

PENGARUH HYGIENE DAN KUALITAS PACKAGING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SOP AYAM KLATEN TIBAN CENTER

Nadya Handayani

Prodi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

Eryd Saputra

Prodi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

saputra.eryd@gmail.com

ABSTRACT

At first this klaten soup had many customers, but in the following years many home-based businesses also sold chicken soup. Currently, the Klaten soup tends to be quiet. The aims of this study were (1) to determine the effect of hygiene on consumer satisfaction, (2) to determine the effect of packaging quality on consumer satisfaction, (3) to determine the effect of hygiene and packaging quality on consumer satisfaction at the Sop Klaten Tiban Center. This research is a quantitative research with a survey method. This study uses data taken from a sample of customers who answer the questionnaire. Methods of data analysis using Multiple Linear Regression Analysis. The results of this study show that: (1) hygiene affects consumer satisfaction at Sop Klaten Tiban Center (2) Packaging quality does not affect consumer satisfaction at Sop Klaten Tiban Center (3) hygiene and packaging quality affect consumer satisfaction at Sop Klaten Tiban Center. Hygiene is very important for consumer satisfaction so that it can be further improved regarding the cleanliness of the restaurant environment, and packaging also needs to be improved so that it provides more customer satisfaction, but there is no such influence so that sellers can improve in other ways, for example the taste of food.

Keywords: Hygiene, Consumer Satisfaction, Packaging Quality

PENDAHULUAN

Makanan adalah suatu kebutuhan pokok bagi manusia selain sandang dan papan. Makanan yang sehat dan bergizi merupakan makanan yang dapat menjamin kebutuhan gizi untuk proses tumbuh kembang manusia. Makanan yang bergizi tentu saja mengandung unsur-unsur mulai dari bahan yang berkualitas. Bahan yang berkualitas mengandung banyak gizi yang lengkap seperti karbohidrat, lemak, protein, vitamin, mineral, dan air. Selain makanan yang bergizi lengkap juga dibutuhkan makanan yang sehat. Makanan yang sehat merupakan makanan yang *hygiene*.

Hygiene makanan tetap harus dijaga meskipun pembeli tidak melihat dapur atau tidak makan di tempat, namun memilih membeli lewat jasa *gofood*, *grabfood*, atau *shopeefood*. (Soegiantoro, Soegiantoro and ..., 2022). Pentingnya praktik *hygiene* dan sanitasi pangan yang tepat dalam proses produksi dan pangan olahan. Sanitasi pangan merupakan upaya untuk menciptakan dan mempertahankan kondisi pangan yang sehat dan higienis yang bebas dari bahaya cemaran biologis, kimia, dan benda lain. Sanitasi juga bertujuan untuk mencegah dan meminimalisir risiko penyebaran virus serta menjamin mutu dan keamanan pangan (Soedirman, 2021). Oleh karena itu pentingnya para pelaku ekonomi yang bergerak

dibidang kuliner harus selalu memperhatikan kebersihan.

Menurut Atmoko (2017) faktor yang sangat penting dalam pelayanan bisnis rumah makan adalah kenyamanan dan jaminan kebersihan untuk kesehatan demi kelangsungan hidupnya yaitu "*hygiene* dan sanitasi" (kesehatan dan kebersihan). Namun bisnis tidak hanya bergantung pada faktor itu saja, faktor lain yang mendukung bisnis kuliner adalah pelayanan, lokasi, kualitas makanan, varian menu serta packagingnya.

Dalam melakukan bisnis rumah makan perlu juga untuk memperhatikan *packaging*. Pada awalnya kemasan berfungsi sebagai tempat atau wadah suatu makanan untuk melindungi makanan dari debu, sinar, panas, serta hal-hal lainnya. Namun saat ini banyak sekali manfaat yang diperoleh dari kemasan. Salah satunya adalah sebagai sarana promosi. Menurut Willy & Nurjanah (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya kemasan produk. Biasanya konsumen akan cenderung memilih produk makanan dengan kemasan menarik, dibandingkan dengan produk yang kemasannya polos atau sederhana dan tidak menarik. Bahkan dengan produk yang sama, namun kemasan yang berbeda dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sebagai contoh jika melihat sop ayam melalui *gofood* atau *grabfood* dengan kemasan yang polos atau dengan membeli sop

