

PENGARUH KUALITAS MAKANAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS LINGKUNGAN FISIK TERHADAP NIAT PERILAKU PEMBELIAN ULANG PELANGGAN (PADA PELANGGAN RESTOTAN SOTO LAMONGAN CAK HAR DI SURABAYA)

VAZHAR SETYA PUTRA

Progam Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi- Universitas Muhammadiyah Gresik

Jl. Sumatra No. 101 GKB Gresik 61121 Jawa Timur Indonesia

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kualitas lingkungan fisik terhadap niat perilaku pembelian pelanggan (pada pelanggan restoran soto lamongan cak har di surabaya). Sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik purposive yaitu dengan memilih responden yang berlangganan di restoran soto lamongan cak har di surabaya. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa kualitas makanan, kualitas layanan dan kualitas lingkungan fisik terbukti memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap niat perilaku pembelian kembali pelanggan di soto lamongan cak har surabaya.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Lingkungan Fisik.

PENDAHULUAN

Manusia memiliki beragam kebutuhan dan memenuhinya dengan beragam cara. Menurut teori hierarki Maslow dalam Ivancevich et al (2006:148) kebutuhan paling dasar seseorang yakni fisiologis merupakan kebutuhan untuk mempertahankan hidup secara fisik. Salah satu contohnya pemenuhan kebutuhan makanan. Pemenuhan makanan bagi masyarakat mapan merupakan bagian dari gaya hidup. Permintaan dan daya tarik konsumen yang tinggi terhadap wisata kuliner membuka peluang usaha dibukanya beragam restaurant kelas atas. Hal ini terbukti dengan mudah ditemukan beragam jenis restaurant kelas atas yang menyajikan beragam fasilitas mewah, Konsep restaurant, suasana makan dan kualitas pelayanan menjadi penting untuk dikemas secara unik dan menarik yang menjadi ciri khas masing-masing restaurant agar pelanggan tetap berkunjung serta mampu menarik konsumen baru. Berikut data perkembangan usaha restaurant kelas menengah atas tahun 2012-2016.

Berdasarkan tabel 1.1 dimulai tahun 2012 dengan jumlah 2.235 sebanyak 3.012 usaha restoran atau rumah makan berskala menengah dan besar di berbagai provinsi di Indonesia. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2015, terdapat tambahan sebanyak 61 usaha restoran atau rumah makan yang mengalami peningkatan 1,17%. Perkembangan meningkat seiring pertumbuhan ekonomi dan meningkatnya taraf hidup masyarakat. Berikut data perkembangan restaurant menengah atas tiap provinsi.

Tabel 1.1 Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar Tahun 2012–2016

Tahun	Usaha / Perusahaan		Rata Rata Tenaga Kerja
	Jumlah	Pertumbuhan (%)	
2012	2,235	38.39	27
2013	2,704	20.98	27
2014	2,916	7.84	27
2015	2,977	2.09	28
2016	3,012	1,17	29

Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2016

Tabel 1.2 menunjukkan provinsi Jawa Timur menduduki posisi ketiga dengan jumlah restaurant sebanyak 241 pada tahun 2016. Ketua Apkrindo Jatim Tjahjono menjelaskan bahwa bisnis kuliner di Jawa Timur akan meningkat 10% -15% di tahun 2016.

Kota Surabaya merupakan ibu kota dari Provinsi Jawa Timur dimana provinsi ini memiliki peran perekonomian yang strategis dalam skala nasional (smart.surabaya.go.id). Data Apkrindo mencatat tahun 2016 di Surabaya terdapat 500-600 restaurant kelas menengah atas yang menyediakan beragam konsep, menu dan fasilitas pelayanan yang menarik. Berdasarkan data BPS kota Surabaya

sector perdagangan, hotel dan restaurant memiliki peran terbesar dalam sektor ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa usaha restaurant menyumbang penghasilan cukup besar bagi kota Surabaya dan peluang perkembangan usaha restaurant kian menanjak dengan tingkat permintaan yang semakin naik.

