

# THE INFLUENCE OF MENU VARIETY AND FOOD QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT PRATA WAROENG 8 TIBAN, BATAM

Agung Arif Gunawan<sup>1</sup>, Lufita Devi Novriana<sup>2</sup>, Hendra Syaiful<sup>3</sup>.

<sup>1,2,3</sup>Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena yang terjadi di Prata Waroeng 8 yang berpengaruh kepada tingkat kepuasan konsumen. Adapun salah satunya seperti kesalahpahaman antara hidangan yang dipesan berbeda dengan hidangan yang disajikan. Lokasi penelitian ini bertempat di Prata Waroeng 8 Tiban, Kota Batam, Kepulauan Riau. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif kemudian data yang tersedia diolah menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic 19*. Dalam memperoleh data nya dengan peneliti menggunakan 338 responden yaitu konsumen yang pernah mendatangi usaha Prata Waroeng 8 Tiban ini. Penulis juga melakukan observasi, dokumentasi, membagikan kuesioner dan melakukan wawancara langsung dengan pemilik Prata Waroeng 8 untuk memperoleh informasi mengenai tempat dilakukannya penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah ragam menu berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kualitas makanan berpengaruh kepada kepuasan konsumen. Kemudian ragam menu dan kualitas makanan secara simultan berpengaruh kepada kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** kepuasan konsumen, kualitas makanan, ragam menu

## ABSTRACT

This study aims to determine the phenomena that occur in Prata Waroeng 8 that affect the level of consumer satisfaction. One of them is a misunderstanding between the dishes ordered and the dishes served. The location of this study is at Prata Waroeng 8 Tiban, Batam City, Riau Islands. In this study, the author used a quantitative method, then the available data was processed using the *IBM SPSS Statistic 19* application. In obtaining the data, the researcher used 338 respondents, namely consumers who had visited the Prata Waroeng 8 Tiban business. The author also conducted observations, documentation, distributed questionnaires and conducted direct interviews with the owner of Prata Waroeng 8 to obtain information about the place where the research was conducted. The results of this study are that the variety of menus affects consumer satisfaction and the quality of food affects consumer satisfaction. Then the variety of menus and food quality simultaneously affect consumer satisfaction.

**Keyword:** customer satisfaction, food quality, menu variety

## PENDAHULUAN

Di era sekarang ini aspek bisnis merupakan salah satu aspek yang mengalami perkembangan secara pesat. Banyak pihak yang memulai usaha bisnis nya mulai dari bisnis skala kecil maupun skala besar. Menurut Margaretha pada tahun 2004 didalam jurnal (Andre Alkahfi & M. Nawawi, 2022) Dunia bisnis yang berkembang pesat menghadirkan tantangan sekaligus ancaman bagi pelaku bisnis untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan profitabilitas perusahaan. Perusahaan yang ingin memperoleh dan mengembangkan keunggulan bersaing harus bisa menawarkan produk atau jasa yang lebih unggul dari pesaingnya, misalnya dengan harga yang lebih rendah dari pesaingnya, waktu pengiriman yang lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik. Memulai sebuah bisnis memerlukan ide dan konsep tujuan yang jelas

sehingga bisnis yang dijalankan menghasilkan keuntungan serta mencapai target awal yang telah ditentukan. Keuntungan juga diperoleh dari aspek pemasaran yang tepat, yaitu dengan cara memahami hal yang sedang menjadi selera dimasyarakat umum. Sehingga aspek pemasaran harus dipersiapkan secara matang sebelum membangun sebuah bisnis agar sasaran target yang dituju dapat tercapai.

