

The Effect of Taste and Service Quality on Customer Satisfaction in Pertamax Mie Ayam Bakso, Kaur Regency

Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur

Imam Ade Mahfud¹⁾; Ahmad Soleh²⁾; Nurzam²⁾

¹⁾ Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

²⁾ Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ imamadmahfud22@gmail.com; ²⁾ ahmadsolehse81@yahoo.co.id; ²⁾ trisanurzam@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [13 Agustus 2021]

Revised [27 Agustus 2021]

Accepted [18 September 2021]

KEYWORDS

Taste, Service Quality,
Customer Satisfaction.

This is an open access
article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur. Sampel dalam penelitian ini 124 orang pelanggan yang melakukan pembelian bakso iga pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi menunjukkan $Y = 18,779 + 0,278X_1 + 0,423 X_2 + 3,251$ hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara X_1 (cita rasa) dan X_2 (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berarti bahwa apabila variabel cita rasa dan kualitas pelayanan meningkat maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Besarnya koefisien determinasi sebesar 0,310. Hal ini berarti bahwa X_1 (cita rasa) dan X_2 (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 31% sedangkan sisanya 69% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji t pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa secara parsial variabel cita rasa dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur. Hasil uji F pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa variabel cita rasa dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur.

ABSTRACT

The entrepreneurs must find a way to win the market and get the attention of consumers. They must able to create something new that can attract customer satisfaction such as the taste of the food and the quality of service. Based on the background, this study was intended to determine the effect of taste and service quality on customer satisfaction at Mie Ayam Bakso Pertamax, Kaur Regency. The sample in this study was 124 customers who purchased rib-eye meatballs at Mie Ayam Bakso Pertamax, Kaur Regency. The data in this study was collected by using a questionnaire which then analyzed by using multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of the regression analysis show $Y = 18,779 + 0,278X_1 + 0,423 X_2 + 3,251$ which showed a positive regression direction. There is positive influence between X_1 (taste) and X_2 (quality of service) on customer satisfaction (Y). It means that if the variables of taste and service quality increase, it will increase customer satisfaction. The magnitude of the coefficient of determination is 0.310. This means that X_1 (taste) and X_2 (quality of service) affect customer satisfaction (Y) by 31% while the remaining 69% is influenced by other variables which are not examined in this study. The results of the t test at a significance level of 0.05 explained that partially the taste and service quality variables had a significant influence on the customer satisfaction variable for Mie Ayam Bakso Pertamax, Kaur Regency. Finally, The result of the F test at a significance level of 0.05 explains that the variables of taste and service quality have a simultaneous effect on customer satisfaction at Mie Ayam Bakso Pertamax, Kaur Regency.

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud (Lupiyoadi, 2016:128).

Selain kualitas pelayanan, cita rasa makanan dan minuman yang disediakan harus dapat menimbulkan selera konsumen. Menurut Ramadhani (2018:113) Cita rasa merupakan hasil kerja pengecap rasa (taste buds) yg terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yg merupakan bagian dari cita rasa. Pada usia lanjut, pengecap rasa manusia akan berkurang jumlahnya, sehingga

memerlukan lebih banyak bumbu untuk menimbulkan cita rasa yg sama. Dengan adanya cita rasa dari suatu makanan akan menarik perhatian dan minat konsumen untuk melakukan pembelian makanan.

Menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman yang dapat menimbulkan selera konsumen. Hal ini bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan dengan harga terjangkau tanpa mengurangi cita rasa maupun mutu produk yang dihasilkan, sehingga diharapkan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dan dapat mencapai kepuasan yang diinginkan (Wahidah, 2015:88).

Pemberian kepuasan kepada para konsumen adalah strategi pertahanan yang paling baik untuk melawan para pesaing bisnis. Perusahaan yang berhasil menjaga para konsumennya selalu merasa puas, akan memperoleh keunggulan bersaing dan hampir tidak terkalahkan dalam bisnis. Para pelanggan yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli, dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut. Selain itu, umumnya mereka tetap menjadi pelanggan yang setia bila perusahaan itu sedang mengalami kesulitan. Kepuasan konsumen pada akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan..