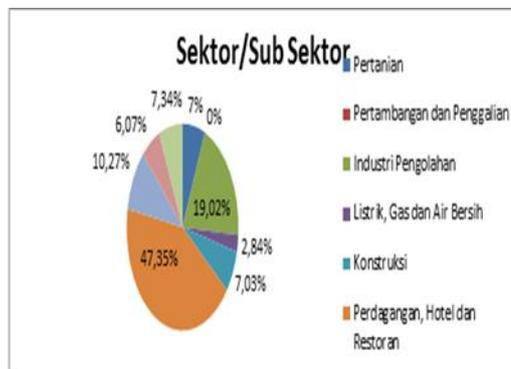
Tabel 1.2 Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan Berskala Menengah dan Besar di Pulau Jawa

Provinsi	Usaha /Perusahaan				
	2012	2013	2014	2015	2016
DKI Jakarta	1028	1311	1359	1361	1380
Jawa Barat	220	257	286	289	299
Jawa	57	64	74	77	83
DIY	34	39	52	58	64
Jawa Timur	173	220	231	231	241
Banten	62	82	85	87	92

Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2016

Berikut gambar yang menunjukkan kontribusi usaha restaurant di Surabaya :

Gambar 1.1 Peranan Ekonomi Sektoral Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Surabaya Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB)



Sumber : surabayakota.bps.go.id, 2016

Berdasarkan gambar 1 Surabaya merupakan kota industri yang ditopang dari tiga sektor perekonomian yakni Perdagangan, Hotel dan Restoran sebesar 47,35%, Industri Pengolahan 19,02%, dan Pengangkutan dan Komunikasi sebesar 10,27%. Tingginya potensi pasar industri makanan dan minuman di Surabaya menyebabkan pengusaha kafe dan restoran dari luar daerah tertarik untuk melakukan ekspansi di kota tersebut. Salah satu restoran menengah atas yang ada di Surabaya adalah Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan Surabaya yang terletak di Jalan raya Merr, yang

lokasinya tidak jauh dari pusat keramaian seperti Mal Galaxy dan kampus Stikom.

Menu yang disajikan selain makanan khas tradisional soto lamongan, beragam menu berat lain seperti bubur di menu pagi merupakan salah satu kuliner andalan Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan. Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan dikenal memiliki kelebihan dengan kualitas makanan yang dikenal lezat oleh masyarakat, pelayanan dari pemesanan hingga selesai makan diberikan oleh pihak restoran dalam hal ini karyawan. Restoran ini merupakan salah satu lokasi wisata kuliner yang menarik minat masyarakat cukup banyak hal ini dibuktikan dengan data hasil pendapatan restoran yang meningkat tiap periode sebagai berikut :

Tabel 1.3 Total Penjualan Restoran Soto Lamongan Cak Har Surabaya Tahun 2016

No	Bulan	Rupiah
1.	Januari	305.000.000
2	Februari	352.000.000
3	Maret	369.000.000
4	April	380.000.000
5	Mei	407.000.000
6	Juni	426.000.000
7	Juli	457.000.000
8	Agustus	486.000.000
9	September	510.000.000
10	Oktober	526.000.000
11	November	537.000.000
12	Desember	575.000.000

Berdasarkan data di atas hasil wawancara dengan pihak pengelola restoran diketahui bahwa omzet perhari sebesar 10-20 juta rupiah bahkan pada hari libur bisa mencapai dua kali lipat. Konsep casual dining yang disajikan oleh pihak restoran memberikan suasana bersantap dengan menyediakan tempat dan gaya pelayanan agak jauh dari kesan formalitas namun pelanggan tetap bisa menikmati makanan tradisional khas daerah dengan konsep kelas mewah dan penyajian simpel. Kelebihan ini membuat pelanggan yang sudah berkunjung ke Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan memberikan rekomendasi pada konsumen lain untuk berkunjung. Suasana casual dining cenderung lebih ramai dibandingkan restoran dengan konsep fine dining dengan musik keras (Garvery et al, 2011:11).

Menurut Ha dan Jang (2012: 209) ; Ryu et al., (2012: 208) kualitas makanan digambarkan secara singkat sebagai makanan yang disajikan dengan baik, segar dan lezat. Menurut Namkung dan Jang (2008: 149)

mengidentifikasi presentasi dan rasa makanan sebagai faktor kualitas makanan yang paling berpengaruh.

