



**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN KULINER
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN LOPO TOBAT UMAK
RAFSAN RUMBIO PARLUPISAN DI DESA
RUMBIO KABUPATEN MANDAILING
NATAL**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**YULI HAFIPAH
NIM. 18 402 00205**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN KULINER
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN LOPO TOBAT UMAK
RAFSAN RUMBIO PARLUPISAN DI DESA
RUMBIO KABUPATEN MANDAILING
NATAL**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**YULI HAFIPAH
NIM. 18 402 00205**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005**

PEMBIMBING II

**Sarmiana Baubara, M.A
NIP. 198603272019032012**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **YULI HAFIPAH**
Lampiran : 6 (enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 06 April 2023
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **YULI HAFIPAH** yang berjudul "**Analisis Pengaruh Pemasaran Kuliner Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Sarmiana Batubara, M.A
NIP. 198603272019032012

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **YULI HAFIPAH**
NIM : 18 402 00205
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Pengaruh Pemasaran Kuliner Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal”** Dengan hak bebas royalti *Noneklusif* ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Padangsidimpuan, 06 April 2023

Saya yang Menyatakan,



YULI HAFIPAH
NIM. 18 402 00205

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **YULI HAFIPAH**

NIM : 18 402 00205

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Pemasaran Kuliner Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku

Padangsidempuan, 06 April 2023

Saya yang Menyatakan,



YULI HAFIPAH
18 402 00205



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : Yuli Hafipah
NIM : 18 402 00205
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pemasaran Kuliner Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal

Ketua

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIDN. 2028076201

Sekretaris

Sry Lestari, S.H.I., M.E.I
NIP. 2005058902

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIDN. 2028076201

Anggota

Sry Lestari, S.H.I., M.E.I
NIDN. 2005058902

Sarmiana Batubara, M.A
NIDN. 2027038601

Rizal Ma'ruf Amidy Siregar, M.M
NIDN. 2006118105

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 09 Mei 2023
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 70 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pemasaran Kuliner Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal

Nama : Yuli Hafipah

NIM : 18 402 00205

Index Prestasi Kumulatif : 3.48

Predikat : Sangat Memuaskan

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 30 Mei 2023

Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Yuli Hafipah

NIM : 18 402 00205

Judul : Analisis Pengaruh Pemasaran Kuliner Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal

Kepuasan konsumen yang belum terpenuhi disebabkan adanya ketidaksesuaian harapan seperti pelayanan yang lambat serta tempat duduk yang kurang. Namun, konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan tidak berkurang bahkan justru fluktuasi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

Pembahasan dalam penelitian ini yaitu teori-teori yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya. Pemasaran merupakan suatu proses dimana seseorang atau sekelompok masyarakat melakukan pertukaran, menciptakan, baik itu barang atau jasa dengan melakukan transfer nilai (pertukaran) antara mereka dengan pelanggannya. Kualitas diartikan sebagai keseluruhan fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang mampu memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan membagikan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t), uji simultan (uji F).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan program *SPSS versi 23* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran kuliner terhadap kepuasan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal, dan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal. Terdapat pengaruh pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Pemasaran Kuliner

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta alam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut di contoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Analisis Pemasaran Kuliner Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar,

M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

1. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si, selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
2. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, dan Ibu Rini Hayati Lubis, M.P. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah, serta seluruh Civitas Akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
3. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M selaku Pembimbing I dan Ibu Sarmiana Batubara, M.A, selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
4. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai

perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
6. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda tercinta Suhamdi dan Ibunda Junniari yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya. Memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini. Memberikan doa yang tiada hentinya serta perjuangan yang tiada mengenal lelah untuk pendidikan peneliti. Dan untuk kedua saudara dan saudari peneliti yakni Ali Usman, dan Adelya Ridho serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada tempat pihak Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan yang memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan. Dan kepada seluruh pengunjung Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan selaku responden peneliti yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.
8. Kepada sahabat peneliti yaitu Nur Adilah, Khoirotul Uswah, Nur Khofifah, Yusnita sari, Salbiah, Ahmad Asnawi, yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan karya ini.

9. Terimakasih juga kepada teman-teman keluarga besar IE-2 angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Aamiin yarabbal 'alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Padangsidempuan, Maret 2023

Peneliti

Yuli Hafipah
NIM.18 402 00205

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

| Huruf Arab | Nama Huruf Latin | Huruf Latin | Nama |
|------------|------------------|--------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | ṯa | ṯ | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | ḥa | ḥ | Ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | Ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | ḏal | ḏ | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | Es dan ye |
| ص | ṣad | ṣ | Es (dengan titik dibawah) |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | ẓa | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |

| | | | |
|---|--------|-------|-----------------------|
| ع | 'ain | اَ | Koma terbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | اَ ءَ | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| اَ | Fathah | A | A |
| اِ | Kasrah | I | I |
| اُ | Dammah | U | U |

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|------|-----------------|------|
|------------------|------|-----------------|------|

| | | | |
|--------|----------------|----|---------|
|ي | Fathah dan ya | Ai | a dan i |
| و..... | Fathah dan wau | Au | a dan u |

- c. *Maddah* adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|---------------------|-------------------------|-----------------|----------------------|
|َ...ا | Fathah dan alif atau ya | A | a dan garis di atas |
|ِ...ى | Kasrah dan ya | I | i dan garis di bawah |
|ُ...و | Dammah dan wau | U | u dan garis di atas |

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

- Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandangal, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

۷. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* di transliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ di ganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* di transliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* di transliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING | |
| SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING | |
| SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI | |
| SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | |
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN | vi |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------------|----|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 9 |
| C. Batasan Masalah..... | 10 |
| D. Definisi Operasional Variabel..... | 10 |
| E. Rumusan Masalah | 12 |
| F. Tujuan Penelitian..... | 13 |
| G. Manfaat Penelitian..... | 14 |
| H. Sistematika Pembahasan | 14 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| A. Kerangka Teori..... | 16 |
| 1. Kepuasan Konsumen | 16 |
| a. Pengertian Kepuasan Konsumen | 16 |
| b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen | 17 |
| c. Indikator Kepuasan Konsumen | 19 |
| d. Manfaat Kepuasan Konsumen..... | 20 |
| e. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam | 21 |
| 2. Pemasaran Kuliner..... | 22 |
| a. Pengertian Pemasaran Kuliner | 22 |
| b. Tujuan Perusahaan Dalam Pemasaran..... | 24 |
| c. Indikator Pemasaran Kuliner | 26 |
| 3. Kualitas Pelayanan | 27 |
| a. Pengertian Kualitas Pelayanan | 27 |
| b. Indikator Kualitas Pelayanan..... | 28 |
| c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan | 30 |
| d. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam..... | 30 |

| | |
|--|----|
| 4. Hubungan Pemasaran Kuliner Terhadap Kepuasan Konsumen | 32 |
| 5. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen | 34 |
| B. Penelitian Terdahulu | 35 |
| C. Kerangka Pikir..... | 41 |
| D. Hipotesis..... | 41 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Lokasi Dan Waktu Penelitian..... | 43 |
| B. Jenis Penelitian | 43 |
| C. Populasi Dan Sampel | 43 |
| 1. Populasi | 43 |
| 2. Sampel | 44 |
| D. Instrumen Pengumpulan Data | 45 |
| 1. Wawancara | 45 |
| 2. Kuesioner (Angket) | 46 |
| 3. Dokumentasi..... | 47 |
| E. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen..... | 48 |
| 1. Uji Validitas | 48 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 48 |
| F. Analisis Data | 49 |
| 1. Analisis Statistik Deskriptif | 49 |
| 2. Uji Normalitas | 49 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 50 |
| a. Uji Multikolinearitas | 50 |
| b. Uji Heterokedastisitas..... | 50 |
| 4. Analisis Regresi Linear Berganda..... | 51 |
| 5. Uji Hipotesis | 52 |
| a. Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 52 |
| b. Uji Parsial (Uji t) | 52 |
| c. Uji Simultan (Uji F)..... | 53 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 55 |
| 1. Sejarah LopoTobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan | 55 |
| 2. Struktur Organisasi..... | 56 |
| B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas | 58 |
| 1. Hasil Uji Validitas | 58 |
| 2. Hasil Uji Reliabilitas | 60 |
| C. Analisis Data | 61 |
| 1. Statisik Deskriptif..... | 61 |
| 2. Hasil Uji Normalitas..... | 62 |
| 3. Uji Asumsi Klasik | 63 |

| | |
|---|----|
| a. Hasil Uji Multikolinearitas | 63 |
| b. Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 64 |
| 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 65 |
| 5. Hasil Uji Hipotesis | 67 |
| a. Uji Koefisien Determinan (R^2) | 67 |
| b. Uji Secara Parsial (Uji t)..... | 68 |
| c. Uji Secara Simultan (Uji F) | 69 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian | 70 |
| E. Keterbatasan Penelitian | 76 |