Penelitian terdahulu tentang rasa dilakukan oleh Aziz (2014) menemukan adanya pengaruh rasa terhadap jumlah pembelian. Penelitian oleh Sulistyawati (2015) menemukan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur merupakan salah satu tempat kuliner yang menjual mie ayam dan bakso. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur tidak hanya mengutamakan dari cita rasa masakan yang enak saja, karena mie ayam bakso Pertamax Kabupaten Kaur menjual mie ayam bakso yang sudah dikenal enak oleh masyarakat Kabupaten Kaur. Usaha yang dilakukan oleh Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur untuk mempertahankan konsumennya adalah dengan memberikan pelayanan maksimal kepada semua pelanggan. Pelayanan yang diberikan dengan cara melayani semua pelanggan dengan sopan santun, menyediakan tempat duduk untuk pelanggan yang antri menunggu pesannya, pada saat pelanggan datang menyapa pelanggan dengan sapaan yang sopan dan ramah tamah dan mempersilahkan pelanggan untuk duduk.

Bakso iga sapi yang dijual oleh Mie Ayam Bakso Pertamax sudah dikenal oleh masyarakat karena rasanya yang sangat enak dan berbeda dari bakso lainnya. Bakso iga sapi merupakan percampuran antara daging iga sapi dengan bakso, tulang iga sapi dan dagingnya direbus terlebih dahulu dan selanjutnya akan dibungkus dengan adonan bakso yang membuat bakso iga sapi terlihat berbeda dari jenis pentol bakso lainnya sehingga memiliki rasa yang jauh lebih enak karena perpaduan antara daging sapi dengan adonan bakso. Hal inilah yang membuat masyarakat lebih tertarik untuk menikmati bakso iga sapi di tempat Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur.

Adapun fenomena yang terjadi menurunnya kepuasan pelanggan yang disebabkan karena cita rasa dari bakso iga Pertamax terjadi perubahan dari yang biasanya. Hal ini terlihat dari bakso iga yang berbeda dari yang sebelumnya, karena daging iga sapi yang digunakan tidak seperti yang biasanya. Hal ini disebabkan karena susah mencari iga sapi yang sempurna, karena iga sapi yang dipakai biasanya dari luar daerah kabupaten Kaur karena persediaan iga sapi yang ada di Kabupaten Kaur tidak mencukupi, Karena pengiriman yang cukup jauh menyebabkan tulang iga sapi yang dikirim tidak sesuai dengan permintaan.

Kekecewaan pelanggan ini terlihat dari jumlah pengunjung yang berbelanja pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur. Rata-rata jumlah pelanggan biasanya antara 50 sampai 70 orang perhari yang berbelanja pada mie ayam bakso Pertamax Kabupaten Kaur. Namun karena terjadinya perubahan rasa yang disebabkan susahnya mencari bahan baku tulang iga di saat Covid 19 ini jumlah pengunjung menjadi berkurang menjadi 30 sampai 40 orang perhari.

Selain itu juga terjadi penurunan dari segi kualitas pelayanan, konsumen menilai menurunnya kualitas pelayanan dari pelayanan pesan antar ke tempat. Karena semenjak terjadinya pandemi Covid 19 mie ayam Bakso Pertamax melayani pembelian online dan diantarkan ke alamat pembeli. Namun pada saat ini karena situasi sudah mulai aman, banyaknya konsumen yang datang langsung membeli ke lokasi membuat pengiriman langsung ke tempat pembeli menjadi terlambat. Hal ini akan menimbulkan kekecewaan dari konsumen karena terjadinya keterlambatan dalam pengantaran.

LANDASAN TEORI

Cita Rasa

Menurut Drummond KE & Brefere LM. (2015:98) cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi bau, rasa dan tekstur.

Cita rasa sebuah makanan sangat berperan penting dalam sebuah rumah makan. Rasa yang khas di suatu rumah makan, akan menjadi ciri tersendiri bagi pelanggan atau konsumen. Tidak dipungkiri banyak pengusaha yang mulai bermunculan dibidang kuliner, semakin banyak pengusaha yang terjun di bidang kuliner semakin ketat juga persaingan para pengusaha. Cita rasa sangat berperan penting, konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan pasti lebih mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan agar dikenal oleh masyarakat luas.

Kualitas Pelayanan

Menurut Soegito (2017:152) mengemukakan bahwa: "Pelayanan (service) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Menurut Sunarto (2013:23) mengemukakan bahwa Pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Dalam konteks konsumen umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya. Harapan konsumen diyakini mempunyai peranan besar dalam menentukan kualitas jasa dan kepuasan konsumen. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan konsumen. Dalam mengevaluasi, konsumen akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan (Tjiptono, 2015:160).