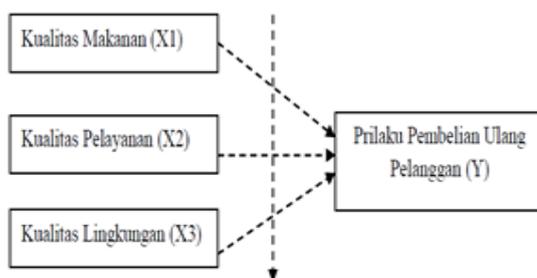
Menurut Kotler dan Amstrong (2007: 199) “*Service is any activity or benefit that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything*” yang artinya jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Kotler (1973) dalam Jang et al. (2010) lingkungan fisik adalah “*The effort to design buying environments to produce specific emotional effects in buyer that enhance his purchase probability*” yang artinya adanya upaya untuk merancang lingkungan fisik pembelian untuk menghasilkan efek emosional tertentu dalam pembelian yang meningkatkan probabilitas pembelannya, dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik dapat menjadi alat pemasaran untuk membujuk perilaku positif dalam situasi di mana konsumsi produk atau jasa.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010: 29) mendefinisikan niat perilaku pelanggan adalah persepsi konsumen mengenai performance suatu produk atau layanan, pada hubungannya kepada ekspektasi konsumen dan hal tersebut menimbulkan perilaku baru sebagai respon atas produk barang atau jasa tersebut.

Hipotesis

- H1 : Diduga ada pengaruh kualitas makanan secara persial terhadap niat perilaku pelanggan (pelanggan restoran soto lamongan cak har surabaya).
- H2 : Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan secara persial terhadap niat perilaku pelanggan (pelanggan restoran soto lamongan cak har surabaya).
- H3 : Diduga ada pengaruh kualitas lingkungan fisik secara persial terhadap niat perilaku pelanggan (pelanggan restoran soto lamongan cak har surabaya).

Gambar 1.2 Rerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang diamati adalah seluruh pelanggan Rumah Makan Soto Cak Har Lamongan di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive dimana sampel responden diambil berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang diberikan dalam pemilihan sampel yakni responden merupakan pelanggan restoran Soto Lamongan Cak Har Surabaya. Menurut Sugiyono (2012), metode pengambilan sample dengan cara non probability sampling dengan teknik purposive adalah cara untuk pengambilan responden anggota sampel dari populasi dengan sistem pertimbangan tertentu yakni responden yang berlangganan di restoran Soto Lamongan Cak Har Surabaya. Penelitian ini mengambil sampel berjumlah 100 orang yang dihitung dengan rumus slovin.

Definisi Operasional

1. Variabel Kualitas Makanan (X1), Menurut Ryu dan Han dalam Sahari et al., (2012) kualitas makanan adalah atribut yang paling penting dari keseluruhan kualitas layanan restoran dan diharapkan memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jika sebuah restoran mampu memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggannya maka akan dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan, selain itu pelanggan akan datang kembali ke restoran tersebut. Indikator variabel ini yakni :
 - a. presentation,
 - b. variety,
 - c. healthy options,
 - d. taste,
 - e. freshness,
 - f. temperature.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2), Menurut Parasumarman, Berry, dan Zeithaml (2001: 44) bahwa kualitas layanan adalah tanggapan atau persepsi seseorang yang membeli atau menggunakan jasa terhadap keunggulan atau kelebihan layanan yang diberikan suatu badan usaha dibandingkan layanan yang diberikan oleh badan usaha lain. Indikator variable kualitas pelayanan meliputi :
 - a. tangibles,
 - b. reliability,
 - c. responsiveness,
 - d. assurance,
 - e. empathy.