ayam melalui gofood atau *grabfood* dengan kemasan yang menarik, manakan yang akan dipilih? Tentu saja konsumen akan lebih memilih kemasan dengan sticker yang menarik dan model kemasan yang juga menarik walaupun rasanya belum tentu enak. Hal ini juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli sebuah produk.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan setelah dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu rahasia keberhasilan suatu bisnis (Atmoko, 2017). Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan rasa suka atau senang terhadap apa yang diharapkan atau diperolehnya. Dalam kuliner, apabila konsumen merasa puas dengan suatu makanan atau hidangan yang disajikan maka konsumen cenderung akan kembali untuk membeli makanan tersebut. selain itu banyak yang diperoleh apabila suatu bisnis makanan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya, salah satunya terciptanya kepercayaan akan citra makanannya. Namun sebaliknya, apabila sebuah bisnis kuliner atau rumah makan tidak memberikan pelayanan yang baik seperti tidak terciptanya hygiene dan sanitasi, serta *packaging* tidak menarik maka rumah makan tersebut akan sulit untuk bersaing dengan rumah makan lainnya. Saat ini persaingan dagang semakin ketat karena adanya marketing yang semakin gencar dilakukan oleh beberapa pelaku bisnis kuliner. Masyarakat lebih mudah melihat langsung kebersihan dan kesehatan rumah makan karena banyak promosi dilakukan yang langsung menunjukkan keadaan atau lokasi rumah makan.

Sop Klaten, merupakan kuliner Tiban Centre yang merupakan tempat makan yang berada di Batam. Rumah makan ini menyajikan berbagai menu bakso dan soto yang dibanderol dengan harga yang murah dan bersahabat. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Toyo yang berasal dari Klaten Jawa Tengah. Bapak Toyo merantau ke Batam kemudian mendirikan warung Sop yang dinamai "Sop Ayam Klaten Pak Toyo". Berikut disajikan gambar dari sop tersebut.



Gambar 1. Sop Ayam Klaten

Pada awalnya sop klaten ini mempunyai banyak pelanggan, namun beberapa tahun berikutnya banyak pelaku bisnis rumahan yang juga menjual sop ayam.

Saat ini sop klaten tersebut bisa dibbilang cenderung sepi. Kemungkinannya, mulai dari tahun 2020 pada saat *Covid-19* merebak, seluruh masyarakat dihimbau untuk berjaga jarak, banyak perusahaan tutup dan tidak jarang karyawan di PHK, serta kantor-kantor dinas tutup karena karyawan WFH (*Work From Home*), sehingga dapat diduga bahwa masyarakat lebih memilih memasak makanan dirumah atau membeli dengan system online melalui *gofood*, *grabfood*, dan *shopeefood*. Sedangkan saat ini keadaan malah menjadi kebiasaan masyarakat walaupun sudah dalam new normal. Masyarakat membeli online dengan melihat-lihat langsung gambar/foto makanan yang akan dipesan, dengan kemasan yang juga terdapat dalam katalog setiap penjual.

Dari penelusuran, Sop Klaten kurang memberikan kemasan yang menarik dan aman untuk dipesan online. Kemasan di Sop Klaten belum memperhatikan dampak marketing saat ini, karena masih sering dijumpai kemasan yang digunakan hanya menggunakan plastik bening biasa, kemasan dengan menggunakan plastik bening tentu saja tidak dapat memberikan kesan keindahan karena tidak ada stiker logo yang bisa di tempel dengan tujuan untuk memberikan informasi seperti nomor telepon yang dihubungi untuk pemesanan dan lain sebagainya. Kemasan di Sop Klaten Tiban Center dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Packaging Sop Klaten Tiban Center

Namun, Sop Klaten Tiban Center memiliki kemasan yang berbeda dengan sebelumnya, yaitu dengan model box, dengan logo pada kemasannya dengan tutup mika bening. Kemasan tersebut sudah lebih baik dari sebelumnya namun, ketahanan kemasan untuk Sop masih kurang terjamin, serta pada bagian logo tidak dicantumkan informasi atau kontak penjual. Tutup mika bening seperti gambar berikut lebih mudah bocor atau tumpah saat digunakan untuk mengemas makanan berjenis sop dan makanan lain yang berkuah.