BAB V PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 77 |
| B. Saran..... | 77 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel I.1 Data Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal | 2 |
| Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel | 10 |
| Tabel II.1 Penelitian Terdahulu..... | 36 |
| Tabel III.1 Indikator Skor | 46 |
| Tabel III.2 Indikator Variabel | 46 |
| Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Pemasaran Kuliner | 57 |
| Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan..... | 57 |
| Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen | 58 |
| Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas..... | 59 |
| Tabel IV.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif..... | 60 |
| Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas | 61 |
| Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinearitas | 62 |
| Tabel IV.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 62 |
| Tabel IV.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 63 |
| Tabel IV.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 65 |
| Tabel IV.11 Hasil Uji Parsial (Uji t) | 66 |
| Tabel IV.12 Hasil Uji Simultan (Uji F) | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------------|----|
| Gambar 11.1 Kerangka Pikir..... | 41 |
| Gambar IV.I Struktur Organisasi | 56 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2: Daftar Pernyataan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3: Permohonan Surat Izin Riset
- Lampiran 4: Balasan Selesai Riset
- Lampiran 5: Validasi Angket Penelitian
- Lampiran 6: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7: Dokumentasi Penyebaran Angket
- Lampiran 8: Data Angket
- Lampiran 9: Hasil Olahan Data Penelitian
- Lampiran 10: Tabel r, Titik Persentase Distribusi t, Titik Persentase Distribusi F

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan konsumen adalah pengukuran atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima. Menurut Tjiptono kepuasan merupakan suatu tingkatan kebutuhan dan keinginan konsumen tercapai, sehingga pelanggan merasakan produk dan jasa yang digunakan tidak berbeda-beda dengan yang diharapkan.¹ Penawaran serta pengiriman di definisikan sebagai hasil penilaian harapan konsumen dalam kinerja produk yang sebenarnya. Kepuasan konsumen adalah salah satu yang penting dalam bisnis dimana tujuan utama dalam keberhasilan suatu perusahaan adalah kepuasan konsumen.

Harapan dan kepuasan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan untuk mengevaluasi sarana serta pelayanan suatu objek wisata. Kepuasan disebut jika terpenuhinya harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, Sebaliknya kepuasan konsumen tidak terpenuhi jika tidak sesuai dengan harapan konsumen. Menciptakan kepuasan konsumen dilakukan dengan cara memberikan harapan kepada konsumen/pelanggan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kunjungan konsumen.²

¹Dedeh Kurniasih, *Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Word Of Mout, Kualitas Layanan Dan Citra Merk)* (Serang: Bintang Sembilang Visitama, 2021), hlm. 2.

²Ratu Maesaroh, *Dampak Citra Destinasi Kualitas Pelayanan Dan Harapan Wisatawan* (Indonesia: Guepedia, 2019), hlm. 13.

Salah satu bisnis kuliner yang cukup menarik perhatian masyarakat adalah lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan. Lopo tobat di dirikan pada tahun 2015 oleh Bapak Fahmi Hasibuan. Lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan adalah salah satu bisnis kuliner yang berada di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal yang memiliki ciri khas makanan unik. Dinamakan lopo tobat karena pondoknya berada di atas kolam, dan ini menjadi bisnis kuliner yang memiliki banyak konsumen karena konsistensi citarasa yang tetap di pertahankan hingga saat ini.

Tabel I.I
Data Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan
Tahun 2015-2022

| No. | Tahun | Jumlah konsumen |
|-----|---------------|-----------------|
| 1. | 2015 | 84.615 |
| 2. | 2016 | 87.582 |
| 3. | 2017 | 89.235 |
| 4. | 2018 | 73.156 |
| 5. | 2019 | 75.728 |
| 6. | 2020 | 65.354 |
| 7. | 2021 | 66.610 |
| 8. | 2022 | 80.490 |
| | Jumlah | 623.036 |

Sumber: Pemilik Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2015 jumlah konsumen sebanyak 84.615, pada tahun 2016 jumlah konsumen sebanyak 87.582, pada tahun 2017 mengalami peningkatan dengan jumlah 89.235, dan pada tahun 2018 mengalami penurunan dengan jumlah 73.156, pada

tahun 2019 meningkat dengan jumlah 75.728, pada tahun 2020 mengalami penurunan yang drastis dengan jumlah 65.354 diakibatkan covid-19, dan pada tahun 2021 mengalami sedikit peningkatan dengan jumlah 66.610, dan pada tahun 2022 juga mengalami peningkatan dengan jumlah 80.490. Hal ini terlihat jumlah konsumen dari tahun 2015-2022 masih fluktuatif.

Berdasarkan observasi peneliti di lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan ditemukan memiliki pelanggan/konsumen yang cukup banyak dan selalu penuh di jam waktu makan sehingga tidak kebagian tempat duduk. Selain itu, lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan juga tidak menerima pesanan sistem delivery akan tetapi sistem makan di tempat atau di bawa pulang. Buka dari jam 09.00-21.00 WIB, fasilitas yang tersedia seperti area parkir yang luas, toilet, musholla, dan sistem pembayaran hanya tunai. Menu makanan yang tersedia banyak, akan tetapi lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan tidak membuat daftar menu makanan sehingga konsumen kebingungan saat memesan makanan, tempatnya yang nyaman dan terbuka, rasanya yang enak, dan yang paling unik dari lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan ini yaitu tempat/ pondoknya berada di atas kolam serta banyak ikan di dalamnya sehingga itulah yang paling menarik bagi konsumen yang datang ke tempat itu.

Ada beberapa konsumen juga yang kurang setuju atau merasa kurang puas dengan lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan, seperti kurangnya tempat duduk/pondok serta pesanan yang lama datang. Minimnya kerja sama antar tim/karyawan akan membuat konsumen

merasa kurang nyaman seperti konsumen menunggu antrian karena karyawan full menangani konsumen dan itulah yang membuat karyawan memberikan respon yang lambat kepada konsumen. Kecepatan dalam memberikan respon sangat penting dalam menghadapi konsumen. Konsumen tentu akan kesal ketika menghadapi pelayanan karyawan yang lambat. Kepuasan konsumen akan meningkat ketika kita dapat memberikan pelayanan secara tepat waktu.

Kepuasan menjadi salah satu tujuan penting bagi perusahaan yang menjadi salah satu tolak ukur untuk keberhasilan suatu perusahaan. Kepuasan memegang peranan yang sangat penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu usaha. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis dan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan bagi perusahaan.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa orang yang pernah berkunjung ke lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan. Hasil wawancara peneliti dengan Ibu Kholidah mengatakan bahwa:

Dia masih kurang puas karena ketidaksesuaian dengan apa yang di harapkannya sehingga dia merasa kecewa, seperti musholla yang ada di Lopo Tobat sangat terbuka sehingga ia merasa kurang nyaman ketika sholat, dan pesanan yang lama datang sehingga itu yang membuat pengunjung kurang puas, hal tersebut

mempengaruhi kepuasannya namun masih merekomendasikan tempat tersebut kepada temannya.³

Wawancara dengan Ibu Lija mengatakan bahwa:

Dia merasa kurang puas karena tidak sesuai dengan harapannya, seperti kadang menu yang mau di pesan tidak ada serta tempat duduk yang kurang, hal tersebut mempengaruhi kepuasannya sehingga dia kurang merekomendasikan Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan kepada teman- temannya.⁴

Wawancara dengan Ibu Hafsah mengatakan bahwa :

Dia merasa kurang puas berkunjung ke Lopo Tobat karena tidak sesuai dengan harapannya, seperti pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang bagus sehingga dia merasa kecewa dengan apa yang diharapkannya dan dia kurang merekomendasikan Lopo Tobat kepada teman dan keluarganya.⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan beberapa konsumen terdapat sebagian pengunjung yang masih merasa tidak puas. Terlihat bahwa kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan juga ada hubungannya dengan pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan. Konsumen merasa bahwa pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan belum sepenuhnya memenuhi keinginan konsumen. Untuk mencapai kepuasan konsumen maka perusahaan harus bekerja keras untuk menarik minat konsumen dan berusaha mempertahankan pengunjung.

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, mempertukarkan produk yang bernilai

³Hasil Wawancara dengan Ibu Kholidah, Orang yang pernah berkunjung ke Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Pada Tanggal 14 Juli 2022 pukul 11.00 WIB

⁴Hasil Wawancara dengan Ibu Lija, Orang yang pernah berkunjung ke Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Pada Tanggal 14 Juli pukul 12.50 WIB

⁵Hasil Wawancara dengan Ibu Hafsah, Orang yang pernah berkunjung ke Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Pada Tanggal 25 September 2022 pukul 14.35 WIB

dengan pihak lain.⁶ Dan strategi ini sangat penting dalam meningkatkan suatu usaha yang akan dijalankan kedepannya. Dalam konsep pemasaran ternyata ada banyak bentuk serta jenis ke anekaragaman makanan dari yang terkecil hingga terbesar. Tidak ketinggalan juga dari sisi harga yaitu mulai dari harga yang murah hingga yang mahal.