3. Variabel Kualitas Lingkungan Fisik (X3), Menurut Ryu et al (2012:205) menjelaskan bahwa lingkungan fisik merupakan segala sesuatu yang terkait dengan pekerja yang dapat mempengaruhi kinerja pekerja serta kenyamanan pelanggan dimana lingkungan fisik berhubungan dengan penampilan restoran tersebut yang secara langsung turut menjadi penilaian pelanggan. Indikator variabel kualitas lingkungan fisik yakni :
 - a. desain interior,
 - b. background musik,
 - c. kebersihan area makan,
 - d. kerapian karyawan
4. Niat Perilaku Pelanggan (Y), Niat Perilaku Pembelian ulang Pelanggan merupakan kemauan untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain dan kemauan untuk melakukan pembelian berulang (Hutama & Subagio 2014). Utama & Subagio (2014), Niat Perilaku Pembelian Pelanggan dapat diukur dari 3 indikator, yaitu :
 - a. Loyalty to Company Suatu kondisi dimana pelanggan melakukan pembelian ulang secara berkala dan mereferensikan kepada orang lain.
 - b. Propensity to Switch Suatu perilaku yang menunjukkan kemungkinan untuk pindah atau tidaknya ke pesaing
 - c. Willingness to Pay More Suatu kondisi dimana bersedia untuk membayar lebih tinggi daripada seharusnya untuk memperoleh manfaat yang diterima.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data penelitian ini dengan metode angket (kuesioner). Kuesioner yaitu memperoleh data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan tertulis secara lengkap tentang masalah yang akan dibahas, tentang kualitas makanan, kualitas pelayanan dan kualitas lingkungan fisik terhadap niat perilaku pelanggan (pelanggan restoran soto lamongan cak har surabaya)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Responden yang di tentukan sebagai sampel adalah sebanyak 100 orang. Setiap responden di beri lembar kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah di sediakan. Penelitian ini akan mengidentifikasi karakteristik responden berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Jenis kelamin Berikut ini data karakteristik responden yang diperoleh dilapangan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pendidikan	Jumlah Orang	Presentase (%)
Wirasuwasta	20	20
Karyawan	17	17
Pelajar	22	22
Mahasiswa	41	41
Total	100	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (Data Diolah)

Dari tabel 1.4 dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan mahasiswa yaitu sebanyak 41 orang atau sebanyak 41%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan restoran soto lamongan cak har mayoritas berpendidikan mahasiswa.

Tabel 1.5 Karakteristik Berdasarkan Usia

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase %
Laki – laki	37	37
Perempuan	63	63
Total	100	100

Sumber : Hasil Penelitian, 2017 (Data Diolah)

Berdasarkan table 1.5 bahwa jumlah persentase jenis kelamin yang paling tinggi adalah Perempuan yaitu 63 responden atau 63%, dan jumlah persentase jenis kelamin yang terendah adalah Laki-laki 37 responden atau 37%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan restoran soto lamongan cak har mayoritas jenis kelamin perempuan.

Uji Instrumen

Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas dapat dijelaskan bahwa nilai validitas Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Lingkungan Fisik dan Niat Perilaku Pelanggan dari keseluruhan lebih besar dari 0,196 maka dapat dikatakan bahwa butir-butir pertanyaan itu valid atau memiliki validitas konstruk yang baik.

Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji, dapat dijelaskan bahwa nilai Cronbach Alpha > 0,60 yaitu : 0,749; 0,755; 0,776; dan 0,803,

maka konstruk kuisisioner Kualitas Makanan (), Kualitas Pelayanan (), Kualitas Lingkungan Fisik (X3) dan Niat Perilaku Pelanggan (Y) (pelanggan soto lamongan cak har surabaya).

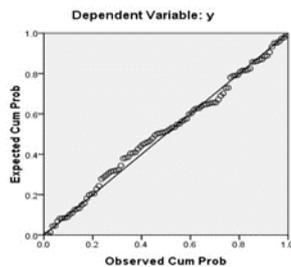
Analisis Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Gambar 1 menunjukkan bahwa grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual menggambarkan penyebaran data disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti

arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 1.2 Hasil Uji Normalitas
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Lampiran 4

Uji Multikolinieritas

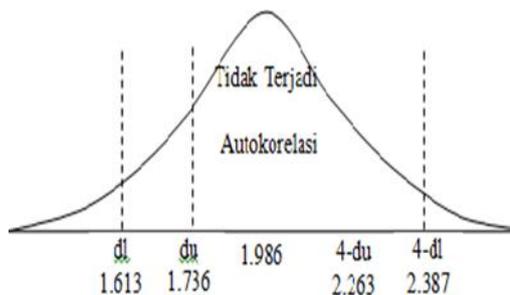
Dari hasil pengelolaan data diperoleh nilai tolerance value lebih besar dari 0,1 dan VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki masalah multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 1.6 Nilai Durbin Watson