Salah satu bisnis usaha yang berkembang di masa sekarang ialah usaha kuliner. Kuliner Indonesia perlahan mulai mendunia karena memiliki citarasa yang beragam dan unik. Penyajian secara tradisional dengan menggunakan daun pisang, janur (daun kelapa yang masih kucup), dan daun pandan menarik perhatian banyak kalangan dari mancanegara (Utami, 2018). Mengingat perkembangan dari kuliner tersebut, ini merupakan peluang bagi pribadi yang memiliki keinginan dalam membangun usaha kuliner ini. Seiring berkembang nya zaman, maka hal ini tentunya berdampak pula pada selera dan minat konsumen. Hal ini akan menjadi peluang yang sangat besar bagi pihak bisnis kuliner dengan cara terus berinovasi dengan menciptakan makanan yang disajikan dengan unik sehingga bisa menarik perhatian dan menciptakan rasa penasaran kepada konsumen. Sehingga konsumen akan terus-menerus mencari tahu informasi mengenai produk tersebut kemudian datang berkunjung untuk menikmati produk yang disajikan. Tentunya ini akan menimbulkan hal positif yaitu terciptanya hubungan baik yang terjadi antar konsumen dengan pemilik usaha kuliner tersebut.

Bisnis usaha kuliner tentunya sangat erat dengan kebutuhan manusia. Di era yang serba instan dan praktis ini tentunya juga akan berdampak pada aktifitas dan kebutuhan manusia.

demikian memenuhi kebutuhan pangan, konsumen di masa sekarang lebih memiliki minat dengan menikmati produk dari restoran cepat saji. Tentunya hal ini memiliki dampak yang baik bagi konsumen yaitu bisa menghemat waktu dan konsumen tidak perlu bersusah payah dengan menyiapkan segala bahan untuk memasak. Dengan adanya restoran cepat saji, konsumen hanya datang dan memesan menu yang diinginkan, dengan tidak perlu menunggu waktu lama hidangan datang dan siap untuk dinikmati.

Bisnis usaha di bidang kuliner ini tentunya memiliki cakupan yang luas, khususnya kuliner di negara kita yaitu Indonesia. Indonesia yang terbentang dari Sabang sampai Merauke tentunya memiliki banyak ragam bahasa, suku, ras dan setiap daerahnya memiliki ciri khas masing-masing apalagi dalam segi makanan khas daerahnya. Makanan khas setiap daerah memiliki cita rasa mulai dari yang manis dan legit, berlemak, penuh dengan rempah maupun sampai yang pedas sekalipun. Tentunya hal ini menambah nilai keunikan dari cita rasa kuliner Indonesia tersebut.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki perkembangan di sektor pariwisata terutama pada wisata kuliner ialah kota Batam yang terletak di Kepulauan Riau. Menurut Widjaja pada tahun 2020 dalam jurnal (Anggraini & Yana, 2022) Bagian penting dari nilai pariwisata daerah merupakan makanan, baik sebagai makanan ataupun untuk dijadikan hadiah oleh-oleh makanan khas. Selain sekedar untuk dijadikan oleh-oleh, makanan khas daerah juga dapat dikembangkan secara kualitas dan kuantitas sehingga dapat dijual ke daerah yang lain hingga ke para pendatang. Letak geografis suatu wilayah dapat mempengaruhi jenis makanan khas daerah wilayah tersebut. Kota Batam yang merupakan bagian dari daerah Riau Kepulauan yang dipisahkan di antara beberapa pulau ini terkenal dengan hasil kekayaan laut nya salah satunya yaitu seafood yang segar. Sehingga ini menjadi daya tarik sendiri yang dimiliki oleh Kota Batam untuk menarik wisatawan untuk datang berkunjung.

