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data yang disajikan pada bagian ini berupa hasil observasi, data hasil pengisian kuesioner yang diisi oleh konsumen Peterseli Kitchen dan data hasil dokumentasi yang diperoleh dari kegiatan penelitian yang dilaksanakan.

A. Identitas Responden

Pada bab ini penulis akan menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil kuesioner mengenai Pengaruh Suasana Dan Kualitas Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru. Ada beberapa klasifikasi yang harus diisi oleh responden yaitu nama, usia dan pekerjaan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan isian data pada kuesioner, responden juga memiliki jenis kelamin yang berbeda dengan deskripsi sebagai berikut :

Tabel V.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki – laki	56	56,6%
2.	Perempuan	43	43,4%
Total		99	100%

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian. 2021

Dari tabel V.1 data responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan konsumen lebih dominan laki-laki yaitu sebanyak 56 responden atau (56,6%), sedangkan konsumen perempuan sebanyak 43 responden atau (17,3%). Ini menunjukkan jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah responden perempuan.

2. Identitas Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan isian data pada kuesioner, responden juga mempunyai umur yang berbeda dengan deskripsi sebagai berikut :

Tabel V.2
Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Jumlah	Persentase
1.	20 -29 Tahun	62	62,6%
2.	30 – 39 Tahun	31	31,3%
3.	40-50 Tahun	6	6,1%
Total		99	100%

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari variabel V.2 dapat dilihat bahwa responden yang berumur 20 – 29 tahun sebanyak 62 orang dengan persentase 62,6%, responden yang berumur 30 – 39 tahun sebanyak 31 dengan persentase 31,3%, dan responden dengan umur 40 – 50 tahun sebanyak 6 orang dengan persentase 6,1%. Alasan kenapa sedikit menemukan usia antara 40 – 50 tahun karena restoran tersebut lebih dinikmati kalangan muda jadi jarang ditemukan konsumen usia berkisaran 40 sampai 50

keatas. Dari keterangan diatas, dapat dilihat bahwa umur responden yang paling banyak didominasi pada umur 20 – 29 sebanyak 62 responden.

Dilihat dari gambaran data usia diatas yang diperoleh dari jawaban tersebut, bahwa responden yang digunakan dalam penelitian ini tergolong usia produktif dan dewasa atau matang dalam berfikir. Sehingga responden tidak lagi terpengaruhi oleh orang dalam mengambil keputusan dan mempunyai kematangan dan pengalaman dalam mengambil keputusan.

3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan isian data pada kuesioner, responden juga mempunyai pekerjaan yang beda dengan deskripsi berikut :

Tabel V.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	Mahasiswa/i	36	36,4%
2.	Wiraswasta	42	42,4%
3.	Lainnya	21	21,2%
Total		99	100%

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.3 dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan responden yang paling didominasi adalah mahasiswa yaitu sebanyak 36 orang dengan persentase 36,4%, dan untuk pekerja wiraswasta jumlah responden 42 orang dengan persentase 42,4%, sedangkan untuk pekerjaan lainnya jumlah responden 21 dengan persentase 21,2%. Jadi dapat dilihat bahwa pekerjaan yang paling

banyak mendominasi yaitu wiraswasta dengan jumlah responden sebanyak 42 orang.

B. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Suasana Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru

Adapun konsep suasana yaitu : Eksterior (interior luar), General Interior (interior umum), Room Layout (tata ruangan) dan Display (tampilan). Untuk mengetahui bagaimana hasil dari Pengaruh Suasana dan Kualitas Pelayanan pada Peterseli Kitchen Pekanbaru sebagai berikut:

1. Eksterior(Interior Luar)

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator eksterior :

**Tabel V.4
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Eksterior(Interior Luar)**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Logo yang pada Peterseli Kitchen terlihat jelas dan menarik	24 24,2%	39 39,4%	25 25,3%	11 11,1%	-	99 100%
Bobot Nilai		120	156	75	22	-	373
2.	Area parkir yang di sediakan cukup luas dan aman	25 25,3%	37 37,3%	29 29,3%	8 8,1%	-	99 100%
Bobot Nilai		125	148	87	16	-	376
3.	Bangunan Peterseli Kitchen sangat bagus dan	26 26,3%	32 32,3%	20 20,2%	21 21,2%	-	99 100%

	kokoh.						
	Bobot Nilai	130	128	60	42	-	360
4.	Pintu masuk cukup luas sehingga memudahkan akses keluar masuk.	31 31,3%	25 25,3%	32 32,3%	11 11,1%	-	99 100%
	Bobot Nilai	155	100	96	22	-	373
Jumlah		1.482					
NilaiInterval		1.346 – 1.663					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.4 di atas mengenai indikator eksterior untuk variabel suasana(X1) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 373, pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 376, pada pertanyaan ke 3 bobot yang didapat berjumlah 360 dan pada pertanyaan ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 373. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan dan didapatkan jumlah nilai sebesar 1.482.Jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.346 – 1.663.Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator eksterior(interior luar), diperoleh hasil sebagai berikut:

“Kalau yang saya liat sih logonya udah lumayan bagus, soalnya dilihat dari jauh udah kelihatan jelas kalau parkirannya menurut saya agak kurang besar apalagi kalau weekend itu parkir mobil penuh terus kondisi bangunannya ya bagus bagus aja sih sama pintu masuknya cukup bagus dan cukup luas juga jarang ada restoran menggunakan pintu yang seperti itu (konsumen,17 september 2021)”

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa tampilan logo sudah baik dan parkir yang disediakan masih termasuk kurang besar dikarenakan pengunjung lebih banyak ketika weekend dari pada hari biasa dan untuk bangunan cukup baik dan juga untuk pintu masuknya cukup luas sehingga memudahkan akses keluar masuk.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator eksterior seperti tampilan logo pada Peterseli Kitchen sudah baik, area parkir yang disediakan masih kurang lebar dikarenakan pengunjung lebih banyak dihari hari tertentu, bangunan pada Peterseli Kitchen sudah baik dan pintu masuk yang disediakan peterseli kitchen sudah baik dikarenakan cukup luas sehingga memudahkan akses keluar masuk.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator eksterior dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Asep ST Sujana: 2012 ”pengertian desain exterior adalah desain tampilan luar dari suatu bangunan yang harus eye catching atau dapat menarik perhatian orang untuk masuk kedalam” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

2. General Interior(interior umum)

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator general interior:

Tabel V.5
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Indikator General Interior (Interior Umum)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Aroma yang ada didalam ruangan wangi	29 29,3%	45 45,4%	25 25,3%	-	-	99 100%
Bobot Nilai		145	180	75	-	-	400
2.	Suara musik yang nyaman untuk di dengar	19 19,2%	45 45,4%	34 34,4%	1 1%	-	99 100%
Bobot Nilai		95	180	102	2	-	379
3.	Pencahayaan ruangan mampu meningkatkan daya tarik.	36 36,4%	39 39,4%	19 19,2%	5 5%	-	99 100%
Bobot Nilai		180	156	57	10	-	403
4.	Kebersihan tempat sangat terjaga sehingga membuat nyaman.	37 37,4%	26 26,3%	31 31,3%	5 5%	-	99 100%
Bobot Nilai		185	104	93	10	-	397
Jumlah		1.575					
Nilai Interval		1.346 – 1.663					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.5 di atas mengenai indikator interior (interior umum) untuk variabel suasana (X1) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 400, pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 379, pada pertanyaan ke 3 bobot yang didapat berjumlah 403 dan pada pertanyaan ke 4 bobot yang di dapat berjumlah 397. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan dan didapatkan jumlah nilai sebesar

1.575, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.346 – 1.663. dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator general interior, diperoleh hasil sebagai berikut:

“Menurut saya kalau untuk aroma didalam ruangnya saya suka terus kalau untuk music yang diputarnya lagunya enak semua kalau pencahayaannya menurut saya sudah pas engga terlalu terang engga terlalu redup gitukalau kebersihannya sudah bisa dibilang cukup bersih(konsumen, 17 september 2021)”

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa aroma, suara music dan pencahayaan yang ada pada Peterseli Kitchen sudah baik, kebersihan tempat yang ada pada Peterseli Kitchen sudah cukup baik.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator general interior seperti aroma yang ada pada Peterseli kitchen wangi, suara music yang diputar nyaman untuk didengar, pencahayaan ruangan yang baik sehingga mempunyai daya tarik dan kebersihan yang cukup terjaga.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator interior dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Berman dan Evan (2010:509) “ketika konsumen berada dalam toko elemen-elemen general interior akan mempengaruhi persepsi mereka, sehingga harus direncanakan dan di tata sebaik mungkin” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju (S).

3. Room Layout(tata ruang)

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator room layout:

Tabel V.6
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Indikator Room Layout(tata ruang)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Penempatan meja yang tertata rapi.	23 23,2%	42 42,4%	30 30,3%	4 4,1%	-	99 100%
Bobot Nilai		115	168	90	8	-	381
2.	Jarak antar meja yang cukup luas untuk lalu lalang.	29 29,3%	45 45,5%	25 25,2%	-	-	99 100%
Bobot Nilai		145	180	75	-	-	400
Jumlah		781					
Nilai Interval		673 – 832					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.6 di atas mengenai indikator room layout(tata ruang) untuk variabel suasana(X1) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 381 dan pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 400. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan dan didapatkan jumlah nilai sebesar 781, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 673 - 832. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru terkait dengan indikator room layout, diperoleh hasil sebagai berikut:

“Menurut saya kalau untuk penempatan mejanya ya standar mirip restoran-restoran yang lain ya bagus dan kalau untuk jarak antar meja satu dengan yang lain cukup luas jadi mudah untuk saya berjalan(konsumen,17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa penempatan meja sudah cukup baik dan jarak antar meja satu dengan yang lainnya sudah baik dan mempunyai jarak yang cukup luas.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator room layout seperti penempatan meja yang ada pada Peterseli Kitchen tertata dengan rapi dan jarak antar meja pada Peterseli Kitchen yang cukup luas sehingga memudahkan pengunjung untuk lalu lalang.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator interior dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Reid dan Sanders (2013:373) “perencanaan tata letak adalah *deciding on the best physical arrangement of all resources that consume space within a facility*. Yaitu memutuskan susunan atau penataan terbaik dari semua sumber daya yang menggunakan ruang dalam fasilitas” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

4. Display(tampilan)

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator display(tampilan):

Tabel V.7
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Indikator Display (Tampilan)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Dekorasi yang ditampilkan elegan dan terkesan mewah.	19 19,2%	45 45,5%	34 34,3%	1 1%	-	99 100%
Bobot Nilai		95	180	102	2	-	379
2.	Dekorasi yang ditampilkan Peterseli Kitchen tersusun rapi.	36 36,4%	39 39,4%	19 19,2%	5 5%	-	99 100%
Bobot Nilai		180	156	57	10	-	403
Jumlah		782					
Nilai Interval		673 – 832					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.7 di atas mengenai indikator display(tampilan) untuk variabel suasana(X1) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 379 dan pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 403. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan dan didapatkan jumlah nilai sebesar 782, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 673 - 832. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator display, diperoleh hasil sebagai berikut:

“kalau yang saya liat dekorasi disini sudah bagus aesthetic lah gitu terus juga dekorasinya juga disusun cukup rapi jadi enak dipandang nya (konsumen, 17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa dekorasi sudah dikatakan baik dan tampilan dekorasi sudah cukup baik.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator display seperti dekorasi yang ditampilkan oleh Peterseli Kitchen sudah baik dan dekorasi tersusun dengan rapi.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator interior dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Alma (2009) “adalah keinginan membeli sesuatu yang tidak di dorong oleh seseorang, tapi di dorong oleh pengelihatan ataupun oleh perasaan lainnya”. dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

5. Variabel Suasana(X1)

Berikut ini rekapitulasi variabel suasana(X1) yang mencakup : exterior, general interior, room layout dan display:

Tabel V.8
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Variabel Suasana (X1)

No	Indikator	Jumlah	Nilai Interval	Kategori
1.	Eksterior	1.482	1.346 – 1.663	Baik
2.	General Interior	1.575	1.346 – 1.663	Baik
3.	Room Layout	781	673 – 832	Baik
4.	Display	782	673 – 832	Baik
Jumlah		4.620		
Nilai Interval		4.039 – 4.990		
Kategori Penilaian		Baik		

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dilihat dari tabel V.8 dari hasil jawaban responden skor yang diperoleh mengenai variabel suasana(X1) diperoleh skor 4.610, sehingga kategori penilaian responden adalah **Baik** yaitu berada pada interval antara **4.039 – 4.990**. Berikut ini kriteria penilaian dari rekapitulasi hasil penelitian :

$$\begin{aligned}
 \text{Range} &= \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}} \\
 &= \frac{5.940 - 1.188}{5} \\
 &= 950
 \end{aligned}$$

Tabel V.9
Kategori Penilaian

No	Range	Kategori Penilaian
1	4.990 – 5.940	Sangat Baik
2	4.039 – 4.990	Baik
3	3.089 – 4.039	Sedang
4	2.138 – 3.089	Kurang Baik