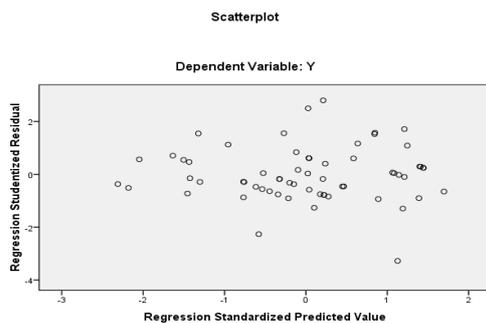
	Nilai	Keterangan
DU	1.986	Tidak ada autokorelasi

Berdasarkan tabel 1.6 diatas menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson 1,986 terletak antara batas atas du (1,736) dan 4-du (2,263), maka dapat di simpulkan tidak terdapat autokorelasi pada model regresi ini.



Gambar 4
Kurva Durbin Watson

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Lampiran 4

Gambar 1.4 menunjukkan sebaran data penelitian dalam scatterplot menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ganda bebas heteroskedastisitas

Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1.7 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.114	1.270		.090	.929
	X1	.120	.049	.203	2.447	.016
	X2	.263	.063	.378	4.202	.000
	X3	.224	.065	.239	3.427	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan data tersebut diatas maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0.114 + 0.120x + 0.263X + 0.224X_3$$

1. Nilai konstanta 0,114 menunjukkan apabila Kualitas Makanan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Lingkungan Fisik (X3), bernilai 0, maka Niat Perilaku Pembelian Ulang Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,114. Hal ini berarti tanpa adanya atau sebelum variabel Kualitas Makanan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Lingkungan Fisik (X3) dalam restoran maka besarnya Niat Perilaku Pembelian Ulang Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,114.
2. Jika Kualitas Makanan (X1) berubah dengan satu satuan nilai, maka Y akan berubah sebesar 0,120 satuan. Dengan anggapan Kualitas Pelayanan (X2) dan Kualitas Lingkungan Fisik (X3) tetap.
3. Jika Kualitas Pelayanan (X2) berubah dengan satu satuan nilai, maka Y akan berubah sebesar 0,263 satuan nilai dengan anggapan Kualitas Makanan (X1) dan Kualitas Lingkungan Fisik (X3) tetap.
4. Jika Kualitas Lingkungan Fisik (X3) berubah dengan satu satuan nilai, maka Y akan berubah sebesar 0,224 satuan nilai dengan anggapan Kualitas Makanan (X1) dan kualitas Pelayanan (X2) tetap.

Koefisien Determinasi

Tabel 1.8 Hasil Koefisien determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,678 ^a	,460	,443	1.330

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Lampiran 4

1. Berdasarkan data diatas maka diperoleh nilai Adjusted R Square = 0,443 dapat dikatakan bahwa perubahan variabel terikat Niat Perilaku Pembelian Ulang Pelanggan (Y) sebesar 44.3% disebabkan oleh variabel Kualitas Makanan (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂) dan Kualitas Lingkungan Fisik (X₃) sedangkan selebihnya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel tersebut.
2. Berdasarkan data diatas maka diperoleh nilai R Square = 0,460 artinya bahwa perubahan dalam variabel terikat Niat Perilaku Pembelian Ulang Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan dalam variabel Kualitas Makanan (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂) dan Kualitas Lingkungan Fisik (X₃) sebesar 46.0% sedangkan selebihnya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel tersebut.
3. R = 0,678 artinya kuatnya hubungan antar variabel independen (X) bersama-sama terhadap variabel (Y) yaitu 67,8%.

Analisis Uji Hipotesis

Uji t

Tabel 1.9 Hasil Uji Koefisien Parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.114	1.270		.090	.929
X1	.120	.049	.203	2.447	.016
X2	.263	.063	.378	4.202	.000
X3	.224	.065	.239	3.427	.001

Sumber: Lampiran 4

Hasil penelitian terhadap variabel Kualitas Makanan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,447, sedangkan t tabel sebesar 1,985. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel dengan signifikan sebesar 5%. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Makanan () terbukti berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku

Pembelian Ulang Pelanggan di Restoran Soto Lamongan Cak Har Surabaya.