Kotler dan Keller (2017:177), menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dengan kata lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:275) regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2013:192) :

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

Keterangan :

Y = Produktivitas kerja
 X1 = Pengembangan SDM
 X2 = Semangat kerja
 a = Nilai konstanta
 e = erorr.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.779	3.251		5.777	.000
Cita rasa	.278	.071	.144	2.796	.015
Kualitas pelayanan	.423	.069	.492	6.129	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21.00 pada Tabel 1 maka dapat diperoleh perseamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 18,779 + 0,278X_1 + 0,423 X_2 + 3,252$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 18,779 mempunyai arti bahwa apabila variabel Cita rasa (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dianggap sama dengan nol (0) maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan tetap sebesar 18,779.
2. Pengaruh Cita rasa (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
Nilai koefisien regresi variabel X_1 (Cita rasa) adalah sebesar 0,278 dengan asumsi apabila X_1 (Cita rasa) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka Y (Kepuasan pelanggan) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,278 kali.
3. Pengaruh Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Nilai koefisien regresi variabel X_2 (kualitas pelayanan) adalah sebesar 0,423 dengan asumsi apabila X_2 (kualitas pelayanan) mengalami peningkatan sebesar satu-satuan maka Y (kepuasan pelanggan) akan mengalami peningkatan sebesar 0,423 kali.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.557 ^a	.310	.299	2.423

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Cita rasa

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2 untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model *R square*. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari *R square* yaitu sebesar 0,310. Hal ini berarti bahwa X_1 (cita rasa) dan X_2 (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 31% sedangkan sisanya 69% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur pengaruh X_1 (cita rasa) dan X_2 (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara bersama-sama maka digunakan uji

F. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova atau uji F hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 10 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji F ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.437	2	159.719	27.194	.000 ^b
	Residual	710.659	121	5.873		
	Total	1030.097	123			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Cita rasa

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 10 diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama X_1 (cita rasa) dan X_2 (kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan hasil uji simultan maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya antara variabel-variabel bebas yaitu X_1 (cita rasa) dan X_2 (kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur.

Pengujian Hipotesis Secara Partial (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.00 dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 4. Hasil Uji T Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.779	3.251		5.777	.000
	Cita rasa	.278	.071	.144	2.796	.015
	Kualitas pelayanan	.423	.069	.492	6.129	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan Tabel 4 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel X_1 (Cita rasa)

Hasil pengujian untuk variabel X_1 (cita rasa) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X_1 (cita rasa) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur.

2. Variabel X_2 (Kualitas pelayanan)

Hasil pengujian untuk variabel X_2 (Kualitas pelayanan) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya X_2 (Kualitas pelayanan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur.

Pengaruh Cita rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara cita rasa terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat cita rasa bakso iga pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Dari hasil kuesioner didapatkan kesimpulan bahwa cita rasa bakso iga yang dijual oleh Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur memiliki aroma yang sedap yang dapat menggugah selera untuk menikmatinya dengan rasanya yang sedap dapat meningkatkan kepuasan konsumen setelah menikmati bakso iga pada Mie Ayam Bakso Pertamax Bengkulu Kabupaten Kaur. Bakso iga yang dijual memiliki tekstur yang khas yaitu tulang iga dijadikan semenaik mungkin dengan tulang sebagai pegangan dan daging dilumuri dengan bakso yang memiliki cita rasa yang sangat lezat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Drummond KE & Brefere LM. (2015:98) cita rasa

merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi bau, rasa dan tekstur yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muzdalifah (2019) yang menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara cita rasa terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Hasil penelitian di Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur menyatakan bahwa pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan ada beberapa faktor, misalnya karyawan membantu pelanggan yang terlihat sedang bingung memilih masakan atau makanan yang akan dibeli, pelayanan yang baik di Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur sudah dapat membentuk kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan tercipta karena adanya hubungan yang harmonis antar pelanggan dengan Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur.

Hubungan harmonis itu tercipta karena adanya kepuasan dari pihak pelanggan. Penelitian ini menunjukkan ada pengaruh antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, pelayanan karyawan rumah makan yang baik mempengaruhi kepuasan konsumen atau membentuk suatu sikap loyal konsumen. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur sudah cukup optimal, misalnya dalam merespon dan bertindak cepat untuk melayani konsumen.

Menurut Tjiptono (2015:59), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Hal ini menggambarkan dengan adanya pelayanan maksimal yang diberikan oleh Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur kepada para pelanggan, dan pelanggan merasa terpuaskan dengan pelayanan tersebut maka pelanggan akan selalu berbelanja kebutuhannya pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur.

