

# PENGARUH *RESTAURANT ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DREAM CARS RESTO AND CAFE SURABAYA

**Netty Lia Mayasari dan Saino**

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi,  
Universitas Negeri Surabaya  
*e-mail*: nettymiracles@gmail.com

**Abstract:** Consumer Satisfaction is level of consumer feeling after compare to between what he/she accepted and its expectation. A customer, if lick lips by value that given by product or service, very possibly become customer for a long time. Remember to the number of factor that have an effect on to this consumer satisfaction then research of influence analysis restaurant aerospace and product quality. Research Target this is the to know and influence analysis between restaurant aerospace and product quality in Dream Cars Resto and Café Surabaya. Sample research that used by 110 consumers Dream Cars Resto and Café Surabaya where method that used [by] is non-probability sampling with approach accidental sampling. Data is collected by using method of survey pass by questioner stuffed by consumer. Data Analysis uses double analyzer of regression test. Hypothesizing Testing is conducted by using test F and test t. Result of data analysis or regression result indicates that in simultaneous restaurant aerospace and product quality influence consumer satisfaction Dream Cars Resto and Café Surabaya. Level of coefficient determinacy (adjusted R square) it's as high as 0,48. This condition means that 48% variable dependent that is satisfaction of consumer can be explained by two independent variables that is variable restaurant aerospace and product quality, whereas the rest 52% consumer satisfaction is explained by variable or because other outside model. Then pass by test t known that restaurant aerospace (X1) not have an effect on in significant to consumer satisfaction as high as 3,099 supported also by level significance as high as  $0,002 < 0,05$  or 5%, whereas product quality (X2) known have value as high as 6,664 supported also by level significance as high as  $0,000 < 0,05$  or 5%, this condition shows variable of product quality (X2) have significant influence in partial to consumer satisfaction Dream Cars Resto and Café Surabaya.

**Keywords:** Store aerospace, Product Quality, Consumer Satisfaction.

**Abstrak:** Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Mengingat banyaknya faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka penelitian ini akan menganalisis pengaruh restaurant atmosphere dan kualitas produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara restaurant atmosphere dan kualitas produk di Dream Cars Resto and Café Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 110 konsumen Dream Cars Resto and Café Surabaya di mana metode yang digunakan adalah non probability sampling dengan pendekatan accidental sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. Analisis Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Mengingat banyaknya faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka penelitian ini akan menganalisis pengaruh restaurant atmosphere dan kualitas produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara restaurant atmosphere dan kualitas produk di Dream Cars Resto and Café

Surabaya. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 110 konsumen Dream Cars Resto and Café Surabaya di mana metode yang digunakan adalah non probability sampling dengan pendekatan accidental sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. Analisis data menggunakan alat analisis uji regresi berganda. Pengujian hipotesa dilakukan dengan menggunakan uji F dan uji t. Hasil analisis data atau hasil regresi menunjukkan bahwa secara simultan restaurant atmosphere dan kualitas produk memengaruhi kepuasan konsumen Dream Cars Resto and Café Surabaya. Besarnya koefisien determinasi (adjusted R square) adalah sebesar 0,48. Hal ini berarti bahwa 48% variabel dependen yaitu kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yaitu variabel restaurant atmosphere dan kualitas produk, sedangkan sisanya 52% kepuasan konsumen dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lainnya di luar model. Kemudian melalui uji t diketahui bahwa restaurant atmosphere (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 3,099 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  atau 5%, sedangkan kualitas produk (X2) diketahui memiliki nilai sebesar 6,664 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  atau 5%, hal ini menunjukkan variabel kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Dream Cars Resto and Café Surabaya.