5	1.188 – 2.138	Tidak Baik
---	---------------	------------

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel suasana(X1) dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Parpal (2013) yang menjabarkan bahwa “atmosfir merupakan salah metode terpenting untuk menciptakan konsep pada restoran. Atmosfir restoran secara keseluruhan adalah rasa, pemandangan, pencahayaan, warna, proses pengolahan makanan, suara, dan music” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

C. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru

Adapun konsep suasana yaitu :*Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan) dan *Emphaty* (empati). Untuk mengetahui bagaimana hasil dari Pengaruh Suasana Dan Kualitas Pelayanan Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru adalah sebagai berikut :

1. Tangible(bukti fisik)

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator tangible(bukti fisik):

Tabel V.10

**Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
 Pekanbaru Mengenai Indikator Tangible(Bukti Fisik)**

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Karyawan berpenampilan bersih dan rapi	27 27,3%	39 29,4%	31 31,3%	2 2%	-	99 100%
	Bobot Nilai	135	156	93	4	-	388
2.	Fasilitas yang disediakan bersih	11 11,1%	48 48,5%	25 25,3%	13 13,1%	2 2%	99 100%
	Bobot Nilai	55	192	75	26	2	350
3.	Peterseli Kitchen menerima kartu pembayaran ATM yang beragam dan kartu kredit lainnya sehingga memudahkan dalam proses administrasi	13 13,1%	54 54,6%	23 23,2%	9 9,1%	-	99 100%
	Bobot Nilai	65	216	69	18	-	368
Jumlah		1.106					
Nilai Interval		1.010 – 1.247					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.10 di atas mengenai indikator tangible(bukti fisik) untuk variabel kualitas pelayanan(X2) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 388, pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 350, dan pada pertanyaan ke 3 bobot yang di dapat berjumlah 368. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan dan

didapatkan jumlah nilai sebesar 1.485, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1.346 – 1.663. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator tangible (bukti fisik), diperoleh hasil sebagai berikut:

“penampilan karyawan disini simple bisa dibilang rapi terus bersih, kalau untuk fasilitas yang ada juga cukup bersih dan kalau untuk pembayaran disini yang saya tau ada macam-macam jenisnya saya terkadang pakai cash kadang ada juga pakai kartu kredit(konsumen, 17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa penampilan karyawan cukup rapi dan bersih, fasilitas yang disediakan juga cukup bersih dan tersedia berbagai macam alat pembayaran.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator tangible(bukti fisik) seperti penampilan karyawan pada Peterseli Kitchen sudah cukup baik mulai dari kerapian hingga kebersihannya, fasilitas yang diberikan pada Peterseli Kitchen sudah cukup baik dan Peterseli Kitchen memiliki alat pembayaran yang beragam sehingga memudahkan konsumen dalam proses administrasi.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator interior dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Kotler (2011) “adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen

sebagai usulan nilai tambah konsumen” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

2. Reliability(Keandalan)

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator reliability(keandalan):

Tabel V.11
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Indikator Reliability (keandalan)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Karyawan mengantar pesanan tepat waktu	13 13,1 %	42 42,4%	29 29,3%	15 15,2%	-	99 100%
Bobot Nilai		65	168	87	30	-	350
2.	Peterseli Kitchen menyediakan jasa pelayanan dengan baik dari awal hingga akhir	13 13,1 %	44 44,4%	25 25,3%	17 17,2%	-	99 100%
Bobot Nilai		65	176	75	34	-	350
Jumlah		700					
Nilai Interval		673 – 832					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.11 di atas mengenai indikator reliability (kehandalan) untuk variabel kualitas pelayanan(X2) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 350 dan pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 350. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan

dan didapatkan jumlah nilai sebesar 700, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 673 - 832. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator reability (keandalan), diperoleh hasil sebagai berikut:

“pengalaman saya selama jadi pengunjung disini kalau untuk pesanan diantar dengan tepat waktu kadang ada juga beberapa pesanan yang lumayan lama saya tunggu terus kalau untuk pelayanan dari awal hingga akhir saya cukup setuju saya merasa dilayani dari saya datang samapai saya selesai disini (konsumen, 17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa pengantaran pesana masih kurang tepat waktu akan tetapi jasa pelayanan yang disediakan sudah cukup baik.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator reability(keandalan) seperti pengantaran makanan pada Peterseli Kitchen yang masih kurang tepat waktu yang disebabkan oleh waktu pembuatan makanan berbeda-beda disetiap menu dan jasa pelayanan yang diberikan oleh Peterseli Kitchen cukup baik dari awal hingga akhir.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator reliability(keandalan) dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Tjiptono (2014:282) “keandalan(reliability) kemampuan pemberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

3. Responsiveness(ketanggapan)

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator Responsiveness(ketanggapan) :

Tabel V.12
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Indikator Responsiveness (ketanggapan)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Karyawan bersikap ramah	10 10,1%	42 42,4%	34 34,4%	13 13,1%	-	99 100%
	Bobot Nilai	50	168	102	26	-	346
2.	Karyawan senantiasa membantu kesulitan pengunjung	13 13,1%	42 42,4%	29 29,3%	15 15,2%	-	99 100%
	Bobot Nilai	65	168	87	30	-	350
Jumlah		696					
Nilai Interval		673 – 832					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.12 di atas mengenai indikator responsiveness (daya tanggap) untuk variabel kualitas pelayanan(X2) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 346 dan pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 350. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan

dan didapatkan jumlah nilai sebesar 696, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 673 - 832. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator *responsiveness* (ketanggapan) diperoleh hasil sebagai berikut:

“saya udah beberapa kali berkunjung kesini yang saya lihat sikap karyawan disini cukup ramah pas saya baru datang sudah ditanya mau duduk dibangku yang mana didekat jendela apa engga hingga saya pulang karyawan tetap ramah terus kalau untuk karyawan senantiasan membantu saya sih cukup setuju soal itu(konsumen, 17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa karyawan cukup ramah kepada pengunjung dari awal hingga akhir dan karyawan senantiasan membantu pengunjung disaat ada kesulitan.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator *responsiveness* (ketanggapan) seperti daya tanggap karyawan Peterseli Kitchen cukup baik mulai dari sikap ramah dari awal hingga akhir dan senantiasan membantu kesulitan pengunjung.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator *responsiveness*(daya tanggap) dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Lupiyoadi dan Hamdani(2006:182) “suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas” dalam hal ini 99

orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

4. Assurance(jaminan)

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator assurance(jaminan).