Selain itu dari observasi awal di rumah makan Sop Klaten terlihat kurang adanya kebersihan dan kesehatan, dilihat beberapa debu disudut-sudut warung. Dan ketika salah seorang makan di Sop Klaten pengunjung tersebut menemukan adanya sehelai rambut yang ada di makanan tersebut, adanya rambut dimakanan menandakan kurang adanya kebersihan dalam megolah dan menyajikan makanan.

Ditambah dengan tempat yang kurang bersih, debu yang menempel di meja dan alat makan lain yang tersaji dimeja akan membuat konsumen enggan untuk berkunjung lagi ke sop klaten. Kemudian dari wawancara yang diperoleh ialah adanya penurunan omset. Penurunan omset dimulai sejak tahun 2020. Berikut tabel penurunan omset Sop Klaten dengan Perbandingan per harinya.

Tabel 1. Omset Sop Klaten

Tahun	Omset/Hari
2019	1.800.000
2020	900.000
2021	750.000
2022	1.200.000

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi awal tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 omset perhari kurang lebih mencapai Rp 1.800.00.-, namun pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis yaitu menjadi Rp 900.000.-, pada tahun 2021 omset kurang lebih Rp 750.000 dan menurun dari sebelumnya. Namun pada tahun 2022 Sop Klaten meningkat dari tahun sebelumnya yaitu menjadi Rp. 1.200.000/hari. Walaupun terjadi peningkatan namun masih belum mencapai omset di tahun 2019. Ini artinya Sop Klaten masih lesu dan perlu adanya perbaruan mengenai hygiene dan sanitasi serta packaging. Dari uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di rumah makan Sop Klaten dengan judul **“Pengaruh Hygiene dan Packaging terhadap Kepuasan Konsumen Sop Klaten Tiban Centre”**.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) Penelitian kuantitatif adalah sejenis penelitian yang menghasilkan penemuan baru yang dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan metode faktual atau metode pengukuran yang berbeda (pengukuran). Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini adalah metode survei. Dalam penelitian survei, informasi dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Survei baseline penelitian umum pada penelitian di mana data dikumpulkan dari sampel atau populasi untuk mewakili seluruh populasi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel yang diteliti, Penelitian ini termasuk kedalam penelitian korelasi, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variable atau lebih (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini yang menjadi variable bebas (*independent*) adalah Hygiene (X1) dan Kualitas Packaging (X2). Sedangkan yang menjadi variable terikat (*dependent*) adalah Kepuasan Konsumen (Y).

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Sop klaten Tiban Center yang datang 4 bulan terakhir (yang mempunyai jejak kontakannya) sebanyak 1.598 orang.

Tabel 2. Jumlah Pengunjung

Bulan	Jumlah Pengunjung
Agustus	180
September	158
Total	338

Sumber: Data Diolah 2023

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi. Untuk menentukan jumlah sample pada penelitian ini menggunakan teknik slovin yaitu teknik pengambilan sampel yang menggunakan seluruh jumlah populasi sebagai sampel penelitian. Untuk menentukan jumlah populasi pada penelitian ini menggunakan rumus *slovin* :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{338}{1 + 338(0,05)^2} = 183$$

Berdasarkan rumus *slovin* tersebut, penelitian ini menggunakan jumlah dari populasi konsumen selama 2 bulan terakhir yaitu sebanyak 338 konsumen, dan dengan menggunakan kelonggaran 5 % (0,05). Jadi jumlah sampel yang digunakan berdasarkan hasil perhitungan Slovin adalah sebanyak 183 orang.

Operasional Variabel Penelitian

Menurut Tritjahjo yang dikutip dalam (Cindy, 2022) variabel penelitian merupakan objek yang menempel pada diri subjek berupa suatu data yang dikumpulkan dan menggambarkan suatu kondisi atau nilai masing-masing subjek penelitian. Selanjutnya Arikunto (2014) menjelaskan bahwa variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang dilaksanakan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi yang kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel yang diteliti sebagai berikut:

1. Variabel independen atau bebas (X)
2. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu hygiene (X₁) dan kualitas packaging (X₂)
3. Variabel dependen atau terikat (Y)
4. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen(Y)

Jenis Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dilakukan penelitian adalah untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Penelitian ini penulis menggunakan sumber data:

1. Data Primer, data primer merupakan data yang didapat berdasarkan sumber asli tanpa melalui perantara. Pengumpulan data primer ada tiga cara yaitu dengan wawancara, kuisoner dan observasi (Sugiyono, 2018)