Kata Kunci: *Restaurant Atmosphere*, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

## PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup (life style) dan pola makan masyarakat terutama masyarakat kota yang sering makan diluar rumah seperti di rumah makan, cafe, atau restoran baik siang, sore maupun malam hari sudah menjadi hal yang umum. Bagi keluarga, restoran adalah tempat yang tepat untuk berkumpul bersama keluarga untuk sekedar melepas penat di akhir pekan. Generasi muda di kota besar lebih menyukai makan di luar rumah seperti mall (pusat perbelanjaan), cafe, dan restoran (Kontan, 2009). Dewasa ini, resto dan cafe tidak hanya sekedar tersedianya meja dan kursi yang ditata rapi. Namun, saat ini banyak resto dan cafe yang ditata dengan menambah nilai lebih tidak hanya sebagai tempat makan yang menyajikan makanan dan minuman, namun juga menyediakan kenyamanan dengan penggunaan perabot yang disesuaikan tema, lukisan, bunga-bunga, dan lampu hias. Bahkan tidak sedikit resto dan cafe yang menampilkan hiburan seperti live music, tari-tarian, live comedy, menonton pertandingan bola dan lain-lain.

Dewasa ini, masyarakat khususnya di Kota Surabaya semakin kritis dan selektif dalam mengkonsumsi suatu produk dan jasa. Seiring berkembangnya kebutuhan makanan dengan berbagai

bentuk dan rasa di Kota Surabaya, secara otomatis akan menjadi sarana untuk mencari penghasilan. Menurut Seed, dkk (2013), kualitas makanan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan sehingga menjaga kualitas makanan harus menjadi fokus utama.

Kota Surabaya merupakan salah satu daerah yang terletak di Pulau Jawa tepatnya di Provinsi Jawa Timur. H Soekarwo selaku Gubernur Jawa Timur menjelaskan, hasil PDRB Surabaya pendapatan terbesar didominasi oleh tiga sektor unggulan, yaitu pertama sektor PHR (Perdagangan, Hotel, dan Restoran) dengan kontribusi 30,90%, kedua sektor Industri Pengolahan dengan kontribusi 28,05%, dan sektor Pertanian dengan kontribusi sebesar 12,43% (Bappeda Jatim, 2013).

Salah satu Resto dan Cafe yang ikut bersaing dalam perkembangan bisnis restoran di Kota Surabaya adalah Dream Cars Resto and Café. Berbeda dengan Resto dan Cafe lain pada umumnya, adalah Dream Cars Resto and Café memberikan nuansa yang berbeda dan unik dengan menawarkan varian menu makanan *seafood*, *steak*, dan masakan Indonesiabesar di Jawa Timur. Konsep yang ditawarkan Dream Cars Resto and Café mengusung tema otomotif. Palsnya Anda bisa menikmati menu masakan yang tersedia di

dalam mobil. Ada 3 mobil utuh yang sudah dimodifikasi sedemikian rupa sehingga bisa dijadikan sebagai tempat untuk menikmati menu restoran. Mobil-mobil tersebut adalah Mercedes-Benz Limousine keluaran 1949, Chevrolet Impala 1962 dan Studibaker Lansiran 1949. Khusus Mercedes-Benz yang diletakkan pada sisi luar restoran, bisa muat sampai 20 orang. Sedangkan 2 mobil lawas lainnya (Chevrolet Impala dan Studibaker) terkesan lebih privat dengan hanya bisa untuk 4-6 orang saja.

Kualitas produk yang ditawarkan oleh Dream Cars Resto and Café memiliki kelebihan dibanding dengan resto and *cafe* lainnya karena di Dream Cars Resto and Café mengusung cita rasa makanan khas Indonesia dan luar negeri yang pas dilidah konsumen Indonesia. Pada bahan baku untuk menu makanan Udang Windu HK Spesial, pihak Dream Cars Resto and Café memilih udang dengan kualitas *import* yaitu dari kota Lamongan yang memiliki kualitas udang windu no 1 di Jawa Timur. Bahan baku berkualitas *import* sengaja dipilih