Kuliner merupakan hasil olahan berupa masakan lauk pauk, panganan maupun minuman yang berperan penting dalam membentuk sejarah dunia dan khususnya sejarah Indonesia. Oleh karena itu, banyak cara yang dilakukan pemilik bisnis untuk memenuhi harapan konsumen dengan menciptakan suatu kepuasan.⁷ Beberapa hal yang dilakukan pemilik bisnis misalnya dengan memberikan harga yang terjangkau, menjaga kebersihan lingkungan tempat, menjaga menu agar tetap higienis, memberikan menu yang bervariasi, dan lain sebagainya. Banyak usaha yang dilakukan agar usaha yang akan dikembangkan semakin maju di antaranya dengan mengembangkan produk-produk yang akan di perjual belikan. Dalam meningkatkan suatu pengembangan usaha perlu juga dengan adanya sikap baik terhadap pegawai dan pelanggan.

Pelayanan merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan oleh penyedia layanan sektor publik dan organisasi. Dalam prakteknya, pelayanan seringkali diasosiasikan dengan pemberian kemudahan terhadap pelayanan di sektor tertentu. Menurut Busch dan Houston pelayanan

⁶Heri Sudarsono, *Manajemen Pemasaran* (Jawa Timur: CV. PUSTAKA ABADI, 2020), hlm. 3.

⁷Musa Hubeis dan W Kania Dewi, *Kuliner Suatu Identitas Ketahanan Pangan Unik* (Bogor: IPB Press, 2018), hlm. 5.

adalah tindakan yang dilakukan atau di arahkan oleh individu atau organisasi untuk kepentingan tersebut. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menurut Tjiptono bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa apabila pelayanan yang diberikan mampu untuk memenuhi kebutuhan atau melampaui harapan konsumen maka konsumen tersebut akan merasa puas begitu juga sebaliknya.⁸

Menurut Bigne Et Al gambaran dari suatu tempat tujuan merupakan peran yang menentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas, kepuasan pelanggan dan niat pelanggan untuk berkunjung kembali ke tempat tujuan serta keinginan mereka untuk merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Pelanggan yang sudah pernah berkunjung sebelumnya akan memiliki gambaran yang lebih baik mengenai tempat tersebut dibandingkan dengan pelanggan yang baru pertama kali datang berkunjung. Sehingga bagi pelanggan yang sudah pernah berkunjung, perbedaan antara pengalaman dan ekspektasi mereka biasanya kecil. Dan wisatawan yang agak kecewa mungkin akan berkunjung kembali ke tempat tersebut karena sudah mengetahui kekurangan dari tempat tersebut, daripada berkunjung ke tempat baru yang mungkin lebih buruk dari itu.⁹

⁸Nashar, *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Lekoh Barat: Duta Media Publishing, 2020), hlm. 11-12.

⁹Ujang Sumarwan dkk., *Riset Pemasaran Dan Konsumen* (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2019), hlm. 305.

Ada beberapa penelitian terkait dengan kepuasan konsumen yang menunjukkan hasil penelitian yang berbeda-beda. Menurut Iis Maulidah, dkk dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen”.¹⁰ Pada penelitian Jonathan JJ Mentang, dkk dalam penelitiannya menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen”.¹¹

Pada penelitian Aditya Nugroho dan Prihartini Budi Astuti menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan, harga dan lokasi melalui hipotesis dua arah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen”.¹² Pada penelitian Asep Jamaludin menyatakan bahwa “kualitas pelayanan mempunyai tingkat hubungan yang searah karena nilainya positif dan mempunyai Pengaruh parsial dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan”.¹³ Pada penelitian Dewi Nurmasari Pane, dkk menyatakan bahwa “kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan

¹⁰Iis Maulidah, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 13 No. 1 (2019): hlm. 10.

¹¹Jonathan JJ Mentang, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid- 19,” *Jurnal EMBA* Vol. 9 No. 4 (2021): hlm. 688.

¹²Aditya Nugroho dan Prihartini Budi Astuti, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* Vol. 3 No. 2 (2021): hlm. 607.

¹³Asep Jamaludin, “Analisis Kualitas Makanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Sederhana,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 2018, hlm. 18.

dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan”.¹⁴ Pada penelitian Priska Liliani menyatakan bahwa “kualitas pelayanan terbukti secara signifikan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan”.¹⁵ Pada penelitian Uus Md Fadli menyatakan bahwa “terdapat pengaruh parsial dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen”.¹⁶

Dari beberapa penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang **“Analisis Pengaruh Pemasaran Kuliner Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal”**

B. Identifikasi Masalah

Terkait latar belakang yang tertera di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Waktu menunggu pesanan yang lama datang
2. Daftar menu makanan tidak ada
3. Belum terpenuhinya harapan konsumen untuk mendapatkan kenyamanan ketika berkunjung ke Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan

¹⁴Dewi Nurmasari Pane, dkk, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sisempuan Medan,” *Jurnal Manajemen Tools* Vol. 9 No. 1 (2018): hlm. 10.

¹⁵Priska Liliani, “Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie,” *Jurnal Bina Manajemen* Vol. 8 No. 2 (2020): hlm. 45.

¹⁶Uus MD Fadli, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Saung Endah Karawang,” *Jurnal OF Manajemen & Business* Vol. 2, No. 1 (2017): hlm. 214.

4. Sebagian konsumen ada yang merasa kurang puas namun masih banyak yang datang berkunjung.
5. Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan tidak menerima pesanan sistem delivery.
6. Adanya ketidaksesuaian dengan hasil penelitian-penelitian yang sebelumnya.
7. Kurangnya tempat duduk sehingga pengunjung merasa kurang puas.

C. Batasan Masalah

Agar masalah dibahas dengan jelas dan tidak terjadi pembahasan yang menyimpang, maka perlu dibuat suatu pembatasan penelitian. Adapun batasan penelitian ini hanya akan berfokus pada Analisis Pengaruh Pemasaran Kuliner dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel di defenisikan sebagai konsep dengan nilai yang berbeda. Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut.¹⁷ Ini memberikan definisi operasional variabel untuk menjelaskan istilah yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

¹⁷Budi Gautama Siregar dan Ali Hardana, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 29.

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

| No | Jenis variabel | Definisi variabel | Indikator variabel | Skala pengukuran |
|----|--------------------------------------|--|--|------------------|
| 1 | Pemasaran kuliner (X ₁) | Pemasaran kuliner merupakan cara menciptakan ataupun menawarkan sesuatu yang berupa makanan atau minuman sesuai dengan keinginan konsumen. ¹⁸ Adapun pemasaran kuliner yang dimaksud dalam penelitian ini adalah membuat makanan dengan ciri khas rasa yang enak untuk diberikan kepada konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan. | 1. Menjaga kualitas bahan baku 2. Membuat kemasan yang menarik 3. Promosi secara <i>online</i> 4. Menampilkan ciri khas produk. ¹⁹ | Ordinal |
| 2. | Kualitas pelayanan (X ₂) | Kualitas pelayanan merupakan proses menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan yang kemudian diberikan kepada konsumen. ²⁰ Adapun kualitas | 1. Mutu 2. Kuantitas 3. Ketepatan waktu 4. Efektivitas 5. Kemandirian. ²¹ | Ordinal |

¹⁸Edward Tanujaya, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 8.

¹⁹Hamda Sufinadia, dkk, *Pergeseran Strategi Pemasaran Kafe Dan Kuliner Di Sumatera Barat Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022), hlm. 2-3.

²⁰Muhammad Sawir, dkk, *Birokrasi Pelayanan Publik Konsep Teori Dan Aplikasi* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 80.

²¹Adi Robith Setiana dan Lati Sari Dewi, *Gaya Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan* (Jawa Timur: CV. Global Aksara Pers, 2022), hlm. 18.

| | | | | |
|----|-----------------------|---|--|---------|
| | | pelayanan dalam penelitian ini adalah ketepatan waktu karyawan dalam membuat makanan yang di pesan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan. | | |
| 3. | Kepuasan konsumen (Y) | Kepuasan adalah perasaan yang dimiliki oleh konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan dengan kualitas produk yang ditawarkan. ²² Jadi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dalam pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan.²³ | Ordinal |

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

²²Muhammad Busro, *Teori- Teori Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Prenada Media Group, 2018), hlm. 106.

²³Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 92.

1. Apakah pemasaran kuliner berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal?
3. Apakah pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal?

F. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pemaparan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran kuliner terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.
3. Untuk mengetahui pengaruh pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan bahan referensi untuk penelitian dan menambah wawasan serta mampu meningkatkan pengetahuan lebih jauh mengenai pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar akademik Sarjana Ekonomi (S.E).

2. Bagi peneliti lainnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dan diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca, terutama yang berkaitan dengan penelitian ini.

3. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan atau pertimbangan sebagai referensi kepustakaan dalam memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan.

4. Bagi perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan yang bermanfaat bagi perkembangan perusahaan kedepannya.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan merupakan suatu pembahasan secara garis besar dari bab-bab yang akan di bahas. Berikut sistematika pembahasan

proposal yang dipergunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 bab yaitu:

Bab I: Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II: Bab ini berisi tentang landasan teori di dalamnya terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis yang di kemukakan peneliti.

Bab III: Bab ini terdiri dari metode penelitian yaitu lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, instrumen, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta analisis data yang dikemukakan peneliti.

Bab IV: Bab ini menguraikan tentang gambaran umum dari objek penelitian hasil-hasil pengolahan data dan hasil pembahasan.

Bab V: Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian serta saran disampaikan untuk subjek penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya. Dalam KBBI konsumen merupakan pemakai barang hasil produksi seperti bahan pakaian, makanan dan pemakai jasa. Secara sederhana konsumen artinya sebagai orang atau pihak tertentu yang membayar untuk menerima jasa atau produk dengan tujuan memenuhi kebutuhan mereka. Jadi sumber daya manusia sebagai konsumen ialah pengguna akhir dari suatu barang atau jasa yang di produksi.²⁴

Lovelock menjelaskan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian yang dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, atau kesenangan. Schiffman dan Kanuk juga menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan di harapkannya. Jadi, dari defenisi di atas jika

²⁴Marta Widian Sari dan Andry Novrianto, *Perubahan Profesi Masyarakat Nelayan Di Era 50* (Sumatera Barat: CV, Insan Cendekia Mandiri, 2020), hlm. 10.

perasaan seseorang tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapannya maka seseorang tersebut dapat dikatakan puas.²⁵

Setelah konsumen membeli suatu produk atau jasa, konsumen mengevaluasi produk atau jasa tersebut apakah sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen akan puas jika suatu produk atau jasa sesuai dengan yang diinginkan, dan konsumen akan tidak puas jika tidak sesuai.

Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja perusahaan, dan kepuasan pelanggan adalah yang terpenting dalam pemasaran. Dalam kehidupan bisnis, jika anda membangun hubungan kepercayaan antara pelanggan dan perusahaan, anda akan menjalankan bisnis yang lebih praktis, menilai hubungan antara perusahaan dan pelanggan berdasarkan keandalan pelanggan, dan melakukan evaluasi yang komprehensif. Tentang total konsumsi barang dan jasa pada titik waktu tertentu.²⁶

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Abdullah dan Tantri adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Pada dasarnya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen akan berpengaruh pada

²⁵Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, hlm. 81.

²⁶M Hidayat dan Uswah, *Mahasiswa Sebagai Stakeholder Pendidikan* (Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2022), hlm. 2.

pola perilakunya.²⁷ Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:²⁸

1) Produk yang dihasilkan

Konsumen akan merasa puas jika produk tersebut berguna bagi konsumen dan memiliki kualitas yang baik. Jika konsumen puas mereka akan meminta perusahaan untuk menyediakan produk tersebut. Dan ini akan menjadi nilai plus sekaligus tantangan bagi perusahaan untuk dapat memenuhi keinginan konsumen.

2) Pelayanan

Tidak hanya usaha dalam bidang jasa namun juga dalam penjualan produk. Pelayanan yang baik adalah kunci mendapatkan konsumen yang loyal. Dengan yang baik tidak hanya mempertahankan pelanggan tetapi juga mencerminkan perusahaan itu baik.

3) Faktor emosional

Ketika konsumen mendapatkan pelayanan yang baik, maka akan timbul faktor emosional. Kepuasan secara emosional akan membuat konsumen semakin loyal terhadap produk yang disediakan oleh perusahaan.

²⁷Agus Surya Bharmawan dan Naufal Hanif, *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan* (Surabaya: SKOPINDO, 2022), hlm. 2.

²⁸Purboyo dkk., *Perilaku Konsumen* (Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2021), hlm. 71-73.

4) Iklan

Iklan dapat menjadi pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu membuat iklan semenarik mungkin serta menjelaskan kelebihan dari produk tersebut.

5) Memberikan kemudahan

Memberikan kemudahan maksudnya seberapa mudah konsumen mendapatkan produk hingga proses transaksi pembayarannya. Tentunya, konsumen tidak ingin menunggu terlalu lama dan membuang waktu mereka. Hal ini tidak terlepas dari pelayanan, dimana jika pelayanan konsumen baik dan mudah mendapatkan produk, maka loyalitas konsumen akan terwujud.

c. Indikator Kepuasan Konsumen

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono pembentuk kepuasan terdiri dari:²⁹

1) Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

²⁹Minto Waluyo, *Manajemen Psikologi Industri* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2019), hlm. 232.

2) Minat berkunjung kembali

Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.

3) Kesediaan merekomendasikan

Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

d. Manfaat Kepuasan Konsumen

Dalam melakukan bisnis, kepuasan pelanggan sangat penting karena akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan. Ada beberapa manfaat dari kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

1) Meningkatkan rasa suka dan loyalitas terhadap produk

Jika pelanggan suka terhadap produk atau jasa yang kita berikan maka pelanggan tersebut memiliki kemungkinan besar untuk kembali membeli produk atau jasa kita.

2) Menjadi titik diferensiasi

Pelayanan yang baik umumnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan dijadikan sebagai titik diferensiasi bagi konsumen baru. Dan konsumen baru yang membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan karena rekomendasi orang lain pada umumnya memiliki *brand*

awareness yang lebih bagus daripada pelanggan yang datang sendiri.

3) Menambah pendapatan dan cita rasa

Selain menambah pendapatan pelanggan yang puas akan membuat citra produk atau jasa menjadi baik dan lebih di kenal masyarakat.

e. **Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam**

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan konsumen adalah standar syariah. Kepuasan konsumen dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk/jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Dalam konteks kepuasan konsumen, interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik manusia), Allah SWT memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut kepada konsumen.

Firman Allah SWT dalam Q.S *Āli 'Imrān*: 159:

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah.

Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadanya. (Q.S *Āli 'Imrān*: 159)³⁰

Penjelasan ayat di atas, Allah SWT memerintahkan berlaku lemah lembut kepada mereka dan menjadi salah satu bukti bahwa Allah sendiri yang membentuk dan mendidik kepribadian Nabi Muhammad SAW. Kepribadian beliau dibentuk sehingga bukan hanya pengetahuan yang Allah limpahkan kepada beliau melalui wahyu-wahyu Al-quran, tetapi juga kalbu beliau disinari, bahkan totalitas wujud beliau merupakan rahmat bagi seluruh alam. Allah SWT mengharuskan pemeluknya untuk berlaku sopan dalam setiap hal baik dalam melakukan transaksi bisnis dengan orang-orang bodoh, tetap harus berbicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik.³¹

2. Pemasaran Kuliner

a. Pengertian Pemasaran Kuliner

Pemasaran merupakan suatu proses dimana seseorang atau sekelompok masyarakat melakukan pertukaran, menciptakan, baik itu barang atau jasa dengan melakukan transfer nilai (pertukaran) antara mereka dengan pelanggannya.³² Dengan pengertian tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan keinginan seseorang untuk memuaskan kebutuhannya.

³⁰Departemen Agama RI, *Al- Qur'an & Terjemahan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), hlm. 167.

³¹Maulana Muhammad Ali, *Qur'an Suci Terjemahan Dan Tafsir* (Jakarta: Darul Kutubil Islamiyah, 2014), hlm. 95.

³²Astri Rumondang Banjamahor dkk., *Manajemen Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 2.

Dalam pengertian sempit pemasaran hanyalah menjual dan mengiklankan. Dalam mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Menurut Kotler dan Amstrong memberikan definisi pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses yang menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan pada pelanggan untuk mengelola kereliasian pelanggan untuk mencapai benefit bagi perusahaan.³³ Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan distribusi, dan sebagainya.