- Data Sekunder, menurut Sugiyono (2018) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan alat yang dipakai untuk mendapatkan atau mengumpulkan data untuk memecahkan masalah penelitian atau mencapai penelitian. (Kusumastuti, Khoirun, 2020). Dalam penelitian ini, instrument penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Wawancara
Wawancara merupakan teknik pengumpulan data atau informasi yang digunakan peneliti untuk mengetahui lebih banyak tentang hal hal dari responden. Menurut Sugiyono dalam (Sari, 2018), wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.
- Observasi
Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan meninjau secara langsung di tempat penelitian untuk mengetahui kondisi tempat penelitian dan membuktikan kebenaran dari desain penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono yang dikutip dalam (Rofifah, 2020) mengemukakan Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Menurut Sugiyono (2018) yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data penelitian dengan mempunyai sifat dasar naturalistik yang berlangsung dalam konteks natural, pelakunya berpartisipasi secara wajar dalam interaksi. Jenis-jenis observasi menurut (Sugiyono, 2018)
- Kuesioner
Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Metode ini cukup mudah dan efisien digunakan dalam pengumpulan data yang diperlukan. Menurut Sugiyono yang dikutip dalam (Saptutyingsih dan setyaningrum, 2019), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner online dengan menggunakan tools google form. Dimana sekarang ini metode kuesioner google form sudah biasa dan banyak digunakan dalam penelitian, cara ini juga efektif dan mempermudah penulis dalam pengumpulan data.
- Dokumen
Menurut Sugiyono (2018) Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), biografi, jurnal-jurnal.

PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas data ialah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal. Pada penelitian ini uji normalitas data dilakukan dengan SPSS dengan uji kologorov smirnov. Berikut disajikan tabel hasil uji normalitas data.

		Unstandardized Residual
N		183
Normal Parameters ^{a,b}		Mean .0000000
		Std. Deviation 3.09677368
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.036
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymptotic Significance (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test Distribution is Normal
b. Calculated from data
c. Lilliefors Significance Correction
d. This is a lower bound ...

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan gambar 1 hasil uji normalitas data dapat dilihat bahwa nilai pada Asymptotic Significance (2-tailed) adalah $0.200 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang prasyarat yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan antar variabel. Data yang baik ialah data yang tidak mengalami gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada gambar 2.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Significance	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.521	1.514			4.308	.000		
X1	.624	.101	.537		6.165	.000	.526	1.901
X2	-.009	.099	-.008		-.094	.926	.526	1.901

a. Dependent Variable: Y

Gambar 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan gambar 2 hasil uji multikolinieritas dapat dilihat bahwa nilai Tolerance pada variabel X₁ dan X₂ ialah $0.526 > 0.10$, dan nilai VIF pada variabel X₁ dan X₂ ialah $1.901 < 10$, berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan salah satu bagian dari uji prasyarat yang harus dilakukan sebelum melakukan uji regresi berganda. Data yang baik ialah data yang tidak terjadi gejala

heterokedastisitas. Berikut disajikan hasil uji heterokedastisitas pada gambar 3.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.267	.898		3.638	.000
	X1	-.104	.060	-.176	-1.727	.086
	X2	.065	.059	.114	1.116	.266

a. Dependent Variable: Abs_RES

Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada gambar 3 dapat dilihat bahwa pada variabel X₁ mempunyai nilai signifikansi 0,086 > 0,05, dan pada variabel X₂ ialah 0,266 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Karena seluruh uji prasyarat sudah memenuhi syarat maka dapat dilanjutkan untuk uji regresi berganda.

Hasil Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda merupakan analisis data yang digunakan apabila terdiri dari lebih dari dua variabel, yaitu 2 variabel independent dan 1 variabel dependent. Berikut tabel dari uji regresi berganda.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.403	1.090		3.122	.002
	X1	.792	.098	.725	8.107	.000
	X2	.019	.096	.018	.196	.845

a. Dependent Variable: Y

Gambar 4. Hasil Analisis Uji Regresi Berganda

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan hasil analisis uji regresi berganda diketahui nilai signifikansi dan koefisien dari variabel Hygiene dan Kualitas Packaging. Kemudian diperoleh persamaan berikut:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + c$$

$$Y = 3,403 + 0,792X_1 + 0,019X_2 + C$$

Dari persamaan analisis regresi berganda dapat disimpulkan:

1. Nilai konstanta adalah 3,403. Apabila nilai variabel bebas lainnya memiliki nilai 0 maka nilai kepuasan konsumen adalah 3,403.
2. Koefisien Hygiene adalah 0,792. Apabila nilai variabel bebas lainnya tidak mengalami kenaikan dan nilai hygiene mengalami 1 kali kenaikan maka kepuasan konsumen akan naik 1 kali kenaikan yaitu sebesar 0,792. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila Hygiene dalam Sop Klaten ditingkatkan 1 kali maka kepuasan konsumen akan meningkat 1 kali.
3. Koefisien Kualitas Packaging adalah 0,019. Apabila nilai variabel bebas lainnya tidak mengalami kenaikan dan nilai kualitas packaging mengalami 1 kali kenaikan maka kepuasan konsumen akan meningkat 1 kali kenaikan yaitu 0,019. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila kualitas packaging diperbaiki dan ditingkatkan 1 kali maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Hasil Uji t

Uji t ialah uji analisis regresi yang digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada gambar 5.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.403	1.090		3.122	.002
	X1	.792	.098	.725	8.107	.000
	X2	.019	.096	.018	.196	.845

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5. Hasil Uji t

Sumber: data diolah 2022

Dari gambar 5 hasil uji t, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) **Variabel Hygiene (X₁)** mempunyai nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh hygiene terhadap kepuasan konsumen.
- b) **Variabel Kualitas Packaging (X₂)** mempunyai nilai signifikansi 0,845 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas packaging terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Uji F

Uji F merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh Hygiene (X₁), Kualitas Packaging (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara simultan. Hasil dari uji F dapat dilihat pada gambar berikut.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Significance
1	Regression	1222.691	2	611.345	108.821	.000 ^b
	Residual	1011.222	180	5.618		
	Total	2233.913	182			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (constant) X2, X1...

Gambar 6. Hasil Uji F

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan gambar 5 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hygiene dan kualitas packaging berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Sop Klaten Tiban Center.

Uji Determinan

Hasil uji determinasi yang diperoleh disajikan pada gambar 7 sebagai berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.547	.542	2.370

a. Predictors: (constant) X2, X1...

Gambar 7. Hasil Uji Determinan

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan gambar 7 hasil uji determinasi dapat dilihat bahwa nilai R Square adalah 0,547 atau sama dengan 54,7%. Nilai tersebut berarti menunjukkan bahwa pengaruh hygiene dan kualitas packaging terhadap kepuasan konsumen sebesar 54,7%. Sedangkan sisanya (100% - 54,7% = 45,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Hygiene terhadap Kepuasan Konsumen di Sop Klaten Tiban Center.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, Variabel Hygiene (X_1) mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh hygiene terhadap kepuasan konsumen. *Hygiene* makanan tetap harus dijaga meskipun pembeli tidak melihat dapur atau tidak makan di tempat, namun memilih membeli lewat jasa gofood, grabfood, atau shopeefood. (Soegiantoro, Soegiantoro and ..., 2022). Pentingnya praktik *hygiene* dan sanitasi pangan yang tepat dalam proses produksi dan pangan olahan.

Hygiene sangat penting bagi kepercayaan konsumen dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Karena rumah makan yang terjaga kebersihannya akan menimbulkan kesan berbeda daripada rumah makan dengan keadaan yang berdebu. Rumah makan yang memenuhi syarat hygiene adalah yang bebas dari debu, lingkungan yang bersih, tidak terdapat kotoran atau semacam rambut pada piring makanan dan alat-alat makan yang tidak terdapat debu. Apabila rumah makan selalu menerapkan keberishan dan memenuhi syarat Hygiene maka konsumen akan merasa puas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Susandini and Suharti, 2022) dengan judul “Pengaruh Higienitas Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus RM.Sate Rembiga Ibu Sinaseh” yang sama-sama mempunyai pengaruh higienitas terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh (Triyani, 2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Makanan dan Higienitas sanitasi terhadap kepuasan tamu di anggrek restaurant grand arkenso park view hotel Semarang”. Dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa higienitas berpengaruh terhadap kepuasan tamu di anggrek restaurant grand arkenso par view Hotel Semarang. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hygiene memiliki pengaruh yang signifikan untuk perkembangan rumah makan di Sop Klaten Tiban Center. Hgygiene masih sangat diperlukan oleh Sop Klaten Tiban Center, seperti selalu menjaga kebersihan lingkungan rumah makan, meningkatkan kebersihan alat makan agar terhindar dari debu.