Hasil penelitian mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Idris (2019) dengan hasil kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Cita rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan dapat dilihat bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur secara bersama-sama karena nilai signifikan sebesar 0,000 kecil dari 0,005. Hal ini berarti apabila terjadi peningkatan terhadap cita rasa dan kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Saat cita rasa yang berorientasi terhadap konsumen maka cita rasa tersebut haruslah memenuhi keinginan konsumen dan memberikan kepuasan bagi konsumen dengan rasa yang sesuai lidah sehingga konsumen dapat menikmati makanannya dengan nyaman (Alma, 2017:101). Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2015:89). Dengan adanya pelayanan yang baik pada konsumen maka akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan yang diterima dari hasil kualitas pelayanan yang baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil analisis regresi menunjukkan $Y = 18,779 + 0,278X_1 + 0,423 X_2 + 3,251$ hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara X_1 (cita rasa) dan X_2 (kualitas pelayanan) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berarti bahwa apabila variabel cita rasa dan kualitas pelayanan meningkat maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Besarnya koefisien determinasi sebesar 0,310. Hal ini berarti bahwa X_1 (cita rasa) dan X_2 (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 31% sedangkan sisanya 69% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Hasil uji t pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa secara parsial variabel cita rasa dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur.

4. Hasil uji F pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa variabel cita rasa dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan pada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur

Saran

1. Untuk Cita rasa diharapkan kepada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur untuk lebih meningkatkan cita rasa bakso iga dengan cara pemilihan bahan baku tulang iga yang lebih berkualitas.
2. Diharapkan kepada Mie Ayam Bakso Pertamax Kabupaten Kaur untuk dapat memaksimalkan pelayanan antar alamat, karena pada saat pandemi Covid 19 ini masyarakat lebih di anjurkan untuk tetap di rumah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2017. Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong. Gary and Kotler. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi). Jakarta : Rineka Cipta
- Aziz, Muhammad. 2014. Pengaruh Promosi dan Rasa Terhadap Jumlah Pembelian Ayam Bakar di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Makassar. Jurnal Sosial Ekonomi, Vol. 1 no. 1. Hal 8-16
- Drummond, Karen E dan Brefere, Lisa M. 2015. Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's, Seventh Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Firdiansyah, Indra, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan. Ali, 2014. Marketing. Cetakan Pertama. Media Pressdindo: Yogyakarta
- Idris, Ansari. 2019. Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Harga, Perceived Value Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Tanjung Sebauk. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol.5, No.1, Hal. 54 – 61.
- Indriyo. Gitosudarmo. 2015. Manajemen Pemasaran. edisi pertama. cetakan keempat. Yogyakarta : BPFE
- Kepri Mall Kota Batam. Jurnal Elektornik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo Vol. 1 No. 1 Hal 1-14.
- Kotler, Philip and Amstrong. Gary. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane . 2017. Manajemen Pemasaran 1. Edisi kedua belas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2014. Manajemen Pemasaran. edisi Millenium. terjemahan Hendra Teguh. dan Ronny A. Rusli. Jakarta: Prenhallindo
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Selemba Empat
- Nurzam, N., Fauziah, R. S., & Susena, K. C. (2020). PEGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PETANI MEMBELI BIBIT SAWIT DI PT. BIO NUSANTARA TEKNOLOGI BENGKULU. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 79-89.
- Ramadhani, Chika. 2018. Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisas. Vol. 17, No. 2, Hal 114-126
- Rodli, Fajar Ibnu. 2016. Pengaruh Cita Rasa Produk, Kualitas Pelayanan Dan Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kedai Es Teller77 Cabang Hypermart Kediri Town Square. Jurnal Ekonomi – Manajemen Vol 1. No.6. Hal 98-112
- Schiffman dan Kanuk. 2015. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Simamora, Bilson. 2016. Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Situmeang Sari Lina, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Platemedan. Journal of Business and Management: Vol 9 Issue 6
- Soegito, A. T. 2017. Pergeseran Paradigmatik Manajemen Pendidikan. FIS UNNES: Semarang
- Stanton, William J.. 2015. Prinsip Pemasaran.. Cetakan Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati. Ni Made Arie 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8, 2015 : 2318-2332



- Sumarwan, Ujang. 2014. Pemasaran Strategik (Prespektif Value-Based Marketing & Pebgukurab Kinerja). Bogor: IPB Pres.
- Sunarto. 2013. Pengantar Manajemen Pemasaran. Cet. 1. Yogyakarta : Ust Press.
- Sunyoto. Danang. 2012. "Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen". Cetakan Ke empat. Andi. Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Handoko. Hani. T., 2013, Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2015. Manajemen Pelayanan Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Triyono, Sigit. 2014. Sukses Terpadu Bisnis Ritel. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Wahidah, N. 2015. Komponen - Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan. Jurnal Vol. 1, No. 2, Tahun 2015, ISSN: 2622-6367