Tabel V.13
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Indikator Assurance(jaminan)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Peterseli Kitchen menjamin keamanan saat bertransaksi	13 13,1%	44 44,4%	25 25,3%	17 17,2%	-	99 100%
Bobot Nilai		65	176	75	34	-	350
2.	Berada pada Peterseli Kitchen serasa aman	10 10,1%	42 42,4%	34 34,4%	13 13,1%	-	99 100%
Bobot Nilai		50	168	102	26	-	346
Jumlah		696					
Nilai Interval		673 – 832					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.13 di atas mengenai indikator assurance(jaminan) untuk variabel kualitas pelayanan(X2) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 350 dan pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 346. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan

dan didapatkan jumlah nilai sebesar 696, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 673 - 832. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator assurance(jaminan) diperoleh hasil sebagai berikut:

“yang saya rasakan ketika proses transaksi disini cukup aman apalagi kalau saya bertransaksi menggunakan kartu debit atau kredit dan keamanan disini menurut saya terjamin karna saya liat ada penjaganya dipintu masuk sama ada penjaga parkirnya juga(konsumen, 17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa keaman pada Peterseli Kitchen sudah baik mulai dari transaksi hingga saat berada di restoran.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator assurance(jaminan) pada Peterseli Kitchen menjamin keamanan konsumen dalam proses transaksi dan juga Peterseli Kitchen menjamin keamanan saat berada didalam restoran dan area parkir.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator assurance(jaminan) dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Supriyanto dan Ernawaty (2010:302) “jaminan (assurance) merupakan kemampuan pemberi jasa untuk menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap jasa yang di tawarkan” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju (S).

5. Emphaty(perhatian)

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator emphaty(perhatian) :

Tabel V.14
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Indikator Emphaty(Perhatian)

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Karyawan memberikan perhatian yang baik	9 9,1%	28 28,3%	53 53,6%	6 6%	3 3%	99 100%
	Bobot Nilai	45	112	159	12	3	331
2.	Karyawan memperhatikan kebutuhan pengunjung dengan sungguh-sungguh	12 12,1%	40 40,4%	30 30,3%	17 17,2%	-	99 100%
	Bobot Nilai	60	190	90	34	-	344
Jumlah		675					
Nilai Interval		673 – 832					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.14 di atas mengenai indikator emphaty(empati) untuk variabel kualitas pelayanan(X2) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 331 dan pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 344. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan dan didapatkan jumlah nilai sebesar 675, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 673 - 832. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator emphaty(empati) diperoleh hasil sebagai berikut:

“beberapa kali saya kesini menurut saya karyawan disini cukup perhatian kepada pengunjung dini saya juga merasakannya kalau saya bawa anak selalu ditawarkan baby chair sama karyawannya menurut saya cukup bagus pelayanan disini(konsumen, 17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa karyawan sudah cukup baik dalam melayani pengunjung terlebih pada pengunjung yang butuh kebutuhan khusus seperti baby chair.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator emphaty(empati) seperti karyawan Peterseli Kitchen memperhatikan kebutuhan pengunjung dengan sungguh-sungguh. Hal ini dapat dilihat dari perhatian karyawan yang diberika kepada konsumen yang memiliki kebutuhan khusus.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator emphaty(empati) dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Tjiptono (2014:282) “bahwa empati meliputi kemudahan dalam menjalani relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitiandengan dominan menjawab setuju(S).

6. Variabel Kualitas Pelayanan(X2)

Berikut ini rekapitulasi variabel kualitas pelayanan(X2) yang mencakup: *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati).

Tabel V.15
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Indikator	Jumlah	Nilai Interval	Kategori
1.	Tangible (bukti fisik)	1.106	1.010 – 1.247	Baik
2.	Reliability (keandala)	700	673 – 832	Baik
3.	Responsiveness (ketanggapan)	696	673 – 832	Baik
4.	Assurance (asuransi)	696	673 – 832	Baik
5.	Emphaty (empati)	675	673 – 832	Baik
Jumlah		3.879		
Nilai Interval		3.703 – 4.574		
Kategori Penilaian		Baik		

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dilihat dari tabel V.15 dari hasil jawaban responden skor yang diperoleh mengenai variabel kualitas pelayanan(X2) diperoleh skor 3.879, sehingga kategori penilaian responden adalah **Baik** yaitu berada pada interval antara **3.703 – 4.574**. Berikut ini kriteria penilaian dari rekapitulasi hasil penelitian :

$$\text{Range} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$= \frac{5.445 - 1.089}{5}$$

$$= 871$$

Tabel V.16
Kategori Penilaian

No	Range	Kategori Penilaian
1	4.574 – 5.445	Sangat Baik
2	3.703 – 4.574	Baik
3	2.831 – 3.703	Sedang
4	1.960 – 2.831	Kurang Baik
5	1.089 – 1.960	Tidak Baik

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator interior dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Wyckop dalam Ellitan dan Anatan(2007) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

D. Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru

Adapun konsep suasana yaitu : kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi. Untuk mengetahui bagaimana hasil dari Pengaruh Suasana Dan Kualitas Pelayanan Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru adalah sebagai berikut :

1. Kesesuaian Harapan

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator kesesuaian harapan :

Tabel V.17
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Kesesuaian Harapan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5 SS	4 S	3 CS	2 TS	1 STS	
1.	Karyawan memberikan informasi menu dengan jelas	11 11,1%	44 44,4%	29 29,3%	15 15,2%	-	99 100%
Bobot Nilai		55	176	87	30	-	348
2.	Pelayanan yang di peroleh sesuai dengan yang diharapkan	9 9,1%	30 30,3%	51 51,5%	7 7,1%	2 2%	99 100%
Bobot Nilai		45	120	153	14	2	334
3.	Fasilitas yang diberikan sesuai dengan yang di harapkan	14 14,1%	38 38,4%	31 31,3%	16 16,2%	-	99 100%
Bobot Nilai		70	152	63	52	-	340
Jumlah		1.029					
Nilai Interval		1.010 – 1.247					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.17 di atas mengenai indikator kesesuaian harapan untuk variabel kepuasan konsumen(Y) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 348, pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 334 dan pada pertanyaan ke 3 bobot yang didapat berjumlah 340. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan dan

didapatkan jumlah nilai sebesar 1.029, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1,010 – 1.247. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator kesesuaian harapan diperoleh hasil sebagai berikut:

“menurut saya informasi menu yang diberikan oleh karyawan cukup jelas terus pelayanan disini juga cukup baik sama fasilitas disini bagus sesuai dengan yang saya inginkan(konsumen, 17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa informasi menu dijabarkan oleh karyawan dengan jelas, karyawan melayani dengan baik dan fasilitas yang disediakan sudah baik.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui bahwa indikator kesesuaian harapan seperti karyawan Peterseli Kitchen memberikan informasi menu dengan baik sesuai dengan yang pengunjung harapkan, karyawan Peterseli Kitchen memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan yang pengunjung inginkan dan fasilitas yang ada pada Peterseli Kitchen sudah baik sesuai dengan yang diharapkan oleh pengunjung.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator kesesuaian harapan dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Hawkins dan Lonnee dikutip dalam Tjiptono(2014:101) “keseuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh

konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

2. Minat Berkunjung Kembali

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator minat berkunjung kembali :