Culinary berasal dari bahasa Inggris yang berarti berkaitan dengan masakan atau makanan. Sedangkan dalam bahasa Indonesia disebut dengan kuliner. Wisata kuliner ialah suatu kegiatan untuk mencari makanan dan minuman yang unik. Dan wisata kuliner bukanlah semata-mata untuk menikmati nikmatnya saja akan tetapi keunikan dan kenangan yang kita rasakan setelah menikmati makanan tersebutlah yang menjadi pengalaman. Wisata kuliner

³³Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 342.

bukan di restoran maupun kelengkapan jenis makanan dan minuman yang tersaji saja, akan tetapi sesuatu yang unik dan merasakan kenikmatan dan kekhasan makanan tersebut. Wisata kuliner dapat dianggap sebagai wisata budaya dimana wisatawan dapat memahami tentang orang dan tempat melalui pengalaman makanan.³⁴

b. Tujuan Perusahaan dalam Pemasaran

Tujuan perusahaan memproduksi atau memasarkan suatu produk baik perusahaan dagang atau jasa selalu berpatokan kepada apa yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut. Tujuan perusahaan dalam memasarkan produknya ini dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang.³⁵ Secara khusus dalam aspek pasar dan pemasaran bahwa tujuan perusahaan untuk memproduksi atau memasarkan produknya dapat dikategorikan sebagai berikut:

1) Untuk meningkatkan penjualan dan laba

Artinya bagaimana cara meningkatkan omset penjualan, maka diharapkan keuntungan atau laba juga dapat meningkatkan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

2) Untuk menguasai pasar

Yaitu dengan cara memperbesar *marketshare*-nya untuk wilayah-wilayah tertentu. Peningkatan *marketshare* dapat

³⁴Robert Tua Siregar, *Industri Pariwisata Dan Kuliner* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 24.

³⁵Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hlm. 41.

dilakukan dengan berbagai cara mencari atau menciptakan baru atau merebut *marketshare* persaingan yang ada.

3) Untuk mengurangi saingan perusahaan

Yaitu dengan cara menciptakan produk sejenis dengan mutu yang sama tetapi harga lebih rendah dari produk utama. Tujuannya adalah untuk mengurangi saingan danantisipasi terhadap kemungkinan pesaing baru yang akan masuk ke dalam industri tersebut.

4) Untuk menaikkan persentase produk di pasaran

Tujuan perusahaan memasarkannya adalah untuk persentase produk di depan pelanggannya dengan cara promosi atau cara lainnya. Cara lainnya juga dilakukan dengan meningkatkan mutu, selera yang sesuai dengan keinginan konsumen.

5) Untuk memenuhi pihak-pihak tertentu

Tujuannya ini biasanya untuk memenuhi pihak-pihak tertentu dengan jumlah yang terbatas. misalnya pemerintah atau lembaga tertentu.

Tujuan kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa secara umum yaitu sebagai berikut:

- a) Memaksimalkan konsumsi atau memudahkan konsumsi
- b) Memaksimalkan kepuasan konsumen
- c) Memaksimalkan pilihan (ragam produk)
- d) Meningkatkan penjualan barang dan jasa

- e) Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing
- f) Memudahkan kebutuhan akan suatu produk dan jasa
- g) Memenuhi keinginan para pelangganan suatu produk dan jasa.

c. Indikator Pemasaran Kuliner

Adapun indikator pemasaran kuliner yaitu sebagai berikut.³⁶

1) Menjaga kualitas bahan baku

Bahan baku yang berkualitas sangat menentukan citarasa makanan yang dijual. Ada baiknya untuk melakukan riset terlebih dahulu mengetahui bahan baku yang akan digunakan.

2) Membuat kemasan yang menarik

Yaitu bahwa kemasan menjadi citra pertama yang akan dilihat konsumen. Jadi semakin unik kemasan yang digunakan, maka konsumen pun akan semakin tertarik untuk membeli.

3) Promosi secara *online*

Makanan jadi juga di promosikan secara online, misalnya saat menjual produk *snack* atau kue kering, bisa menyajikan berbagai foto produk makanan di berbagai *platform online* seperti *website*.

³⁶Sufinadia, dkk, *Pergeseran Strategi Pemasaran Kafe Dan Kuliner Di Sumatera Barat Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, hlm. 2-3.

4) Menampilkan ciri khas produk

Ciri khas akan menjadi citra positif yang dapat menarik perhatian konsumen. Tidak ada salahnya membuat produk yang terkesan agar lebih mudah di ingat konsumen.

3. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dimiliki.³⁷ Kualitas diartikan sebagai keseluruhan fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang mampu memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Adapun ciri-ciri pelayanan menurut Kasmir adalah sebagai berikut.³⁸

- 1) Selalu bertanggung jawab kepada semua pelanggan atau pengunjung dari awal hingga selesai
- 2) Mampu melayani secara cepat dan tepat
- 3) Mampu berkomunikasi dengan baik
- 4) Mampu memberikan jaminan kerahasiaan disetiap transaksi
- 5) Mampu memahami kebutuhan pelanggan dengan baik

³⁷Herlin Hidayat, *Manajemen Operasil Dasar* (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Jaya, 2019), hlm. 59.

³⁸Dian Sudiantini, *Leaders Dan Culturer* (Jakarta: PT Gramedia, 2020), hlm. 156.

- 6) Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik
- 7) Memberikan kepercayaan kepada pelanggan

Kualitas pelayanan menjadi sebuah keharusan yang harus diwujudkan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menurut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan. Kepuasan konsumen sangat mempengaruhi kualitas pelayanan dan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik.³⁹

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Robbins dalam Setiana menjelaskan tentang indikator untuk mengukur kualitas pelayanan secara individu yaitu sebagai berikut:⁴⁰

1) Mutu

Mutu atau kualitas kerja diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan.

69. ³⁹Bunyamin, *Manajemen Pemasaran* (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2021), hlm.

⁴⁰Lati Sari Dewi, *Gaya Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*, hlm. 18.

2) Kuantitas

Kuantitas merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.

3) Ketepatan waktu

Ketepatan waktu merupakan tingkat aktivitas di selesaikan pada awal waktu yang dinyatakan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain.

4) Efektivitas

Efektivitas merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi, bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya.

5) Kemandirian

Kemandirian merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya komitmen kerja dengan instansi dan tanggung jawab karyawan terhadap perusahaan.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Dwiyanto mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan ada dua yaitu:⁴¹

1) Faktor internal

- a) Kewenangan diskresi
- b) Sikap yang berorientasi pada perubahan
- c) Budaya organisasi
- d) Etika organisasi
- e) Sistem intensif
- f) Dan semangat kerja sama

2) Faktor eksternal

- a) Budaya politik
- b) Dinamika perkembangan politik
- c) Pengelolaan konflik lokal
- d) Kondisi sosial ekonomi
- e) Dan kontrol yang dilakukan oleh masyarakat dan organisasi.

d. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa/pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas. Manusia merupakan khalifah atau pengembang amanat Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan

⁴¹Hassel Nogi, *Manajemen Publik* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005), hlm. 223.

tugas kekhalifahannya ini dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat pelayanan, manusia dapat berkehendak bebas tetapi akan mempertanggung jawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun akhirat kelak. Pertanggungjawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT, namun juga kepada lingkungan. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah *Al-Baqarah* ayat 267.

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi terpuji.⁴²

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thorik dan Utus menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada hati dan memperkokoh posisi di dalam bertukar pikiran pada konsumen.

⁴²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Jakarta Selatan: Zawiya, 2016), hlm. 132.

4. Hubungan Pemasaran Kuliner Terhadap Kepuasan Konsumen

Pemasaran merupakan sebuah strategi bisnis yang mengacu pada aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan penjualan suatu produk. Strategi pemasaran merupakan kegiatan bagaimana agar produksi terjual dan dapat memuaskan keinginan pembeli sehingga konsumen akan membeli produk yang bersangkutan. Strategi pemasaran dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemauan perusahaan sehingga dapat bersaing dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dari persaingan.

Kuliner merupakan segala yang berhubungan dengan masak memasak dan kata tradisional berarti segala sesuatu yang di dasarkan pada tradisi atau kebiasaan turun-temurun pada masyarakat.⁴³ Strategi pemasaran yang efektif memerlukan basis pengetahuan tentang konsumen, untuk itu marketer perlu melakukan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Mengoptimalkan riset pemasaran untuk mengetahui keinginan yang paling di inginkan konsumen.
- 2) Mengoptimalkan riset mengenal manfaat dan harga produk yang di inginkan, gaya, dan model yang menunjukkan penghargaan ketika produk di posisikan, respon kostumer terhadap bauran pemasaran dan analisis persepsi dan kepuasan konsumen ketika konsumen telah menggunakan produk.

⁴³Ni Made Yuni Gumala & Lely Cintari, *Gizi Kuliner Tradisional Bali* (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2021), hlm. 1.

3) Melakukan penyesuaian bauran pemasaran terhadap keinginan konsumen.