Deskripsi *restaurant atmosphere* pada Dream Cars Resto and Café mengusung tema otomotif. Dimana ketika pengunjung akan memasuki resto dan cafe sudah ditawarkan dengan *view* Mercedes-Benz yang ditata dengan rapi dan unik yang dapat menampung sampai 20 pengunjung. Ketika pengunjung masuk kedalam resto and *café* bagian dalam maka pengunjung akan ditawarkan dengan *restaurant atmosphere* yang kental dengan tema otomotif. Tempat duduk dan meja pengunjung dari kerangka mobil lawas Chevrolet Impala dan Studibaker. Pada dinding ruangan, tertata aksesoris mobil yang memperkuat tema yang diusung oleh Dream Cars Resto and Café.

Dalam pemasaran jasa restoran, bauran pemasaran restoran memegang peranan penting didalam memenuhi suatu kebutuhan. Bauran pemasaran jasa restoran terdiri dari manajemen, *price*, *restaurant atmosphere*, *service*, lokasi, *quality*, *food* dan menu. Dalam penelitian ini peneliti mengambil *restaurant atmosphere* dan kualitas produk karena dua variabel tersebut dianggap paling berpengaruh pada kepuasan konsumen di Dream Cars Resto and Café Surabaya.

*Atmosphere* bertujuan untuk menarik perhatian seseorang untuk berkunjung, memudahkan mereka untuk mencari produk yang dibutuhkan, mempertahankan mereka untuk nyaman dan betah berlama-lama berada didalam, mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian, memotivasi mereka untuk membuat perencanaan secara mendadak, dan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, elemen *atmosphere* mengacu pada teori dari Mowen (2002) dan disesuaikan dengan objek penelitian yang terdiri dari *layout*, suara, bau, tekstur, dan desain bangunan.

Wendy van Rijswijk (2006), menyatakan bahwa kualitas produk makanan yang baik meliputi rasa, bentuk, aroma, tingkat kematangan, temperatur, dan lain sebagainya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengevaluasi produk kemudian mengarah pada kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, kualitas produk mengacu pada teori dari West, Wood, dan Harger (1965) dan Peter Jones (1988) dan disesuaikan dengan objek penelitian yang terdiri dari temperatur, tekstur, aroma, rasa, porsi, serta penampilan atau penyajian.

Berdasarkan fenomena dan teori yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai pengaruh *restaurant atmosphere* serta kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, dengan judul **“Pengaruh Restaurant Atmosphere dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dream Cars Resto and Café Surabaya”**.

## KAJIAN PUSTAKA

### Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen didefinisikan Engel, Blackwell dan Miniard (dalam Ujang Smarwan, 2002:25), menyatakan bahwa *“we define consumer behavior as those activities directly involved in obtainin, confuming, and disposing of product and services, including the decifion proseses that precedeand follow these action”*. Tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

## Kepuasan Konsumen

Fandy Tjiptono (2008), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Pada prinsipnya, kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode, yaitu :

### a. Sistem keluhan atau saran

Keluhan atau saran-saran yang berasal dari pelanggan merupakan masukan atau ide-ide baru yang berharga bagi perusahaan. Sehingga memungkinkan perusahaan melakukan langkah-langkah yang cepat untuk mengatasi masalah tersebut. Oleh karena itu setiap organisasi ataupun perusahaan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran ataupun pendapat mereka.

### b. Pembelian semu (*Ghost shopping*)

Merupakan salah satu cara untuk mendapatkan gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial perusahaan atau pesaing. Lalu *ghost shopping* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan atau pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut. Selain itu *ghost shopping* juga dapat mengamati langsung atau menilai cara perusahaan dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

### c. Analisis pelanggan yang beralih (*Lost customer analysis*)

*Lost customer analysis* bertujuan untuk mengetahui penyebab pelanggan yang berhenti membeli atau menggunakan produk/jasa perusahaan kita, supaya perusahaan dapat mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

### d. Survey kepuasan pelanggan

"Survey kepuasan pelanggan biasanya dilakukan perusahaan melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi dengan tujuan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan". Kotler (dalam Tjiptono, 1997:34).

## Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2008), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produk jasa dapat berupa fisik maupun non fisik. Sedangkan untuk pemasaran jasa dapat didefinisikan rangkaian aktivitas yang hasilnya dapat berupa fisik maupun non fisik yang dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.

## Restoran

Menurut Soekrisno (2000), restoran adalah usaha komersial yang menyediakan jasa pelayanan makan dan minuman bagi umum dan dikelola secara profesional.

Marsum (2000), mendefinisikan restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan ataupun minuman.

### *Restaurant Atmosphere*

Kotler (2003) menjelaskan *atmosphere* sebagai usaha merancang lingkungan membeli untuk menciptakan pengaruh emosional khusus kepada pembeli yang kemungkinan meningkatkan pembeliannya.

Menurut Utami (2007) memaparkan bahwa *atmosphere* merupakan kombinasi dari karakteristik fisik seperti arsitektur, tata letak (*display*), pencahayaan, warna, temperatur, musik, serta aroma yang bertujuan untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang.

## Kualitas Produk

Menurut Kotler (2003), menjelaskan tentang kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang diisyaratkan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272), kualitas produk menggambarkan sejauh mana

kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Definisi kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya.

### Hipotesis

H<sub>1</sub>=Ada pengaruh yang signifikan *restaurant atmosphere* terhadap kepuasan konsumen.

H<sub>2</sub>=Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

H<sub>3</sub>=Ada pengaruh yang signifikan *restaurant atmosphere* dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konklusif. Jenis rancangan riset pada penelitian ini adalah rancangan riset kausal yang bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat (kausal) antara *restaurant atmosphere* dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Dream Cars Resto and Cafe Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Dream Cars Resto and Cafe Surabaya per harinya ± 25 Orang, per minggunya dapat diperkirakan ± 175 Orang jadi dapat di hitung untuk per bulannya pengunjung di Dream Cars Resto and Café Surabaya mencapai ± 600 Orang. Dengan asumsi bahwa seluruh konsumen di Dream Cars Resto and Cafe Surabaya pernah berkunjung minimal 2 kali dan semua menu masih tersedia. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, sedangkan pengambilan sampelnya menggunakan teknik *accidental sampling*. Kriteria yang ditetapkan adalah konsumen yang sedang berkunjung, baik laki-laki maupun perempuan yang berusia 17-25 tahun, 26-35 Tahun, 36-45 Tahun dan 46 Tahun keatas. Ditentukan jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 110 responden yang diambil dari teori menurut Aaker, Kumar, Day ( dalam Sugiyono) dengan N = 100, maka S = 110). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan penyebaran angket. Angket disebarakan kepada 110 responden yang berisi tentang karakteristik demografi

responden dan item-item pernyataan tentang variabel penelitian.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala pada penelitian ini merupakan skala dengan empat pilihan (Sangat Tidak Setuju=1, Tidak Setuju=2, Setuju=3, dan Sangat Setuju=4). Dengan empat pilihan ini, diharapkan mampu mengungkap perbedaan sikap responden lebih akurat. Skala netral dihapuskan karena dengan adanya skala netral mengakibatkan responden lebih memiliki kecenderungan untuk memilih alternatif tengah atau netral terutama bagi responden yang ragu-ragu dalam memilih jawaban dan hal ini dianggapnya sebagai pilihan yang aman (Widyoko, 2013:106-107).

Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Setelah melalui uji validitas, diketahui bahwa semua item-item pernyataan dalam indikator untuk variabel *restaurant atmosphere*, kualitas produk, dan kepuasan konsumen memiliki nilai  $s_{hitung} < 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid, sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Setelah melalui uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel memiliki nilai  $> 0,60$  sehingga dapat dinyatakan bahwa item-item pernyataan yang digunakan sudah reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum Perusahaan

Dream Cars Resto and Café Surabaya adalah salah satu restoran di kota Surabaya yang mengusung tema Otomotif. Restoran Dream Dream Cars Resto and Café Surabaya berdiri sejak 14 Februari 2010 dan berlokasi di Jl. Raya Menganti No. 68 Surabaya. Resoran Dream Cars Resto and Café Surabaya beroperasi mulai pukul 11.45-22.00 WIB pada hari Senin-Jum'at dan mulai pukul 10.45-22.00 WIB pada hari Sabtu dan Minggu Pemilik Dream Cars Resto and Café Surabaya, Bapak Bobby Handojo Gunawan.

Sebagai pemimpin Restoran, berbagai upaya sudah dilakukan pihak Dream Cars Resto and Café Surabaya telah menerapkan strategi pemasaran untuk dapat merebut hati konsumen agar dapat berkunjung dan berbelanja di gerainya. Diantara dengan menerapkan *restaurant atmosphere* dan kualitas produk,

yang keduanya dapat menjadi stimulus bagi konsumen dan dapat merangsang kepuasan konsumen.

*Restaurant atmosphere* menurut Menurut Utami (2007) memaparkan bahwa *atmosphere* merupakan kombinasi dari karakteristik fisik seperti arsitektur, tata letak (*display*), pencahayaan, warna, temperatur, musik, serta aroma yang bertujuan untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang. Kelima elemen *restaurant atmosphere* tersebut juga telah diterapkan dalam Dream Cars Resto and Café Surabaya. Penerapan *restaurant atmosphere* tersebut telah mendorong atau memberikan stimuli pada konsumen untuk mendapatkan kepuasan pembelian pada Dream Cars Resto and Café Surabaya .

Tujuan dari diciptakan *restaurant atmosphere* untuk membuat konsumen betah dan berlama-lama di restoran dan merasakan kepuasan atas pembeliannya. Sedangkan untuk kualitas produk diharapkan konsumen puas dengan makanan dan minuman yang dijual di restoran ini yang berdampak pada bertambahnya jumlah konsumen. Kepuasan konsumen akan menciptakan loyalitas pembelian dan bertambahnya konsumen sehingga akan membuat restoran Dream Cars Resto and Café Surabaya akan bertahan dalam persaingan usaha kuliner di kota Surabaya bahkan Indonesia.

### Hasil Uji Asumsi

Sebelum melakukan pengujian dengan regresi linier berganda, dilakukan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan SPSS 16 didapatkan hasil uji normalitas (pada Tabel 1) nilai Asymp. Signifikansi dari *Unstandardized Residual* sebesar  $0,777 > 0,05$ , maka persamaan model regresi linier berganda memenuhi asumsi normalitas, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.74127850
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		.660
Asymp. Sig. (2-tailed)		.777
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Output SPSS 16

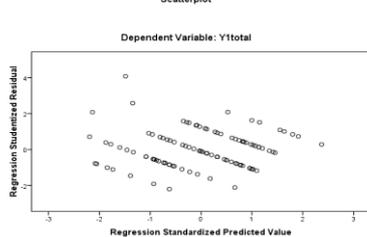
Pada tabel 2 di bawah menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF (Variance Inflation Factor)  $< 10$ , maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bebas multikolinieritas, sehingga seluruh variabel bebas (X) tersebut dapat digunakan dalam penelitian. Dan jika nilai tolerance  $> 0,10$  atau sama dengan VIF  $< 10$  (Ghozali, 2006:91) maka tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.350	.583		.600	.550
<i>restaurant atmosphere</i>	.050	.016	.250	3.099	.002
kual.produk	.181	.027	.537	6.664	.006