Tabel V.18
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Minat Berkunjung Kembali

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CK	TS	STS	
1.	Karyawanbaik dan sopan sehingga membuat pengunjung nyaman	15 15,2%	44 44,4%	21 21,2%	19 19,2%	-	99 100%
Bobot Nilai		75	176	63	38	-	352
2.	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan pengunjung sehingga membuat pengunjung merasa di nomor 1 (satu) kan	19 19,2%	41 41,4%	27 27,3%	10 10,1%	2 2%	99 100%
Bobot Nilai		95	164	81	20	2	362
3.	Sarana parkir yang disediakan luas dan aman sehingga pengunjung tidak merasa cemas	27 27,3%	43 43,4%	19 19,2%	8 8,1%	2 2%	99 100%
Bobot Nilai		135	172	57	16	2	382
Jumlah		1.096					
Nilai Interval		1.010 – 1.247					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.18 di atas mengenai indikator minat berkunjung kembali untuk variabel kepuasan konsumen(Y) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 352, pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 362 dan pada pertanyaan ke 3 bobot yang didapat berjumlah 382. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan dan didapatkan jumlah nilai sebesar 1.096, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1,010 – 1.247. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator minat berkunjung kembali diperoleh hasil sebagai berikut:

“saya pribadi merasakan karyawannya sopan, fasilitas sarana yang disediakan juga bagus tapi untuk pengunjung yang dinomor satukan saya kurang setuju mungkin karna bukan saya satu satunya pegunjung disini tapi kebutuhan saya tetap diperhatikan sama karyawannya(konsumen, 17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa Peterseli Kitchen memiliki karyawan yang sopan, fasilitas sarana yang disediakan baik, namun karyawan menomor 1 kan konsumen masih dinilai kurang dikarenakan banyaknya pengunjung tetapi kebutuhan konsumen tetap diperhatikan.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui indikator minat berkunjung kembali bahwa karyawan pada peterseli kitchen sopan, fasilitas sarana yang diberikan baik, namun pada penilaian karyawan

menomor 1 kan konsumen masih ada yang konsumen yang kurang setuju hal ini dikarenakan banyaknya pengunjung dihari-hari tertentu tetapi karyawan tetap memperhatikan kebutuhan konsumen.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator minat berkunjung kembali dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Hawkins dan Lowne dikutip dalam Tjiptono (2014:101) “minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap produk terkait” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

3. Kesediaan Merekomendasi

Berikut ini tanggapan responden pada item-item pernyataan indikator kesesuaian harapan :

Tabel V.19
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru Mengenai Indikator Kesediaan Merekomendasi

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Jumlah
		5	4	3	2	1	
		SS	S	CS	TS	STS	
1.	Karena menyediakan suasana yang nyaman pengunjung bersedia merekomendasikan kepada keluarga, teman dan orang lain	27 27,3%	39 39,4%	31 31,3%	2 2%	-	99 100%
Bobot Nilai		135	156	93	4	-	388

2.	Karena pelayanan yang baik dan memuaskan pengunjung bersedia merekomendasikan kepada keluarga, teman dan orang lain	11 11,1%	48 48,5%	25 25,3%	13 13,1%	2 2%	99 100%
Bobot Nilai		55	192	75	26	2	350
3.	Karna adanya fasilitas yang baik dan juga fasilitas outdoor dan indoor pengunjung bersedia merekomendasikan kepada keluarga, teman dan orang lain.	13 13,1%	54 54,6%	23 23,2%	9 9,1%	-	99 100%
Bobot Nilai		65	216	69	19	-	368
Jumlah		1.106					
Nilai Interval		1.010 – 1.247					
Kategori Penilaian		Baik					

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel V.19 di atas mengenai indikator kesediaan merekomendasi untuk variabel kepuasan konsumen(Y) pada pertanyaan 1 bobot yang didapat berjumlah 388, pada pertanyaan ke 2 bobot yang didapat berjumlah 350 dan pada pertanyaan ke 3 bobot yang didapat berjumlah 368. Kemudian dari hasil setiap bobot pertanyaan di jumlahkan dan didapatkan jumlah nilai sebesar 1.106, jumlah tersebut termasuk dalam nilai interval 1,010 – 1.247. Dimana termasuk dalam kategori penilaian **Baik**.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Peterseli Kicthen Pekanbaru terkait dengan indikator kesediaan merekomendasi diperoleh hasil sebagai berikut:

“saya pribadi udah merekomendasikan restoran ini ke keluarga sama beberapa teman saya karna disini tu suasananya bagus, pelayanan juga cukup baik terus fasilitas indoor sama outdoornya juga menarik(konsumen, 17 september 2021)”.

Melalui hasil wawancara tersebut dikatakan bahwa konsumen berminat merekomendasikan restoran kepada keluarga dan teman dikarenakan suasana yang bagus, pelayanan yang cukup baik dan fasilitas yang baik.

Berdasarkan hasil observasi penulis diketahui indikator kesediaan merekomendasi seperti suasana yang disediakan oleh Peterseli Kitchen bagus dan baik, pelayanan yang di berikan cukup baik, dan fasilitas yang bagus. Sehingga konsumen bersedia merekomendasikan kepada keluarga,teman dan orang lain.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator kesediaan merekomendasi dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Hawkins dan Lonnee dikutip dalam Tjiptono (2014:101) “kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju (S).