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Persewaan Buku Kotaro Kota Madiun” yang diterbitkan oleh Ryan Aikas Priono Arianto dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan antara pemasaran kuliner terhadap kepuasan konsumen.⁴⁴

Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Food Court UNY)” yang diterbitkan oleh Anita Mustikasari dalam jurnal tersebut menjelaskan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.⁴⁵

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran kuliner memiliki hubungan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat dikatakan kepuasan konsumen tidak terlepas dari pemasaran yang diberikan, semakin baik pemasaran yang diberikan maka akan semakin tinggi kepuasan konsumen yang di dapat. Jika strategi pemasaran yang dirasakan bagus maka

⁴⁴Ryan Aikas Priono Arianto, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Persewaan Buku Kotaro Kota Madiun*, vol. Vol. 5 No. 1 (Jurnal EQUILIBRIUM, 2017), hlm. 105.

⁴⁵Anita Mustikasari, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Food Court UNY),” *Jurnal DINAMIKA TEKNIK* Vol. XIII, No. 1. (January 2020): hlm. 56.

pelayanan yang diterima oleh konsumen juga akan bagus dan sangat memuaskan.

5. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Fandy Tjiptono kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu.

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Waroeng Stake And Shake Cabang Ngesrep)” yang diterbitkan oleh Dimas Aditya Pratama Wardana dan Agus Hermani Daryanto Seno dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.⁴⁶

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung” yang diterbitkan oleh Rina Martiana dan Sheli Apriani dalam jurnal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara simultan.⁴⁷

⁴⁶Dimas Aditya Pratama Wardana dan Hermani Daryanto Seno, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Waroeng Steak And Shake Cabang Ngesrep),” *Journal Of Social And Politic* Vol. 1, No. 1 (2019), hlm. 11.

⁴⁷Rina Martiana dan Sheli Apriani, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung,” *Journal Of Manajement Studies* Vol. 6, No. 2 (2019): hlm. 132.

Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik barang ataupun jasa, sedangkan kinerja atau hasil yang dirasakan merupakan persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah ia mengkonsumsi produk yang di beli.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dan kenyataan dari kualitas pelayanan yang dirasakan perusahaan agar selalu memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah yang paling penting yang harus di pertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan dan dianggap saling berhubungan dengan penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel II.I
Penelitian Terdahulu

| No. | Nama peneliti | Judul peneliti | Hasil peneliti |
|-----|--|---|---|
| 1. | Fadilah Feliani Berlian, dkk (jurnal e-procceding of management, 2022) | Pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan konsumen brownies di Palimanan Cirebon. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. |

| | | | |
|----|---|--|---|
| 2. | Aditya Nugroho, Prihartini Budi Astuti (jurnal ilmiah mahasiswa manajemen bisnis dan akuntansi, 2021) | Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, harga dan lokasi melalui hipotesis dua arah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu melalui uji simultan didapatkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. |
| 3. | Jonathan J.J Mentang, dkk, (jurnal EMBA, 2021) | Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Marina Khas In Manado di masa pandemic covid-19 | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. |
| 4. | Priska Liliani (jurnal bina manajemen, 2020) | Analisis pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada <i>Behavioral intention</i> restoran top yammie | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas makanan terbukti secara signifikan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan terbukti secara signifikan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga terbukti secara signifikan memengaruhi <i>behavioral intention</i> . |
| 5. | Anita Mustikasari (jurnal dinamika teknik, 2020) | Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kedua variabel independen (kualitas produk dan kualitas |

| | | | |
|----|--|---|--|
| | | konsumen (Studi kasus Food Court UNY) | pelayanan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen baik secara parsial maupun secara simultan. |
| 6. | Iis Maulidah, dkk (jurnal pendidikan ekonomi,2019) | Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng Nelongso Jember | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen. |
| 7. | Nuni Nurhalimah dan Ade Nurhayati KD (jurnal ekonomi dan bisnis, 2019) | Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara simultan ada pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan dan nilai pelanggan dengan kepuasan pelanggan. sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel ini memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan. |
| 8. | Rina Martiana, Sheli Apriani, (journal of management studies, 2019) | Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe Deumdee Rangkasbitung | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan dan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. |
| 9. | Dimas Aditya Pratama & Agus Hermani Daryanto Seno (Jurnal of social | Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (studi kasus waroeng | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dan kualitas |

| | | | |
|-----|--|---|--|
| | and politic, 2019) | steak and shake cabang Ngesrep) | pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. |
| 10. | Firmansyah (Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis Sains, 2019) | Pengaruh strategi pemasaran dan pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada STIE Mahaputra Riau. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada STIE Mahaputra Riau. |
| 11. | Dewi Nurmasari Pane, dkk (jurnal manajemen tools, 2018) | Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan Sidempuan Medan | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Dan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas pelayanan. |
| 12. | Asep Jamaludin (jurnal manajemen dan bisnis kreatif, 2018) | Analisis kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan padang sederhana Karawang | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Korelasi dengan kualitas pelayanan mempunyai tingkat hubungan yang searah karena nilainya positif. Dan kualitas pelayanan mempunyai Pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan. |

Pada penelitian yang peneliti lakukan terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yang dicantumkan di atas yaitu sebagai berikut:

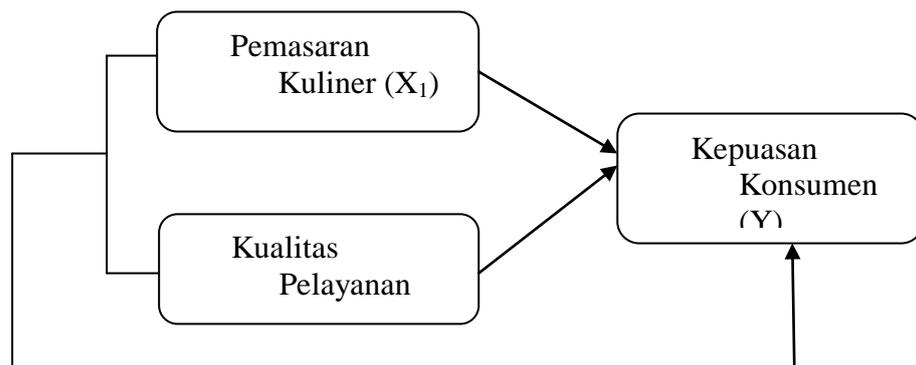
- a. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadilah Feliani Berlian, dkk yaitu pada variabel Y. Sedangkan perbedaannya pada teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling.
- b. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aditya Nugroho dan Prihartini Budi Astuti yaitu terdapat pada variabel Y yaitu kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya itu terdapat pada teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *probability sampling*.
- c. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Jonathan J.J Mentang, dkk yaitu menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaannya yaitu pada variabel X..
- d. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Priska Liliani yaitu terdapat pada variabel Y. Sedangkan perbedaannya terdapat pada studi kasusnya yaitu pada *Behavioral Intention* Restoran.
- e. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Anita Mustikasari yaitu pada metode penelitian menggunakan kuesioner. Sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada variabel X yaitu kualitas produk.
- f. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Iis Maulidah, dkk yaitu teknik pengumpulan data sama-sama menyebar kuesioner. Sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada variabel X kualitas produk.
- g. Persamaan penelitian ini dengan Nuni Nurhalimah dan Ade Nurhayati KD yaitu Y yaitu Kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya dapat dilihat dari populasi yaitu 1.602 orang.

- h. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rina Martiana dan Sheli Apriani yaitu pada metode penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian.
- i. Persamaan dengan penelitian Dimas Aditya Pratama Wardana & Agus Hermani Daryanto Seno terdapat pada jumlah sampel yaitu sama-sama 100 sampel, sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel X.
- j. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah yaitu dapat dilihat pada variabel Y yaitu kepuasan. Sedangkan perbedaannya dapat dilihat pada sampel yang digunakan sebanyak 60 responden.
- k. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Nurmasari Pane, dkk yaitu dapat dilihat pada teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara menyebar kuesioner. Sedangkan perbedaannya dapat dilihat Variabel X yaitu Harga.
- l. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan Asep Jamaludin dapat dilihat dari variabel Y yaitu kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya yaitu pada sampel yang digunakan sebanyak 228 responden.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir ialah gambaran atau model konseptual yang menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya, yang dibuat dalam bentuk skema atau bagan yang membantu peneliti memahami variabel data yang diteliti.

Gambar II.I
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari persoalan yang kita teliti. Berdasarkan kerangka pikir yang dikemukakan maka hipotesis penelitian ini adalah:

H₁: Pemasaran kuliner berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

H₃: Pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal. Dan waktu penelitian dimulai dari bulan Juli 2022 hingga bulan April 2023.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini ialah penelitian yang bersifat kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk angka.⁴⁸ Defenisi lain menjelaskan penelitian kuantitatif adalah yang mengumpulkan data dan menafsirkannya banyak menuntut penggunaan angka dan gambar, tabel grafik dapat ditetapkan ukurannya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah sekelompok perusahaan yang cukup yang ingin kita amati dan merupakan subjek penelitian dalam kelompok elemen penelitian. Maka dengan demikian keseluruhan subjek ini adalah semua konsumen atau pelanggan yang berkunjung ke lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan. Adapun populasi konsumen lopo tobat umak

⁴⁸Misbahuddin & Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 4.

rafsan rumbio parlupisan pada tahun 2022 berjumlah 80.490 konsumen.⁴⁹

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel dari populasi itu harus benar-benar komprehensif (mewakili). Sampel yang baik itu adalah sampel yang mampu mencerminkan populasi.⁵⁰ Untuk menentukan ukuran sampel dapat digunakan rumus *slovin*.

Dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N.e^2)}$$

Dimana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e: error level (tingkat kesalahan sebesar 10%).

Maka jumlah sampelnya adalah:

$$n = \frac{80.490}{1+(80.490.0,1^2)}$$

$$n = \frac{80.490}{1+(80.490.0,01)}$$

⁴⁹Fahmi Hasibuan, Pemilik Warung Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan, Pada Tanggal 02 November 2022 pukul 12.25 WIB.

⁵⁰Eko Sudarmanto dkk, *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm. 142.

$$n = \frac{80.490}{805,9}$$

$n = 99,87$ maka sampel menjadi 100

Berdasarkan perhitungan di atas maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Untuk memudahkan penelitian jumlah yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan karakteristik yang bisa dijadikan sampel pada penelitian ini adalah responden yang pernah berkunjung ke lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik insidental sampling. Sampling insidental merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data meliputi:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam mengumpulkan informasi atau data. Wawancara adalah percakapan yang memiliki tujuan penting yang biasanya dilakukan antara dua orang

atau lebih yang akan diarahkan oleh salah satu seseorang dengan maksud memperoleh keterangan atau hasil wawancara.⁵¹

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data untuk yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden.⁵²

Tabel III.I
Indikator Skor

| Kategori Jawaban | Nilai |
|---------------------------|-------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Kurang Setuju (KS) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Peneliti terhadap responden akan diberikan skor, tiap-tiap pilihan jawaban yang ditentukan. Dalam penyusunan angket, agar tidak melenceng dari pembahasan yang diteliti maka peneliti menyusun kisi-kisi angket sebagai berikut:

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket

| No. | Variabel | Indikator | Nomor soal |
|-----|-----------------------|--|------------|
| 1. | Kepuasan konsumen (Y) | 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung | 1,2,3 4 |

⁵¹Fandi Rossi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik* (Yogyakarta: Leutika Prio, 2016), hlm. 1.

⁵²Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019), hlm. 1.

| | | | |
|----|------------------------------|--|-------------------------|
| | | kembali 3. Ketersediaan untuk merekomendasikan | 5,6 |
| 2. | Pemasaran kuliner (X_1) | 1. Menjaga kualitas bahan baku 2. Membuat kemasan yang menarik 3. Promosi secara online 4. Menampilkan ciri khas produk | 1,2 3 4 5,6 |
| 3. | Kualitas Pelayanan (X_2) | 1. Mutu 2. Kuantitas 3. Ketepatan waktu 4. Efektivitas 5. Kemandirian | 1 2 3,4 5 6 |

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu, dapat berupa gambar, moment, tulisan atau karya dari seseorang. Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dapat berbentuk gambar atau foto. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah peneliti.

Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebarkan

kuesioner kepada konsumen/pelanggan di lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan.

E. Uji validitas dan Reliabilitas instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas merupakan upaya untuk memastikan tingkat kevalidan dan kesahihan instrumen yang digunakan dalam penelitian (instrumen pengumpulan data).⁵³ Yang bertujuan menilai apakah seperangkat alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur dengan kriteria jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dinyatakan tidak valid. Taraf signifikan ditentukan 5% jika diperoleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikan 0,05 berarti pertanyaan tersebut valid.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang berkaitan dengan konsistensi, stabilitas data dan temuan. Artinya adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa kekeliruan. Uji ini merupakan uji lanjutan setelah uji validitas, dimana item yang masuk dalam kategori pengujian adalah merupakan pernyataan yang dikatakan valid. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan rumus

⁵³Muhammad Yunus & Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian* (Bogor: IPB Press, 2018), hlm. 50-51.

Cronbach's Alpha > 0,60 maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.⁵⁴

F. Analisis data

Analisis data merupakan suatu cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian termasuk menganalisis alat-alat statistik yang relevan digunakan dalam penelitian tersebut.

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan proses transformasi suatu data penelitian agar lebih mudah diinterpretasikan dan di pahami. Uji ini biasa digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik variabel penelitian.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang di tetapkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik. Uji normalitas bertujuan untuk menguji data penelitian baik variabel dependen maupun variabel independen terdistribusi normal atau tidak.⁵⁵ Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorof Smirnov*, untuk dapat menentukan suatu data berdistribusi normal atau tidak dilihat dari nilai signifikannya. Apabila nilai signifikan > 0,05 maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai < 0,05 maka berdistribusi tidak normal.

⁵⁴Budi Darma, *Statistik Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Sederhana, Uji t, Uji f, R2)* (Jakarta: Guepedia, 2020), hlm. 17.

⁵⁵Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah Nasution, *Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 25.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan salah satu pelanggaran asumsi model regresi linear klasik bahwa tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen. Multikolinearitas muncul apabila diantara variabel bebas memiliki hubungan yang sangat kuat. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai VIF tidak lebih dari 5 maka dapat dipastikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada persamaan regresi linear berganda tersebut, sebaliknya apabila nilai $VIF > 5$ maka terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.⁵⁶

b. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Adapun model regresi yang memenuhi persyaratan adalah yang dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *Spearman rho* dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:

$Sig > 0,05$ artinya data tidak terjadi heteroskedastisitas

⁵⁶Lailatus Saadah & Abdullah Fajarul Munir, *Kualitas Layanan Harga dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen* (Tambakberas Jombang: LLPM Jl. Garuda No.9), hlm. 51.

Sig < 0,05 artinya data terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau prediktor.⁵⁷ Perbedaan dengan regresi linear sederhana adalah bahwa regresi linear sederhana hanya menggunakan satu variabel independen dalam suatu modal regresi, sedangkan regresi linear berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi. Adapun bentuk persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan

Y = Variabel dependen (terikat)

α = konstanta

b_1b_2 = koefisien regresi

X_1X_2 = Variabel Independen (bebas)

Dari penjelasan di atas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KK = \alpha + b_1PK_1 + b_2KP_2 + e$$

Keterangan :

KK = Kepuasan Konsumen

α = konstanta

b_1b_2 = koefisien regresi

PK = Pemasaran Kuliner

⁵⁷Zulaika Matondang dan Hamni Fadlilah Nasution, *Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS*, hlm. 16.

KP = KualitasPelayanan

e = error

5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan sementara sari suatu penelitian yang harus di uji kebenarannya. Pengujian hipotesis atau kesimpulan tersebut akan menghasilkan keputusan yang bersifat menerima atau menolak.⁵⁸

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar persentase variasi yang dimiliki variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya yang dihasilkan melalui persamaan regresi. Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membanding-bandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Untuk mengetahui signifikan antar variabel

⁵⁸Akhmad Mustofa, *Uji Hipotesis Statistik* (Yogyakarta: Gapura Publishing.com, 2013), hlm. 1-2.

bebas dan terikat maka dapat membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} sebagai berikut:⁵⁹

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga memiliki makna bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga memiliki makna bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Simultan (uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh jika semua variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Kriteria pengujiannya dalam penelitian ini yaitu:⁶⁰

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga memiliki makna bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga memiliki makna bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

⁵⁹Muhammad Ilyas Junjuran & Ajeng Tita Nawangsari, *Pengelolaan Data Statistik Dengan Menggunakan Eviews dalam Penelitian Bisnis* (Solok: Insan Cendikia Mandiri, 2021), hlm. 5.

⁶⁰Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 154.

Nilai F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan $df_1 = k-1$ atau $3-1=2$ (k adalah jumlah variabel), df_2 adalah 100 ($df_2 = n-k-1$) atau $100-3-1= 96$ dengan n adalah jumlah responden.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan

Panyabungan Utara merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Mandailing Natal. Kecamatan Panyabungan Utara yang memiliki luas 63.726 Km persegi berada pada ketinggian 1540 mdpl. Kecamatan Panyabungan Utara terdiri dari 12 desa salah satunya desa Rumbio. Di antara 12 desa tersebut mayoritas penduduknya menganut agama Islam. namun ada juga beberapa kampung yang di diami oleh penduduk Kristen yaitu desa Simanondong dan desa Kampung Baru. Kecamatan Panyabungan Utara berbatasan sebelah utara dengan kecamatan Bukit Malintang.