Hasil penelitian terhadap variabel Kualitas Pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 4,202, sedangkan t tabel sebesar 1,985. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel dengan signifikan sebesar 5%. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku Pembelian Ulang Pelanggan di Restoran Soto Lamongan Cak Har Surabaya.

Hasil penelitian terhadap variabel Kualitas Lingkungan fisik () diperoleh nilai t hitung sebesar 3,427, sedangkan t tabel sebesar 1,985. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel dengan signifikan sebesar 5%. Dengan demikian hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial variabel Lingkungan Fisik () terbukti berpengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku Pembelian Ulang Pelanggan di Restoran Soto Lamongan Cak Har Surabaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengujian hipotesis pada uji parsial (uji t) memberikan hasil bahwa variabel Kualitas Makanan (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap niat perilaku pembelian ulang pelanggan.
2. Pengujian hipotesis pada uji parsial (uji t) memberikan hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap niat perilaku pembelian ulang pelanggan.
3. Pengujian hipotesis pada uji parsial (uji t) memberikan hasil bahwa variabel Kualitas Lingkungan Fisik (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap niat perilaku pembelian ulang pelanggan.

Saran

Bagi Aspek Manajerial

1. Melihat mean variabel Kualitas Makanan memiliki nilai terendah pada item banyak menu yang ditawarkan di restoran soto lamongan cak har surabaya, sebaiknya restoran soto lamongan cak har surabaya harus menambahkan menu hidangan makanan dan minuman yang lebih bervariasi sehingga pelanggan restoran soto lamongan cak har surabaya merasa mempunyai banyak pilihan makanan serta minuman yang disediakan dan akan tetap menjadi pelanggan di restoran soto lamongan cak har surabaya.

2. Melihat mean variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai terendah pada item restoran soto lamongan cak har surabaya memiliki fasilitas lengkap untuk skala restoran, sebaiknya restoran soto lamongan cak har surabaya harus menambahkan fasilitas lainnya seperti memasang wifi, sehingga pelanggan bisa menyantap hidangan restoran soto lamongan cak har surabaya dan menikmati akses layanan internet gratis.
3. Melihat mean variabel Kualitas Lingkungan Fisik memiliki nilai terendah pada item suasana restoran soto lamongan cak har surabaya terlihat cukup bersih, sebaiknya restoran soto lamongan cak har surabaya harus mengawasi kebersihan restoran, dengan cara seperti membersihkan meja yang sudah digunakan oleh pelanggan untuk menikmati hidangan. sehingga pelanggan baru yang akan menikmati hidangan restoran soto lamongan cak har surabaya merasa bersih dan nyaman.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dengan memperbanyak jumlah-jumlah variabel-variabelnya dan menggunakan teknik analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adya, dan Atep, 2003, *Dasar – Dasar Pelayanan Prima*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Garvery Michel, Dismore H & G, Dis more A., 2011, *Running a Restaurant For Dummies*, John Wiley & Sons, Inc, Canada.
- Ghozali Iman, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit: Universitas Diponegoro, Jakarta.
- Griffin, 2003, *Customer Loyalty*, Fourteenth Edition, Pearson Education Ltd.
- Irawan, Handi, 2002, *10 Kepuasan Pelanggan*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Ivancevich John M., Komopaske R. dan Matteson Michael T., 2006, *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Principles of Marketing 7e*, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller, 2006, *Marketing Management*, 12th Edition, Pearson Education, Upper Saddle River.
- Kisang Ryu, 2005, *Dinescape, Emotions and Behavioral Intention In Upscale Restaurant*, KANSAS STATE UNIVERSITY Manhattan, Kansas.
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2007, *Marketing An Introduction*, Eighth Edition, Pearson Education, Upper Saddle River.
- Kotler, P. dan K. Keller, 2012, *Marketing Management*, Fourteenth Edition, Pearson Education Ltd.
- Kotler, P. dan G. Armstrong, 2013, *Principles of Marketing*, Fourteenth Edition, Pearson Education Ltd.
- Lovelock, C. dan L.K. Wright, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks, Jakarta
- Levy, M. & Weitz, B.A, 2012, *Retailing management*, 8th edition, McGraw-Hill, New York.
- Niedert, Kathleen and Becky Dorner, 2004, *Nutrition Care of the Older Adult*, American Dietetic Association, USA
- Peter dan Olson, 2000, *Consumer Behavior dan Marketing Strategy*, American Dietetic Association, USA
- Purwanto, D., 2007, *Korespondensi Bisnis Modern*, ESENSI, Jakarta.
- Sahari, Basir, dan Jangga, 2012, *Factor of Food Dimension Affecting Customer Satisfaction In Family Restaurant*, University Teknologi Mara.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L., 2010, *Consumer behavior*, 10th edition, Pearson, Boston
- Silalahi, Ulber, 2009, *Metode Penelitian Sosial*, PT Refika Aditama, Bandung
- Soekresno, 2001, *Manajemen Food Beverage Service Hotel*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Subroto, Djoko. (2003). *Food & Beverage and Table Setting*, PT Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Administrasi, dilengkapi dengan Metode R&B*, edisi revisi cetakan ke 17, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*, | Alfabeta, Bandung.
- Sulek & Hensley, 2004, *The Relative Importance of Food, Atmosphere and Fairness of Wait*. Cornell University. Volume 45 Issue 3.
- Syugian, Syahu, 2006, *Kamus Manajemen Mutu*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Jurnal :
- Atmodjo M, 2005, *Restoran dan Segala Permasalahannya*, Yogyakarta.
- Black, Bernard S., H. Jang, dan W. Kim, 2010, *Does Corporate Governance*