Salah satu makanan juga yang terkenal dan menjadi daya tarik dari Kota Batam ini sendiri ialah Prata. Prata merupakan roti yang memiliki bentuk hampir serupa dengan roti canai hanya saja memiliki teknik menggorengnya saja yang berbeda. Pada roti canai memerlukan minyak yang banyak dalam proses penggorengannya sedangkan prata hanya memerlukan minyak yang lebih sedikit. Dalam mengonsumsi prata biasanya disandingkan dengan kuah kari sebagai kuah nya. Namun seiring berkembangnya zaman mengikuti mengikuti selera masyarakat, prata mulai berinovasi mulai dari yang manis seperti prata pisang keju coklat, prata tiramisu, prata pisang keju maupun prata dengan rasa gurih misalnya prata telur yang tetap dinikmati dengan kuah kari. Hal ini menjadi salah satu aspek persaingan bisnis usaha kuliner yaitu untuk terus berinovasi memahami selera masyarakat agar produknya tetap dapat dinikmati di berbagai kalangan.

Prata Waroeng 8 merupakan salah satu usaha bisnis prata yang cukup terkenal di Kota Batam. Prata waroeng 8 ini sudah berdiri sejak tahun 1978 dan sudah memiliki beberapa cabang, diantaranya cabang Tiban, cabang Bengkong dan cabang Batu Aji. Prata Waroeng 8 memiliki cabang pusat

yaitu Prata Waroeng 8 Tiban. Prata Waroeng 8 ini menjadi cabang pusat dikarenakan memiliki lingkungan tempat restoran yang luas kemudian banyaknya konsumen yang lebih memilih Prata Waroeng 8 cabang Tiban ini dalam menikmati kelezatan yang dimiliki oleh hidangan prata ini. Penikmat Prata Waroeng 8 Tiban terdapat dari berbagai jenis kalangan mulai dari yang muda hingga lansia sekalipun. Ini dikarenakan menu yang disajikan di Prata Waroeng 8 Tiban disesuaikan dengan selera masyarakat untuk semua kalangan.

Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Narasumber Prata Waroeng 8 Tiban yaitu Pak Aah Sumardi. Prata Waroeng 8 Tiban memiliki menu yang bervariasi baik dari makanan maupun minuman yang disediakan. Hal ini menjadi bukti bahwa Prata Waroeng 8 Tiban benar-benar memahami selera konsumennya. Adapun menu yang menjadi best seller di Prata Waroeng 8 Tiban ialah teh tarik dan prata telur. Beberapa pelanggan yang datang memesan salah satu diantara kedua menu best seller tersebut sebagai hidangannya.

Adapun cara untuk memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya, terutama ketika perusahaan ini menawarkan berbagai macam produk (Kotler & Armstrong, 2017) variasi menu juga merupakan salah satu aspek yang menentukan kepuasan konsumen. Setiap bisnis usaha kuliner harus memahami bahwa konsumen yang datang memiliki minat dan selera yang berbeda-beda. Oleh karena itu, dengan menyediakan menu yang bervariasi ini akan memudahkan bisnis kuliner untuk menarik minat konsumen.

Kelengkapan produk juga sama halnya dengan keberagaman menu yang disediakan oleh sebuah bisnis makanan. Menurut Gede pada tahun 2022 didalam jurnal (Sumantri, 2023) Keunikan dari menu yang bervariasi dapat menjadikan konsumen sebagai pengalaman yang cukup memberikan kesan bagi pelanggan sehingga variasi menu makanan ialah sebuah faktor yang memberikan dampak pada keputusan pembelian pelanggan. Seseorang yang sudah menetapkan untuk melakukan pembelian atas suatu barang atau jasa terdapat banyak faktor yang dapat memberikan dorongan dan menjadikan pertimbangan bagi konsumen dalam menetapkan keputusan untuk membeli produk diantaranya perilaku konsumen sendiri. Keberagaman menu dapat dilihat dari segi keunikan, tampilan, rasa maupun cara penyajian menu tersebut kepada konsumen sehingga menambah rasa penasaran dan rasa ingin memenuhi selera. Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap keuntungan suatu bisnis makanan, ketika pelanggan memiliki kepuasan dan terjalinnya hubungan baik dengan pelanggan maka akan terjadi repeat order pada bisnis makanan tersebut.