4. Variabel Kepuasan Konsumen(Y)

Berikut ini rekapitulasi variabel Kepuasan Konsumen(Y) yang mencakup : kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi:

Tabel V.20
Rekapitulasi Tanggapan Responden Konsumen Peterseli Kitchen
Pekanbaru Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Indikator	Jumlah	Nilai Interval	Kategori
1.	Kesesuaian Harapan	1.029	1.010 – 1.247	Baik
2.	Minat Berkunjung Kembali	1.096	1.010 – 1.247	Baik
3.	Kesedian Merekomendasi	1.106	1.010 – 1.247	Baik
Jumlah		3.231		
Nilai Interval		3.029 – 3.742		
Kategori Penilaian		Baik		

Sumber : Data Olahan Hasil Penelitian,2021

Dilihat dari tabel V.20 dari hasil jawaban responden skor yang diperoleh mengenai variabel kepuasan konsumen(Y) diperoleh skor 3.231, sehingga kategori penilaian responden adalah **Baik** yaitu berada pada interval antara **3.029 – 3.742**. Berikut ini kriteria penilaian dari rekapitulasi hasil penelitian :

$$Range = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$= \frac{4.455 - 891}{5}$$

$$= 713$$

Tabel V.21
Kategori Penilaian

No	Range	Kategori Penilaian
1	3.742 – 4.455	Sangat Baik
2	3.029 – 3.742	Baik
3	2.317 – 3.029	Sedang
4	1.604 – 2.317	Kurang Baik
5	891 – 1.604	Tidak Baik

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa untuk indikator interior dapat dinyatakan baik berdasarkan pendapat Kotler dan Keller(2016) mengemukakan pengertian dari kepuasan konsumen yaitu ”perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan (atau hasil) produk atau layanan dengan ekspektasi” dalam hal ini 99 orang yang menjadi responden dalam penelitian dominan menjawab setuju(S).

E. Hasil Dan Pembahasan Uji Hipotesis

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian. Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasi masing-masing pernyataan dengan apabila hasil r hitung > dari r tabel maka pernyataan (kuesioner) tersebut

dikatakan valid. Nilai r hitung bisa dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* sedangkan r tabel pada tingkatan signifikan alpha 5% yaitu sebesar $df = n - 2$, $df = 97$ dan $\alpha = 0,05$ maka nilai dari r tabel sebesar $= 0,1975$. Berikut adalah tabel pengujian validitas:

Tabel V.22

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected item-total correlation	R tabel (taraf signifikan 5%)	Keterangan
X1	Indikator 1	0,575	0,1975	Valid
	Indikator 2	0,660	0,1975	Valid
	Indikator 3	0,582	0,1975	Valid
	Indikator 4	0,512	0,1975	Valid
	Indikator 5	0,488	0,1975	Valid
	Indikator 6	0,649	0,1975	Valid
	Indikator 7	0,419	0,1975	Valid
	Indikator 8	0,426	0,1975	Valid
	Indikator 9	0,428	0,1975	Valid
	Indikator 10	0,488	0,1975	Valid
	Indikator 11	0,649	0,1975	Valid
	Indikator 12	0,419	0,1975	Valid
X2	Indikator 1	0,649	0,1975	Valid
	Indikator 2	0,707	0,1975	Valid
	Indikator 3	0,746	0,1975	Valid
	Indikator 4	0,884	0,1975	Valid
	Indikator 5	0,864	0,1975	Valid
	Indikator 6	0,807	0,1975	Valid
	Indikator 7	0,884	0,1975	Valid
	Indikator 8	0,864	0,1975	Valid
	Indikator 9	0,807	0,1975	Valid
	Indikator 10	0,659	0,1975	Valid
	Indikator 11	0,739	0,1975	Valid
Y	Indikator 1	0,759	0,1975	Valid
	Indikator 2	0,669	0,1975	Valid
	Indikator 3	0,778	0,1975	Valid
	Indikator 4	0,795	0,1975	Valid

	Indikator 5	0,854	0,1975	Valid
	Indikator 6	0,792	0,1975	Valid
	Indikator 7	0,755	0,1975	Valid
	Indikator 8	0,763	0,1975	Valid
	Indikator 9	0,726	0,1975	Valid

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel V.22 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan valid, hal ini dapat diidentifikasi apabila r hitung lebih besar dari r tabel maka data tersebut valid. Dengan demikian item pertanyaan yang diunakan valid dan bisa digunakan.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu pengukuran juga menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan secara baik atau bebas dari error, sehingga memberikan jaminan bahwa data hasil pengukuran tersebut konsisten meskipun dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas dapat dihitung dengan rumus *Alpha Chonbach* diatas 0,60. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.23
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of item	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Suasana (X1)	12	0,778	0,60	Reliable
Kualitas Pelayanan (X2)	11	0,937	0,60	Reliable
Kepuasan Konsumen (Y)	9	0,912	0,60	Reliable

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel V.23 dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpa pada semua variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* diatas atau $> 0,60$. Yang artinya bahwa item-item variabel penelitian ini mempunyai kehandalan atau reliable yang diman seluruh item pertanyaan pada semua variabel dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan analisis regresi berganda, pengujian ini harus dipenuhi agar penaksiran parameter dan koefisien regresi tidak bias. Pengujian asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Hasil uji asumsi kleasik dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini pengujian normalitas data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Kolmogorov-Smirnov Test) dengan melihat signifikan dari residual yang dihasilkan dan pendekatan grafik normal probability plot. Deteksi normal dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil uji normalitas data dari residual yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel V.24
Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.22335567
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.086
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

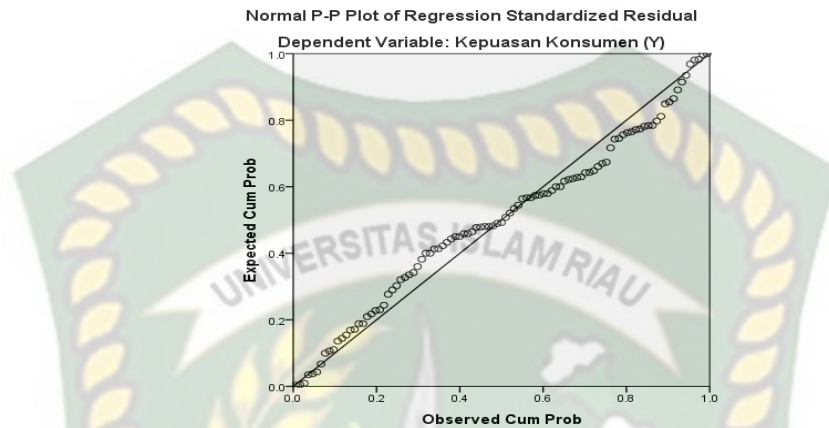
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan hasil pada tabel V.24 di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikan diatas 0,05 yaitu sebesar 0,067. Hal ini berarti data residual tersebut terdistribusi secara normal. Hal tersebut juga dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik Normal Probability plot-nya sebagai berikut :

Gambar V.1

Grafik Normal Probability Plot



Sumber : Output SPSS Versi 23.0

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel V.25

Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.195	.031
	Suasana (X1)	-.636	.526
	KualitasPelayanan (X2)	-1.292	.199