- Affect Firm Value? Evidence from Korea.*
- Countryman, C.C. & Jang, S., 2006, *The effects of atmospheric elements on customer impression: the case of hotel lobbies*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18 (7) : 534–545
- Cox, Roger, and Paul Brittain, 2000, *Retail Management*, Pearson Professional, Fourth Edition, Great Britain.
- Ha, J. & Jang, S., 2010, *Effects of service quality and food quality: the moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment*, *International Journal of Hospitality Management*, 29 (4): 520 – 529.
- Ha, J. & Jang, S., 2012, *The effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception*, *Journal of Services Marketing*, Vol. 26 No. 3, hal 204
- Heung, V.C.S. & Gu, T., 2012, *Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions*, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 31, No. 4, hal 1167 – 1177.
- Hidayat & Setiawan, 2015, *Perancangan Interior Cafe dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya*, *Journal Intra*, Vol 3 No.2 hal 92– 101.
- Hutama C. L., dan Subagio H., 2014, *Analisa Pengaruh Dining Experience Terhadap Behavioral Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus : Domicile Kitchen and Lounge)*, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1*
- Kumar, I., Garg, R. & Rahman, Z., 2010, *Influence of retail atmospherics on customer value in an emerging market*, *Great Lakes Herald* Vol. 4, No. 1, hal 1– 13.
- Namkung, Y. & Jang, S.S., 2008, *Are highly satisfied restaurant customers really different? A quality perception perspective*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 20, No. 2, hal 142– 155.
- Namkung, Y., Jang, S., 2007, *Does food quality really matter in restaurant: its impact of customer satisfaction and behavioral intentions*, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol. 31, No. 3, hal 387 – 410
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L., 1988, *SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, hal 12 – 40.
- Ryu, K., Lee, H. & Kim, W.G., 2012, *The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and Behavioral intentions*, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 24, No. 2, hal 200 – 223.
- Zeithaml, V.A., 1988, *Consumer perceptions of price, quality, and value: a means end model and synthesis of evidence*, *Journal of Marketing*, Vol. 52, No. 3, hal 2 -22.

Website :

http://kanalsatu.com/id/post/32002/2016__apkrindo_jatim_optimis_pertumbuhan_restoran_sampai_15_berita_online_23september_2016

<http://surabayakota.bps.go.id/webbeta/frontend/index.php/Brs>

<http://www.kemepar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=114>

www.kooffeeplus.co.id