Kualitas produk merupakan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen. Kualitas produk sendiri adalah suatu pemahaman mengenai produk yang di tawarkan seorang pedagang yang memiliki nilai jual sesuai dengan kualitas yang tidak dipunyai oleh merek lain. Maka dari itu, perusahaan merek selalu berfokus terhadap kualitas produk serta melakukan perbandingan dengan produk merek perusahaan lain. Kualitas produk dicerminkan dengan bagus

atau tidaknya dalam hal kehandalan, daya tahan, kemajuan, kemudahan pengemasan, kekuatan, reparasi produk dan lain sebagainya (Aprita Nur Maharani & Ali Alam, 2022) Kualitas makanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas jika memiliki pengalaman membeli yang berkesan sehingga akan menimbulkan repeat order kepada bisnis usaha makanan tersebut. Sehingga hal ini akan memberikan keuntungan yang besar pada bisnis usaha tersebut serta mendapat kesan dan penilaian yang baik pula oleh setiap konsumen. Kualitas produk yang baik tentunya berdampak baik juga terhadap perusahaan. Ketika suatu bisnis usaha menyajikan produk mereka dengan baik dan memenuhi eskpetasi kosumen sehingga hal ini tentunya berdampak baik pada bisnis udaha tersebut.

Kemudian adapun permasalahan selanjutnya ialah berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa konsumen Prata Waroeng 8 dan beberapa hasil review dari aplikasi GoFood dan GrabFood bahwa adanya beberapa alasan dari konsumen mengenai kepuasan pada produk yang dinikmati. Konsumen merasa tidak puas dengan kuah prata nya seperti kuahnya terkadang terasa sedikit asam dan rasanya tidak konsisten. Beberapa juga terjadi salah orderan, misalnya konsumen memesan menu nasi goreng melalui aplikasi GoFood tetapi berbeda dengan yang dipesan ketika makanan telah diantar ke alamat tujuan. Konsumen juga pernah ketika dine-in memesan nasi goreng tidak pedas namun yang datang nasi goreng pedas. Beberapa dari konsumen memiliki tanggapan yang sama seperti porsi makanan yang terkadang berubah-ubah atau tidak konsisten. Jika masalah seperti ini dibiarkan tentunya akan berpengaruh kepada kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban, Batam ini.

Kesimpulan dari faktor yang telah diuraikan di atas sebelumnya yaitu ragam menu dan kualitas makanan yang disajikan apakah akan selalu berpengaruh kepada kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan masalah yang terjadi kepada konsumen usaha Prata Waroeng 8 ini, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ragam menu dan Kualitas Makanan Prata Waroeng 8 Terhadap Kepuasan Konsumen”.

## BAHAN DAN METODE

### Ragam Menu

Perusahaan harus bisa mengambil keputusan yang tepat untuk menentukan varian menu dalam menyajikan makanan dan minuman di restoran tersebut, karena dengan adanya penawaran pelayanan dari rumah makan atas macam-macam menu masakan, dalam arti menu yang lengkap mulai dari rasa, jenis makanan dan minuman serta ketersediaan produk setiap saat, hal tersebut akan dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan suatu pembelian dan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam menu sesuai dengan keinginan mereka (Silvia & Sanjaya, 2022).

Menurut Astuti et al. (2019) dalam jurnal (Timo & Timor, 2021) menunjukkan bahwa variasi menu dan cita rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti variasi menu dan cita rasa yang tinggi cenderung akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Ketika suatu restoran menyajikan menu yang bervariasi kepada konsumen itu menandakan bahwa restoran tersebut memahami setiap konsumen yang datang ke tempatnya mempunyai selera yang berbeda-beda. Ketika memiliki menu yang bervariasi juga selaras dengan cita rasa yang tinggi ini akan mnejadi nilai tambahan bagi kepuasan konsumen yang datang ke restoran tersebut.