Pengaruh Kualitas Packaging Terhadap Kepuasan Konsumen di Sop Klaten Tiban Center.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, Variabel Kualitas Packaging (X_2) mempunyai nilai signifikansi $0,845 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas packaging terhadap kepuasan konsumen. Kualitas packaging adalah suatu kegiatan yang memperhatikan kemasan makanan. Kemasan berfungsi untuk melindungi produk supaya tidak rusak, tumpah dan tercemar dari debu. Selain itu packaging juga dapat memberikan keindahan dari desain kemasan yang dibuat oleh penjual. Kualitas packaging juga dapat digunakan sebagai promosi dengan mencantumkan nomor telpon untuk pemesanan. Packaging yang aman juga

memberikan daya jual yang baik untuk setiap produk makanan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari (Nuraini, 2015) dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Rasa, dan Kemasan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Jenang Teguh Rahardjo. Penelitian ini sama-sama menunjukkan tidak adanya pengaruh kemasan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemasan dalam produk jenang teguh Rahardjo tidak memerlukan perbaikan khusus.

Dari adanya penelitian tersebut disimpulkan bahwa tidak semua produk memerlukan packaging yang khusus, da nada beberapa rumah makan, produk yang lebih mementingkan kebersihan serta rasa dari makanan tersebut.

Pengaruh Hygiene dan Kualitas Packaging Terhadap Kepuasan Konsumen di Sop Klaten Tiban Center.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hygiene dan kualitas packaging berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Sop Klaten Tiban Center. *Hygiene* sangat penting bagi kepercayaan konsumen dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Karena rumah makan yang terjaga kebersihannya akan menimbulkan kesan berbeda daripada rumah makan dengan keadaan yang berdebu. Rumah makan yang memenuhi syarat hygiene adalah yang bebas dari debu, lingkungan yang bersih, tidak terdapat kotoran atau semacam rambut pada piring makanan dan alat-alat makan yang tidak terdapat debu. Apabila rumah makan selalu menerapkan keberishan dan memenuhi syarat Hygiene maka konsumen akan merasa puas.

Hygiene berpengaruh bagi kepuasan konsumen, dijelaskan pada penelitian (Mulyani, 2019) yang berjudul “Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Hygiene Pengolah Makanan” bahwa makanan yang layak atau yang memenuhi syarat bukan hanya makanan yang memiliki nilai gizi tinggi, lezat dan mengenyangkan, namun kebersihan dari makanan, lingkungan makan, serta alat saji menjadi suatu hal yang harus ditingkatkan. Makanan yang sehat dengan alat pengolahan yang kurang bersih, area pengolahan yang kurang bersih dapat menyebabkan penyakit.

Rumah Makan yang menjual makanan berbahan dasar daging memberikan aroma yang menyengat sebelum diolah menjadi hidangan lezat, area pengolahan yang kurang bersih seperti area penyucian daging yang kurang higienis dapat menimbulkan datangnya lalat, dan lalat lebih cepat bertelur ketika berada pada daging yang mentah. Lalat akan hinggap dimakanan tanpa kita sadari dan cepat bertelur yang terkadang tidak disadari. Menurut hasil dari penelitian yang oleh (Artana, 2020) yang berjudul “Pengaruh Hygiene Sanitasi Terhadap Kualitas Makanan dan Minuman Café RS PHC” ialah hygiene sangat berpengaruh terhadap kualitas makanan dan minuman yang dihasilkan. Selain itu hasil penelitian yang

menunjukkan adanya pengaruh hygiene terhadap kepuasan konsumen dilakukan oleh (Syaripudin, 2020) yang berjudul “Pengaruh Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Segar Paal Manado Terhadap Kepuasan Konsumen” dengan kesimpulan bahwa kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan. Menurut Syaripudin, (2020) dikatakan bersih apabila tidak terdapat sampah dan tidak ada bau yang menyengat sehingga para konsumen puas saat berbelanja.