Sumber : hasil olah data SPSS

**Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Output SPSS 16

Dengan melihat gambar 1 sebaran titik-titik yang acak baik diatas maupun dibawah angka 0 dari sumbu Y, maka hal ini berarti dalam model regresi bebas dari heterokedastisitas, sehingga seluruh variabel bebas (X) tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Dari hasil mengolah data sesuai hasil yang sudah dijelaskan diatas dalam bentuk :

- Tampilan hasil Summary
- Persamaan Regresi Linier Berganda

Maka dapat dijelaskan bahwa :

- 1) Ada pengaruh positif *restaurant atmosphere* terhadap kepuasan konsumen dengan nilai Adjusted R Square sebesar 3,099. Hal ini dapat diartikan apabila *restaurant atmosphere* tidak mengalami peningkatan maka konsumen akan tetap merasakan kepuasan.
- 2) Ada pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan nilai 6.664. Hal ini dapat diartikan kualitas produk sekalipun tidak mengalami peningkatan, maka kepuasan konsumen akan tetap terjadi.

**Hasil Uji Hipotesis**

Hasil uji hipotesis diperoleh dari hasil analisis data dengan menggunakan program SPSS 16. Adapun hasil uji hipotesis yang dimaksud adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. Hasil Uji F ( Simultan )**

Keterangan	Nilai	Sig.
F hitung	51,382	0,000

Sumber: Output SPSS 16

Berdasarkan Tabel 3 dapat dijelaskan hasil uji hipotesis untuk uji F (simultan) yaitu sebagai berikut:

- 1) Dari tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 51,382 didukung pula dengan tingkat

signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti *restaurant atmosphere* ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). **Artinya hipotesis pertama diterima.**

**Tabel 4. Hasil Uji T ( Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.350	.583		.600	.550
<i>restaurant atmosphere</i>	.050	.016	.250	3.099	.002
kual.produk	.181	.027	.537	6.664	.006

Sumber : hasil olah data SPSS

Berdasarkan Tabel 4 dapat dijelaskan hasil uji hipotesis untuk uji F (simultan) yaitu sebagai berikut:

- a) Dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diketahui bahwa diantara variabel *restaurant atmosphere* dan variabel kualitas produk yang mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan produk adalah variabel Kualitas Produk. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t hitung sebesar 6,664. **Artinya hipotesis kedua diterima.**

**Pembahasan**

**Pengaruh *Restaurant Atmosphere* ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Simultan.**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka diketahui nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas memiliki tanda positif. Hal ini menunjukkan hubungan yang searah antara variabel *restaurant atmosphere* ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ), dengan kepuasan konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi berganda disesuaikan (Adjusted R<sup>2</sup>) sebesar 48% menunjukkan hubungan yang kuat dari perubahan variabel kepuasan konsumen yang dipengaruhi dua variabel, yaitu *restaurant atmosphere*

dan kualitas produk. Sedangkan sisanya sebesar 52% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka dapat diketahui nilai koefisien dari hasil uji F juga diketahui bahwa variabel bebas yaitu *restaurant atmosphere* dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen pada Dream Cars Resto and Café Surabaya. Hal ini berarti *restaurant atmosphere* dan kualitas produk dari Dream Cars Resto and Café Surabaya memiliki kualitas yang baik dan mampu menarik perhatian kepuasan konsumen pada Dream Cars Resto and Café Surabaya.

### **Pengaruh *Restaurant Atmosphere* ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Parsial**

- a. Variabel *restaurant atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Dream Cars Resto and Café Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *restaurant atmosphere* mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 3,099 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  atau 5%. Hal ini berarti bahwa variabel *restaurant atmosphere* ( $X_1$ ) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).
- b. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Dream Cars Resto and Café Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 6,664. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan memiliki pengaruh yang besar dibandingkan dengan factor yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan seseorang dalam melakukan pembelian memperhatikan kualitas produk yang baik, karena kualitas produk yang baik akan memiliki nilai lebih yang dapat memberikan kesan kepuasan bagi konsumen.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **a. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis penelitian yang dikemukakan pada bab

sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat hubungan atau pengaruh variabel *restaurant atmosphere* ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Dream Cars Resto and Café Surabaya. Besar pengaruh dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square sebesar 3,099 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  atau 5%.
2. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat hubungan atau pengaruh variabel bebas kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Dream Cars Resto and Café Surabaya. Besar pengaruh yaitu sebesar 6,664.
3. Dari hasil penelitian yang dilakukan juga dapat diketahui bahwa variabel *restaurant atmosphere* ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena apabila variabel X yaitu *restaurant atmosphere* ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) tidak ditingkatkan atau tidak mengalami perubahan maka konsumen tetap akan merasakan kepuasan.

#### **b. Saran**

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data terdapat beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Mengingat kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Dream Cars Resto and Café Surabaya, maka hendaknya kualitas produk yang sudah ada harus tetap dijaga dan akan lebih baiknya jika perusahaan terus mengembangkan kualitas produk yang sudah ada sehingga perusahaan mampu menciptakan produk makanan dan minuman baru yang lebih baik lagi. Diharapkan pihak manajemen Dream Cars Resto and Café Surabaya mau menerima setiap kritik dan saran dari konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian serta mengevaluasi pendapat, saran, dan kritikan dari konsumen.
2. Menciptakan pembeda dalam hal kualitas produk sehingga Dream Cars Resto and Café Surabaya memiliki kualitas rasa makanan dan minuman yang berbeda dengan restoran yang

ada di kota Surabaya. Untuk *restaurant atmosphere* Dream Cars Resto and Café Surabaya sudah menghadirkan kesan unik dengan tema otomotif untuk memperkuat *restaurant atmosphere* akan lebih baik lagi bila didukung dengan pelayanan jasa (pelayan restoran) dengan memakai atribut yang berhubungan dengan otomotif contohnya untuk pelayan restoran laki-laki memakai baju montir.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Engel, James F,dkk. 1992. *Perilaku Konsumen*. Edisi keenam. Jilid 1. Terjemahan Oleh F.X. Budiyanoto. 1994. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Engel, James F,dkk. 1993. *Perilaku Konsumen*. Edisi keenam. Jilid 1. Terjemahan Oleh F.X. Budiyanoto. 1995 Jakarta : Binarupa Aksara.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, KevinLane. 2008. *Manajemen Pemasaran*, edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- \_\_\_\_\_. 1989. *Analisis terjemahan buku Research Methods and Analysis : Searching for Relationship* Karya Michael H. Walizer dan Paul, W. Wienir dalam bahasa Indonesia oleh sadiman dan Hutagaol. Unpublished Thesis. Surakarta : Universitas Sebelas Maret ( diakses 20 Januari 2015).
- Lupiyoadi, Rambat. 2012 *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, edisi 3. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A . 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A . 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.
- Malhotra, Naresh K. 2005. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mowen, Jhon C. dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Pertama. Alih Bahasa : Lina Salim. Jakarta : Erlangga.
- Darmayanti, Nani. 2006. *Bahasa Indonesia*. Bandung : Grafindo.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Soekrisno. 2000. *Manajemen Food & Beverage Service Hotel*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Ryu, Kisang dan Han, Heesup. 2009. *Influence Of The Quality Of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfactionj and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurant : Moderating Role Of Perceived Prixe, Journal Of Hospitality Tourism Research*, Vol. 34(3),p.310-329.
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi.
- Turley, L.W., Milliman, R.E. 2000. *Atmospheric Effect on Shopping Behavior : A Review of The Experimental Evidence. Journal of Bussiness Research*. Vol. 49 pg. 193-211.
- Utami, Chirstina Widhya. 2006. *Manajemen Ritel : strategi dan Implementasi Modern*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- <http://www.bincangbisnis.co.id>
- <http://dreamcars.com>
- <http://surabayakota.bps.go.id/>