Menurut John H.I dan Maria J.T dalam jurnal (Permana et al., 2022) Indikator tentang ragam menu sebagai berikut :

1. Jenis pilihan menu makanan dan minuman. Beragam menu pilihan dari makanan dan minuman. Jika makanan ada makanan yang berkuah, goreng dan kukus atau rebus. Sedangkan minuman mulai dari minuman ringan sampai berat, seperti teh, kopi, jus dan sop buah.
2. Rasa makanan dan minuman. Rasa yang dihasilkan oleh makanan dan minuman tersebut, apakah sebanding dengan harga dan tampilan menu yang dijual oleh cafe.
3. Presentasi makanan dan minuman. Komposisi bahan yang digunakan dalam membuat suatu menu makanan dan minuman. Seperti berapa kandungan gram tiap bahan dalam makanan dan minuman.
4. Ukuran porsi makanan dan minuman. Banyaknya jumlah makanan dan minuman yang disajikan. Jika makanan misalnya 1 porsi, 2 porsi atau bahkan cafe menyajikan makanan 1 porsi namun isinya sedikit. Sedangkan minuman disajikan muali dari 10 Oz, 12 Oz, 14 Oz atau 16 Oz.

### Kualitas Makanan

Menurut Yamit (2010) pada jurnal (Rahayu et al., 2022) kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas tidak hanya terdapat pada barang atau jasa saja, tetapi juga termasuk dalam produk makanan.

Kualitas produk merupakan sesuatu hal yang harus diperhatikan dengan baik. Penggunaan nilai sebagai ciri penampilan atau pelaksanaan item merupakan bagian penting dari sistem perusahaan untuk mencapai keunggulan yang terus berkembang. Keunggulan suatu produk atau jasa tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh usaha tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen (Virghina, 2023).

Terdapat beberapa indikator untuk mengukur kualitas makanan (Baihaky et al., 2022):

1. Warna dari bahan –bahan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi.

2. Penampilan, makanan harus terlihat baik saat disajikan, dimana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting.
3. Porsi, memiliki porsi standard dalam setiap penyajian halaman.
4. Bentuk, bentuk makanan memainkan peran penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi.

**Kepuasan Konsumen**

Kepuasan Konsumen merupakan aspek utama dalam pemasaran suatu produk khususnya yang memiliki kualitas baik dan brand yang terkenal. Gagasan sentral memberikan kemudahan dalam pemasaran dan dapat dipercaya oleh pembeli dari segi kualitas dan manfaatnya setelah memberikan penilaian terhadap suatu produk. Hal ini membuktikan bahwa rasa puas konsumen terhadap suatu brand, tidak akan mudah berpaling dari brand tersebut. Pembeli yang loyal terhadap suatu merek dibuktikan dengan continue dalam membeli produk tersebut dan tidak mudah tertarik dengan produk lain meskipun lebih unggul serta dengan harga yang lebih murah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor kepuasan pelanggan dilihat dari kualitas produk dan harga suatu barang (Aprita Nur Maharani & Ali Alam, 2022).

Adapun indikator kepuasan konsumen menurut (Safitri et al., 2022)

1. Terpenuhinya keinginan konsumen
2. Kemampuan perusahaan melayani konsumen dibandingkan kompetitor
3. Konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Konsumen akan membeli kembali

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Item 1	Prata Waroeng 8 Tiban memiliki menu yang banyak	0,313	0,113	Valid
Item 2	Prata Waroeng 8 Tiban memiliki inovasi dalam menyediakan menu baru	0,560	0,113	Valid
Item 3	Prata Waroeng 8 Tiban menyajikan makanan yang dapat diterima oleh lidah konsumen	0,421	0,113	Valid
Item 4	Prata Waroeng 8 Tiban menyajikan menu yang menggugah selera	0,570	0,113	Valid
Item 5	Harga variasi menu sesuai dengan porsi makanan	0,642	0,113	Valid