Kualitas packaging adalah suatu kegiatan yang memperhatikan kemasan makanan. Kemasan berfungsi untuk melindungi produk supaya tidak rusak, tumpah dan tercemar dari debu. Selain itu packaging juga dapat memberikan keindahan dari desain kemasan yang dibuat oleh penjual. Kualitas packaging juga dapat digunakan sebagai promosi dengan mencantumkan nomor telpon untuk pemesanan. Packaging yang aman juga memberikan daya jual yang baik untuk setiap produk makanan. Meskipun dalam hasil penelitian kualitas packaging tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara sendiri-sendiri namun, hygiene dan kualitas packaging berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara bersamaan.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas packaging masih dapat dimaklumi bagi konsumen, tidak semua konsumen terfokus kepada kualitas packaging, namun secara bersamaan hygiene dan kualitas packaging akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Hygiene dan Kualitas Packaging Terhadap Kepuasan Konsumen di Sop Klaten Tiban Center” adalah:

1. Hygiene berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Sop Klaten Tiban Center.
2. Kualitas Packaging berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Sop Klaten Tiban Center.
3. Hygiene dan kualitas packaging berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Sop Klaten Tiban Center.

DAFTAR PUSTAKA

- Artana, I.W. (2020) ‘Pengaruh Hygiene dan Sanitasi Terhadap Kualitas Makanan dan Minuman Cafe RS PHC’, pp. 23–32.
- Atmoko, T.P.H. (2017) ‘Peningkatan Higiene Sanitasi sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Dhamar Palembang’, *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), pp. 1–9.
- Cindy, A. (2022) ‘Cindy Apriliani, 2022 Pengaruh Metode Scramble Terhadap Kemampuan Membaca Permulaan Huruf Braille Pada Siswa Tunanetra Di Sdlb Slb Negeri A Pajajaran Kota Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu’, pp. 28–50.
- Dava, S.F. (2021) ‘Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan

Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Alfamart Tlogomas’, 15(2), pp. 1–23.

Kusumastuti, Khoirun, A. (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif*.

M Nurlina (2020) ‘Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1.’, *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2(2004), pp. 6–25.

Mawaddah, A. (2016) ‘Hubungan Personal Hygiene dengan Kejadia diare di Kecamatan Tembakboyan’, pp. 5–23. Mulyani, R. (2019) ‘Pengetahuan, sikap, dan Perilaku Higiene Pengolahan Makanan’, X(1), pp. 6–12.

Nuraini (2015) ‘Analisis Pengaruh Harga, Rasa, dan Kemasan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Produk Jenang Teguh Rahardjo’.

Rofifah, D. (2020) ‘Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel’, *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, pp. 12– 26.

Saptutyingsih dan setyaningrum (2019) ‘Metode Penelitian’, *Metoda penelitian*, pp. 1–9.

Sari, R. kartika (2018) ‘Analisis Penerapan Pendidikan Multikultural Dalam Menumbuhkan Sikap Toleransi Siswa Di Smp Raden Fatah Batu’, *Sari, Rinjani Kartika*, pp. 31–33.

Soedirman, U.J. (2021) ‘Peningkatan Kualitas Produk Catering Amanah Aqiqah Di Kecamatan Sumbang Pada Era Normal’, 8, pp. 382–387.

Soegiantoro, D.H., Soegiantoro, H.R. and ... (2022) ‘Penyuluhan Higiene Dan Sanitasi Dalam Pengolahan Makanan Di Sevensky Lippo Plaza Yogyakarta’, *Jurnal Industri ...*, 4(2), pp. 122–130.

Sugiyono (2018a) *Metode penelitian Manajemen*.

Sugiyono (2018b) *Metode Penelitian Manajemen*. Edited by Setiyawani. Bandung: ALFABETA.

Susandini, D.Y. and Suharti (2022) ‘Pengaruh Higienitas terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Rm. Sate Rembiga Ibu Sinaseh’, *Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA)*, 1(1), pp. 13–29. doi:10.20414/juwita.v1i1.5002.

Syaripudin, J. (2020) ‘Pengaruh Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Segar Paal Dua Manado Terhadap Kepuasan Konsumen’.

Triyani, I. (2020) ‘Hygiene Sanitasi Terhadap Kepuasan Tamu Di Anggrek Restaurant Grand Arkenso’, 6(2).

Willy, W. and Nurjanah, S. (2019) ‘Pengaruh Kemasan Produk Dan Rasa Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi’, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), p. 65. doi:10.32502/jimn.v8i2.1820.