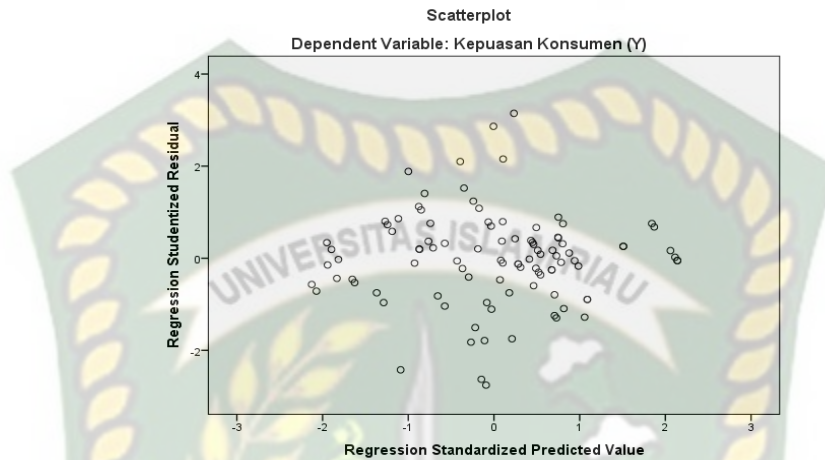
a. Dependent Variable: ABS

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Dalam hasil perhitungan tabel V.25 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel suasana (X_1) memiliki nilai yang lebih dari 0,05 yaitu 0,526 dan variabel kualitas pelayanan (X_2) lebih dari 0.05 yaitu 0,199. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas antar variabel independent dalam model regresi. Maka hasil diatas dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik scatterplot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Apabila kondisi ini terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot ditunjukkan pada di bawah ini:

Gambar V.2

Grafik Scatterplot



Dari gambar V.2 diatas dapat disimpulkan lolos uji heterokedastisitas karena data tersebar secara keseluruhan.

c. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dimaksudkan untuk melihat apakah terdapat dua atau lebih variabel bebas yang berkorelasi secara linier. Apabila terjadi keadaan ini maka kita akan menghadapi kesulitan untuk membedakan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolonieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (tolerance value) atau nilai Variance Inflation Factor (VIF). Batas tolerance $> 0,10$ dan batas VIF $< 10,00$, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas

diantara variabel bebas. Hasil dari pengujian multikolonieritas pada penelitian ini ditunjukkan seperti berikut ini :

Tabel V.26

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Suasana (X1)	.998	1.002
Kualitas Pelayanan (X2)	.998	1.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
Sumber : Output SPSS Versi 23.0

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Jika ada korelasinya, maka dikatakan telah terjadi suatu autokorelasi. Suatu model yang baik seharusnya tidak terdapat autokorelasi. Masalah autokorelasi ini seringkali dialami oleh data time series. Uji autokorelasi pada penelitian kali ini menggunakan uji Durbin Watson. Jika hasil nilai Durbin Watson berada diantara dU dan 4-dU, maka dikatakan dalam data tidak terjadi autokorelasi. Berikut adalah hasil uji autokorelasi model pertama :

Tabel V.27

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.934 ^a	.873	.870	2.24640	2.216

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Suasana (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan data hasil analisis pada tabel V.27 ditatas dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (DW) yang dihasilkan model regresi yaitu sebesar 2,216 sedangkan untuk nilai tabel DW dengan sampel N = 58 dan diperoleh nilai dL = 1,6317 dU = 1,7140, 4-dU = 2,2860 dan 4-dL = 2,3683. Jika DW terletak diantara dU dan 4-dU= 2,216 (1,7140 – 2,2860), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada korelasi.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Untuk pengolahan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistic Package Social Science*). Rumus yang digunakan untuk analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS diperoleh koefisien-koefisien pada persamaan regresi linier berganda pada tabel berikut :

Tabel V.28
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.552	2.310		-1.971	.052
	Suasana (X1)	.158	.041	.139	3.810	.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.762	.030	.930	25.533	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan hasil analisis regresi pada table V.28 diatas maka didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + e$$

$$Y = -4,552 + 0,158X_1 + 0,930X_2 + e$$

Persamaan regresi dapat menjelaskan bagaimana bentuk pengaruh dari setiap variabel bebas pada variabel terikat, interpretasi yang dapat dijelaskan dari model regresi yang terbentuk diatas :

1. Nilai koefisien regresi X1,0,158 artinya adalah bahwa apabila (X1)meningkat, maka(Y)jugaakanmeningkatdengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
2. Nilai koefisien regresi X2,0,762 artinya adalah bahwa apabila (X2) meningkat, maka(Y)jugaakanmeningkatdengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).

3. Standar error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

4. Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi (r^2) dari hasil regresi menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya.

Tabel V.29
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.934 ^a	.873	.870	2.24640	2.216

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Suasana (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Dari tabel V.29 diatas, menunjukkan koefisien determinasi (r^2) sebesar 0.873. hal ini berarti bahwa presentase pengaruh variabel suasana (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 87,3%, sedangkan sisanya 12,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen. Teknik analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23.0

1) Uji t

Pengujian dengan t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk memberikan interpretasi terhadap uji t dapat dijelaskan pada Tabel V.30 adalah :

Tabel V.30
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.552	2.310		-1.971	.052
Suasana (X1)	.158	.041	.139	3.810	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.762	.030	.930	25.533	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel V.30 diatas, dapat diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan Persamaan sebagai berikut:

Dengan demikian maka diperoleh hasil sebagai berikut.

1. Nilai t hitung variabel suasana(X1) sendiri sebesar 3.810 > t tabel(1,98498) dengan signifikansi (0.000) < 0.05. Artinya adalah bahwa variabel suasana(X1) berpengaruh signifikan variabel kepuasan konsumen(Y).

2. Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan(X2) sendiri sebesar 25,533 > t tabel(1,98498) dengan signifikansi (0.000) < 0.05. Artinya adalah bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan variabel kepuasan konsumen (Y).

2) Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Dalam penelitian ini yaitu suasana (X1), kualitas pelayanan (X2), secara simultan berkaitan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y), dan apakah model tersebut sesuai atau tidak. Hasil yang didapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel V.31
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3328.465	2	1664.232	329.793	.000 ^b
	Residual	484.444	96	5.046		
	Total	3812.909	98			

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan (X2), Suasana (X1)

Sumber : Output SPSS Versi 23.0

Berdasarkan tabel V.31 diatas didapat nilai F hitung 329,793 dengan sig. 0,000 dimana F sig. 0,000 lebih kecil daripada 0,05 maka Ho ditolak. Dapat diartikan bahwa secara simultan suasana (X1), kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