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Item 1	Prata Waroeng 8 Tiban memiliki rasa produk yang enak, lezat dan penuh cita rasa	0,530	0,113	Valid
Item 2	Prata Waroeng 8 Tiban menyajikan menu makanan yang sesuai dengan standar	0,413	0,113	Valid
Item 3	Makanan di Prata Waroeng 8 Tiban memiliki rasa sesuai dengan yang diinginkan	0,426	0,113	Valid
Item 4	Makanan di Prata Waroeng 8 Tiban memiliki rasa yang konsisten	0,505	0,113	Valid
Item 5	Prata Waroeng 8 Tiban menyajikan makanan dengan tingkat kematangan makanan yang sesuai dan sangat pas untuk di konsumsi	0,498	0,113	Valid

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Item 1	Saya tertarik membeli produk di Prata Waroeng 8 Tiban karena memiliki banyak pilihan menu	0,419	0,113	Valid
Item 2	Prata Waroeng 8 Tiban memiliki pelayanan yang baik	0,456	0,113	Valid
Item 3	Saya bersedia merekomendasikan Prata Waroeng 8 Tiban kepada orang lain	0,642	0,113	Valid
Item 4	Prata Waroeng 8 Tiban dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan dari menu yang dan kualitas yang ditawarkan	0,323	0,113	Valid
Item 5	Saya akan membeli kembali produk yang ditawarkan Prata Waroeng 8 Tiban	0,536	0,113	Valid

Dari tabel 1 menunjukkan data yang dimiliki oleh peneliti valid dengan ketentuan  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

**UJI RELIABILITAS**

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Keputusan
Ragam Menu	0,789	5	Reliabel
Kualitas Produk	0,832	5	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,847	5	Reliabel

Hasil dari Tabel 2 menunjukkan bahwa Ragam Menu (X1) dan Kualitas Makanan (X2) memiliki Cronbach Alpha diatas 0,06 sehingga data kuesioner yang dimiliki adalah reliabel.

**UJI NORMALITAS**

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Mean	Standardized Predicted Value
N		338
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.0000000
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	-.089
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		1.643
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Berdasarkan data output hasil uji normalitas pada One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test bahwa nilai Asymp. Sig (2 tailed) lebih besar 0.05 maka data berdistribusi normal.

**UJI MULTIKOLINERITAS**

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

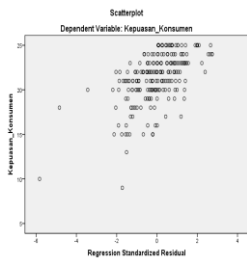
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ragam_Menu	.418	2.391
	Kualitas_Makanan	.418	2.391

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Berdasarkan tabel data hasil uji multikolinieritas diatas antara variabel ragam menu (X1) dan kualitas makanan (X2) memiliki nilai tolerance >0,10 dan nilai VIP <10,00 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas didalam model regresi

**UJI HETEROKEDASTISITAS**

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas



Dengan melalui uji Scatterplot dapat dilihat pada titik-titik pada Scatterplot yang menyebar secara acak. Maka dapat ditarik kesimpulan tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas diantara kedua variabel.

**ANALISIS DATA**

**ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA**

Tabel 6 Analisis Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.891	.736		1.212	.226
	Ragam_Menu	.272	.050	.245	5.481	.000
	Kualitas_Makanan	.689	.048	.646	14.437	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = 0.891 + 0.272X_1 + 0.689X_2$$

**KOEFISIEN KORELASI (R) dan KOEFISIEN DETERMINASI (R<sup>2</sup>)**

Tabel 7. Koefisien korelasi dan Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 <sup>a</sup>	.719	.718	1.425

Berdasarkan tabel diatas, nilai R<sup>2</sup> atau R square sebesar 71,9%. Maka pengaruh variabel ragam menu (X<sub>1</sub>) dan variabel kualitas makanan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 sebesar 71,9% dan sisanya 28,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi

**UJI PARSIAL (UJI-t)**

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.891	.736		1.212	.226
	Ragam_Menu	.272	.050	.245	5.481	.000
	Kualitas_Makanan	.689	.048	.646	14.437	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan:

- 1) Variabel Ragam menu (X<sub>1</sub>)  
Diketahui nilai sig. variabel ragam menu (X<sub>1</sub>) 0.000 > 0.05 dan nilai Thitung 5.481 > 0.000074 sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Maka ragam menu (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban.
- 2) Variabel Kualitas Makanan (X<sub>2</sub>)  
Diketahui nilai sig. variabel kualitas makanan (X<sub>2</sub>) 0.000 > 0.05 dan nilai Thitung 14,437 > 0.000074 sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Maka kualitas makanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban.

**UJI SIMULTAN (UJI F)**

Tabel 9. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1743.250	2	871.625	429.326	.000 <sup>a</sup>
	Residual	680.123	335	2.030		
	Total	2423.373	337			

Berdasarkan tabel 9 diatas, diperoleh nilai F adalah 429.326, maka F<sub>hitung</sub> 429.326 > F<sub>tabel</sub> 1.967. Kesimpulan dari perbandingan tersebut ialah ragam menu dan kualitas makanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dengan kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban.

**Pembahasan**

**1. Pengaruh Ragam Menu (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ragam menu (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 Tiban. Berdasarkan hasil data yang diperoleh hasil Uji T, didapatkan Thitung ragam menu (X<sub>1</sub>) 5,481 > Ttabel 0,00007. Adapun variabel ragam menu (X<sub>1</sub>) memiliki mean sebesar 4,35 yang berpengaruh positif. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel ragam menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi mempunyai indikasi bahwa setiap peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban dipengaruhi oleh ragam menu, namun ragam menu dapat menjadi pertimbangan strategi Prata Waroeng 8 dalam meningkatkan pembelian.

### 2. Pengaruh Kualitas Makanan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 Tiban. Berdasarkan hasil data yang diperoleh hasil Uji T, didapatkan Thitung kualitas makanan (X<sub>2</sub>) 14,347 > Ttabel 0,00007. Adapun variabel kualitas makanan (X<sub>2</sub>) memiliki mean sebesar 4,36 yang berpengaruh positif. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi mempunyai indikasi bahwa setiap peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban dipengaruhi oleh kualitas makanan, namun kualitas makanan dapat menjadi pertimbangan strategi Prata Waroeng 8 dalam meningkatkan pembelian.

### 3. Pengaruh Ragam Menu (X<sub>1</sub>) Kualitas Makanan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Penelitian ini juga melihat pengaruh antara variabel ragam menu (X<sub>1</sub>) dan kualitas makanan (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai F adalah 429.326, maka Fhitung 429.326 > Ftabel 1.967. Kesimpulan dari perbandingan tersebut ialah ragam menu dan kualitas makanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dengan kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban. Kemudian hasil uji determinasi nilai R<sup>2</sup> atau R square sebesar 71,9%. Maka pengaruh variabel ragam menu (X<sub>1</sub>) dan variabel kualitas makanan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 sebesar 71,9% dan sisanya 28,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan data analisis yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat diambil kesimpulan:

1. Ragam menu (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sehingga mempunyai indikasi bahwa setiap peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban dipengaruhi oleh ragam menu, namun ragam menu dapat menjadi pertimbangan strategi Prata Waroeng 8 dalam meningkatkan pembelian.
2. Kualitas makanan (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban. Hal ini dapat dilihat dengan adanya beberapa faktor seperti rasa kuah prata yang terkadang tidak konsisten. Beberapa juga terjadi salah orderan, misalnya konsumen memesan menu nasi goreng melalui aplikasi GoFood tetapi berbeda dengan yang dipesan ketika makanan telah diantar ke alamat tujuan. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi mempunyai indikasi bahwa setiap peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung Prata Waroeng 8 Tiban dipengaruhi oleh kualitas makanan sehingga kualitas makanan dapat menjadi pertimbangan strategi Prata Waroeng 8 dalam meningkatkan pembelian.