F. Pembahasan

Dalam penelitian ini didapati jumlah responden yang berminat untuk diwawancarai yaitu sebanyak 13 orang responden. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa suasana(X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y) pada Kpnsumen Peterseli Kitchen Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari r hitung \geq dari r-tabel, maka pernyataan dikatakan valid. r tabel untuk $df = (n-2) = 99 - 2 = 97$ untuk alpha 5% adalah 0,197. Nilai t-hitung suasana (X1) sebesar 3.810 lebih besar dari t-tabel 1,984, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh suasana (X1) terhadap kepuasan konsumen(Y). dan nilai t hitung kualitas pelayanan(X2) sebesar 25,533 lebih besar dari t-tabel 1,984, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan(X2) terhadap kepuasan konsumen(Y). nilai R Square sebesar 0,873 artinya adalah persentase pengaruh variabel suasana(X1) dan kualitas pelayanan(X2) terhadap variabel kepuasan konsumen(Y) pada peterseli kitchen pekanbaru sebesar 87,3% sedangkan sisanya 12,7% (100%-87,3%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian ini dapat diinterpretasikan bahwa suasana meliputi exterior (interior luar), general interior (interior umum), room layout (tata ruangan) dan display (tampilan) dan kualitas pelayanan yang meliputi *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati) sam-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsume hal ini menandakan bahwa suasana dan kualitas pelayanan dapat membuat konsumen merasa puas terhadap jasa atau pun produk yang diberikan.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, penelitian ini dimaksudkan peneliti agar dapat mengetahui apakah suasana berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Setelah peneliti mendapatkan data dari responden dalam bentuk kuesioner yang telah diisi yang kemudian diolah. Maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa Suasana pada Peterseli Kitchen Pekanbaru adalah dalam kategori Baik dengan persentase sebesar 77,6%. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa suasana juga dapat timbul dari *Eksterior, general interior, store layout dan display*kan sesuatu yang unik dan baru serta sifat individu senantiasa mengikuti tren masa kini. Dengan demikian, maka suasana akan mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan Peterseli Kitchen Pekanbaru adalah dalam kategori baik dengan persentase sebesar 71%. Oleh karena itu, dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan juga dibutuhkan mulai dari *Tangible (bukti fisik), Reability (Keandalan), responsiveness (data tanggap), assurance (jaminan) dan Emphaty (empati)* akan pelayanan yang baik dan diinginkan para konsumen. Dengan demikian, maka kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa Kepuasan

konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru adalah dalam kategori baik dengan persentase sebesar 71,2%. Dapat dilihat bahwa kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan rekomendasi dibutuhkan untuk menghitung tingkat kepuasan konsumen

4. Hasil analisis regresi membuktikan bahwa suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru, yang artinya hipotesis yang dikemukakan diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik suasana maka kepuasan konsumen juga akan semakin bertambah tinggi.
5. Hasil analisis regresi membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru, yang artinya hipotesis yang dikemukakan diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen juga akan semakin bertambah tinggi.
6. Berdasarkan hasil analisis data statistik dapat diambil kesimpulan bahwa Suasana Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel suasana dan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Peterseli Kitchen Pekanbaru sebesar 87,3%, sedangkan sisanya sebesar 12,7% ($100\% - 87,3\%$) dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan data penelitian mengenai Pengaruh Suasana Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Peterseli Kitchen Pekanbaru, maka peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Suasana berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga diharapkan Peterseli Kitchen Pekanbaru dapat mengambil pelajaran dari hasil penelitian ini. Pemilik Peterseli Kitchen diharapkan dapat lebih meningkatkan Suasana untuk lebih meningkatkan Kepuasan Konsumen.
2. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen tentang kualitas pelayanan, terutama pada aspek *emphaty* yang memiliki nilai rata-rata terendah, *Peterseli Kitchen Pekanbaru* harus lebih memberi perhatian yang baik lagi agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang ditawarkan oleh *peterseli kitchen Pekanbaru*

Daftar Pustaka

- Akbar, Robby Nur. Zainul Arifin. Sunarti. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Prioritas PT.AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.30 No.1 Januari 2016
- Pribadi, Joni Dwi, Erlangga Andi Sukma Dan Eko Boedhi Santoso. 2017. *Pengaruh Eksterior Dan General Interior Terhadap Perilaku Pembelian Di Super Indo Singosari Malang*. Jurnal Administrasi Dan Bisnis, Volume : 11, Nomor : 2, Desember 2017, ISSN 1978-726X
- Kristiana, Maria. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Café Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga(JPTN). Vol. 01 No.01
- Margaretha Delicia Thung, Bernadette Thalia Tjahjowidodo, dan Serli Wijaya. 2021. *Analisis Kepuasan Konsumen Hotel Bintang 2 Dan Bintang 5 Di Surabaya Penerapan Proses Text-Mining Atas Ulasan Daring Konsumen*. Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 15, No. 1, April 2021, 1-9
- Meldarianda, Henky. 2010. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Café Atmosphere Bandung*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi(JBE). Vol. 17. No. 2:97-108
- Nuraisyah, Putri Ayu. Rennyta Yusiana. 2017. *Peranan store atmosphere dalam meningkatkan keputusan pembelian*. Jurnal Ecodemica. Vol. 1 No. 1
- Nurmansyah. 2018. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Unilak

- Nurmansyah. 2020. *Manajemen Mutu*. Pekanbaru : Cipta Mintra Pratama Press
- Priansa, Donni Juni. 2016. *Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : ALFABETA
- Putri, Lily Harlina.Srikandi Kumadji, Adriana Kusumawati. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 15. No. 2
- Rinova, Dora. 2018. *Pengaruh Persepsi, Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Kedai Susu Sapi Murni Di Bandar Lampung*. Jurusan Ilmu Administrasi (JIA) Vol 1, Nomor 1, Hlm 1-69, Bandar Lampung, April 2018, ISSN 2-087-0957
- Santoso, Imam. 2016. *Peran kualitas produk dan layanan, harga dan atmosfer rumah makan cepat saji terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen*. Jurnal Manajemen Teknologi. Vol. 15. No. 1:95-98
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: DKU Print
- Sunyoto, Danang. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Jakarta : PT. Buku Seru
- Suryani, Hendryadi. 2015. *Metode Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri
- Sutarto, 1993. *Dasar-Dasar Organisasi*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press
- Suwito, Joko. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Global Ac Banjarbaru*. Vol 14, Nomor 3, Juli 2018, halaman 255-262

- Nurdiansyah, Muhammad Demas. Mathadji. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Atmosphere Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo*. Jurnal Ekonomi Manajemen. Volume 1, Nomor 1, Mei 2016
- Akbar, Fauzian dan Putu Nina Widiawati. *Pengaruh Store Atmosphere An Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Stadium Esport Arena*. Vol. 6, No.2 Agustus 2019
- Sugianto, Budi Utomo, Dr. Harton Subagio, S.E., M.M. *Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Dream Of Khayangan ART Resto Surabaya*. Volume 2, Nomor 1 Tahun 2014