3. Kedua variabel yaitu ragam menu (X<sub>1</sub>) dan kualitas makanan (X<sub>2</sub>) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) di Prata Waroeng 8 Tiban. Oleh karena itu, kedua faktor ini merupakan faktor penting maka harus diperhatikan agar meningkatnya kualitas konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Living in the world that is fit for habitation: CCI's ecumenical and religious relationships. In *Aswaja Pressindo*.
- Andre Alkahfi, M., & M. Nawawi, Z. (2022). Peran Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis di Era Globalisasi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 3(2), 167–177. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i2.1538>
- Anggraini, R., & Yana, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Tempat, dan Kualitas Makanan Khas Melayu Terhadap Kepuasan Pelanggan Wisata Kuliner di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1081–1094. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.697>
- Aprileny, I., Arifiani, P. N., & Emarawati, J. A. (n.d.). *Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere Dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Konsumen: Restoran Bijin Nabe By Tsukada Nojo Plaza Senayan, Jakarta )*. 5(3), 108–116.
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Baihaky, S., Yogatama Ahmad Nizar, & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85.
- Creswell, J. W. 2009. (n.d.). *Table of Contents PART I - Preliminary Considerations*.
- Fenny Krisna Marpaung, Markus Willy Arnold S, Asyifa Sofira, S. A. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya*. 7, 49–64.
- Konsumen, T. K., Upnormal, W., & Kota, D. I. (2019). *School Of Business*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.

- Novel, A. H., Kamanda, S. V., & ... (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (CFC Batuaji Batam). *Jurnal Al ...*, 1(1), 26–32. <https://institutabdullahsaid.ac.id/e-journal/index.php/jurnal-al-amal/article/view/123%0Ahttps://institutabdullahsaid.ac.id/e-journal/index.php/jurnal-al-amal/article/download/123/64>
- Pahlawan, U., Tambusai, T., Lestari, A., & Fitriasia, A. (2022). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. 4, 8558–8563.
- Permana, A. E., Tri, R., Suci, Y., & Lestari, P. (2022). *The Effect Of Caf Menu Variations And Atmosphere On Competitive Advantage ( Case Study on Volkswagen Café in Tasikmalaya ) Pengaruh Variasi Menu Dan Atmosfer Café Terhadap Keunggulan Bersaing ( Survei Pada Konsumen Volkswagen Café di Tasikmalaya )*. 2(3), 719–726.
- Rahayu, E., Adilase, B. P., Subrata, G., & Yuliamir, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Makanan dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Banquet Awan Sewu Hotel*. 82–91.
- Safitri, A., Kusumastuti, E., & Haryanti, T. (2022). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Purwokerto). *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 2(1), 12–20. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakaaktiva.v2i1.137>
- Silvia, E., & Sanjaya, V. F. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Cita Rasa Dan Varian Menu Ayam Geprek Abu Ahda Terhadap Minat Beli Konsumen*. 3(1), 404–412.
- Sumantri, V. (2023). *ANALISIS PENGARUH VARIASI MENU MAKANAN TERHADAP*. 6(2), 915–931.
- Timo, F., & Timor, U. (2021). *THE INFLUENCE OF MENU VARIATIONS AND SERVICE QUALITY ON GUEST*. 3(3), 8–16.
- Utami, S. (2018). Kuliner sebagai identitas budaya. *Cover Age: Journal of Strategic Communication*, Hal. 36-44, 8(2), 36–44.
- Virghina, S. dan B. M. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pizza Mafia Cilandak. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 1(4). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat/article/view/487>
- Wahyuni, T., Permata, I., & Nurdiono, M. (2023). Analisis Varian Menu Dan Kepuasan Konsumen Bakmi Jogja Gending Sari Di Surabaya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 13492–13500..