Salah satu bisnis kuliner yang berada di desa Rumbio adalah lopo tobat yang di dirikan pada tahun 2015 oleh Bapak Fahmi Hasibuan. Usaha ini sudah berjalan kurang lebih 7 tahun yang lalu. Tempat lopo tobat kurang lebih 100 meter dari pinggir jalan untuk sampai ke tempat tersebut. Selain tempatnya yang unik lopo tobat juga mempunyai sarana yang lengkap seperti, parkir yang luas, musholla, toilet dan lain sebagainya.

Lopo tobat juga merupakan tempat yang paling banyak disukai oleh masyarakat khususnya bagi anak-anak kecil, karena pondoknya yang berada di atas kolam dan banyak ikan di dalam kolam tersebut.

Lopo tobat sudah banyak dikenali oleh masyarakat luar, bukan hanya penduduk desa Rumbio saja yang datang ke tempat itu akan tetapi dari luar desa juga banyak yang datang berkunjung ke tempat tersebut karena tempatnya cocok untuk keluarga.

Dinamakan lopo tobat umak rafsan karena anak mereka namanya Rafsan makanya dinamakan lopo tobat umak rafsan. Selain itu, harga yang ditawarkan juga terbilang murah sehingga orang-orang suka datang ke tempat tersebut, pondoknya yang berada di atas kolam dan memiliki ciri khas menu yaitu lupis. Dulu lopo tobat memiliki karyawan sebanyak 14 orang, dan sekarang menjadi 12 orang yaitu 5 laki-laki dan 7 perempuan. lopo tobat buka setiap hari mulai pukul 09.00-21.00 WIB.

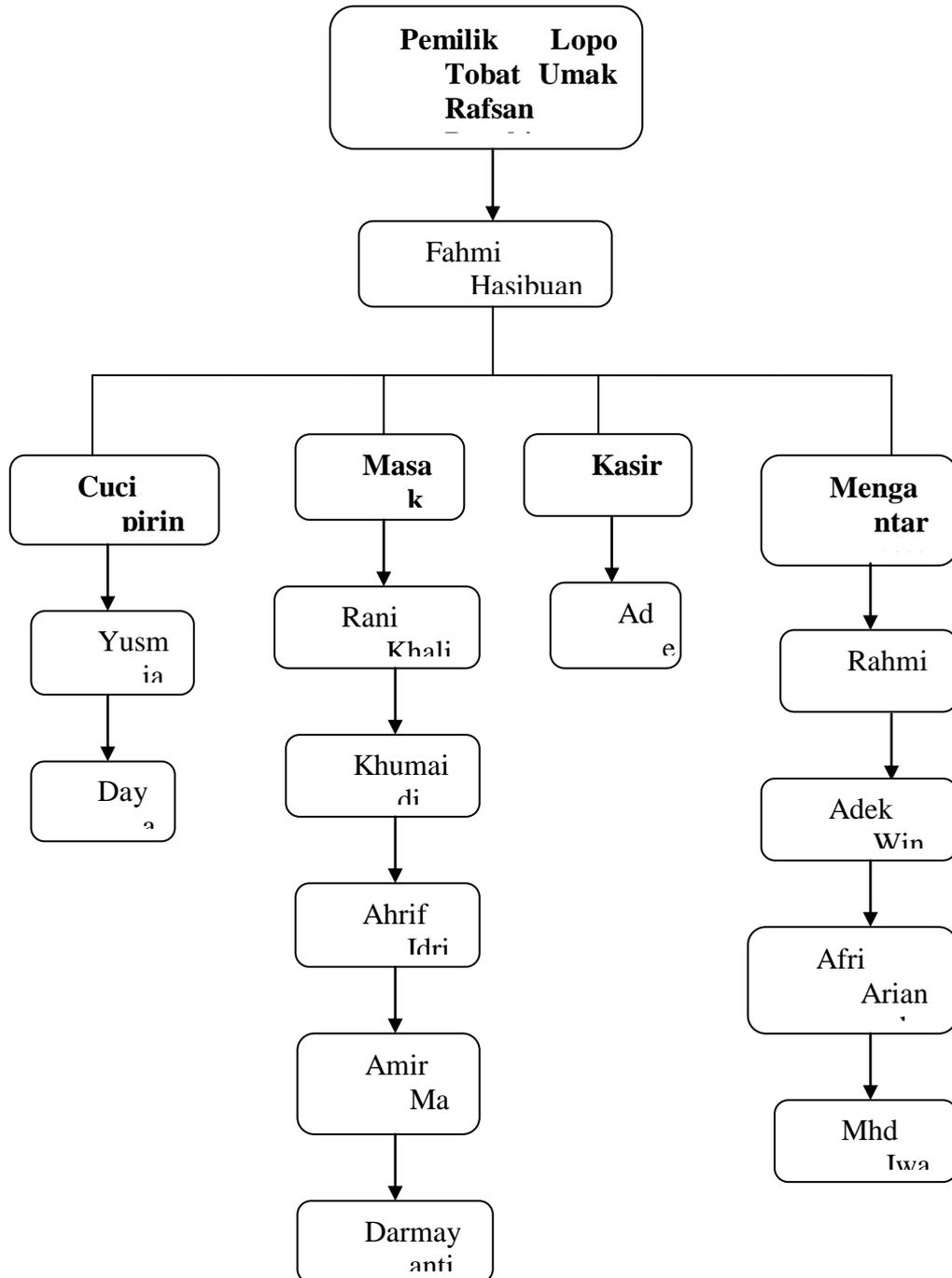
Lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan ditemukan memiliki pelanggan yang cukup banyak dan selalu penuh di jam waktu makan sehingga tidak kebagian tempat duduk. Selain itu, lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan juga tidak menerima pesanan sistem delivery akan tetapi sistem makan di tempat atau di bawa pulang. Menu makanan yang tersedia banyak, tempatnya yang nyaman dan terbuka, rasanya yang enak, dan cocok untuk keluarga.

2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah sebuah pertingkatan yang mendeskripsikan komponen-komponen yang menyusun bagian tugas

karyawan lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan, dimana dari tingkatan ini kita melihat posisi atau bagian tugas setiap karyawan.

Gambar IV.I



B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikan 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan ($df = n - 2$ dimana $n =$ jumlah sampel, jadi $df = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1966. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.I
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Pemasaran Kuliner (X_1)

| Item Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|-----------------|--------------|--|------------|
| 1 | 0,674 | Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ dengan taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1966 | Valid |
| 2 | 0,649 | | Valid |
| 3 | 0,771 | | Valid |
| 4 | 0,753 | | Valid |
| 5 | 0,665 | | Valid |
| 6 | 0,794 | | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel IV.1 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1- 6 untuk variabel pemasaran kuliner adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1966 sehingga semua item angket pemasaran kuliner dinyatakan valid.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kualitas Pelayanan (X₂)

| Item Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|------------------------|---------------------------|---|-------------------|
| 1 | 0,736 | Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ untuk $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ dengan taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1966 | Valid |
| 2 | 0,693 | | Valid |
| 3 | 0,638 | | Valid |
| 4 | 0,534 | | Valid |
| 5 | 0,686 | | Valid |
| 6 | 0,467 | | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel IV.2 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1- 6 untuk variabel kualitas pelayanan adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1966 sehingga semua item angket kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Kepuasan Konsumen (Y)

| Item Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|------------------------|---------------------------|--|-------------------|
| 1 | 0,678 | Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df=n-2=100-2=98$ dengan taraf signifikan 5% sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1966 | Valid |
| 2 | 0,777 | | Valid |
| 3 | 0,618 | | Valid |
| 4 | 0,742 | | Valid |
| 5 | 0,802 | | Valid |
| 6 | 0,701 | | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel IV.3 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel kepuasan konsumen adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,1966 sehingga semua item angket kepuasan konsumen dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun yang akan di uji pada uji reliabilitas yaitu variabel pemasaran kuliner, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.4

Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | N of Items | Keterangan |
|--------------------|------------------|------------|------------|
| Pemasaran Kuliner | 0,791 | 6 | Reliabel |
| Kualitas Pelayanan | 0,628 | 6 | Reliabel |
| Kepuasan Konsumen | 0,798 | 6 | Reliabel |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan hasil tabel IV.4 di atas menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* untuk variabel pemasaran kuliner yaitu $0,791 > 0,60$, variabel kualitas pelayanan yaitu $0,628 > 0,60$, variabel kepuasan konsumen yaitu $0,798 > 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pernyataan variabel kepuasan konsumen (Y) pemasaran kuliner (X1) kualitas pelayanan (X2) adalah reliabel.

C. Analisis Data

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *minimum, maksimum, mean* dan *standard deviation* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.5
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | l. Deviation |
|-------------------|-----|---------|---------|-------|--------------|
| pemasaran Kuliner | 100 | 18 | 30 | 24.68 | 3.058 |
| alitas Pelayanan | 100 | 18 | 30 | 25.46 | 2.841 |
| puasan Konsumen | 166 | 17 | 30 | 25.12 | 2.845 |
| id N (listwise) | 100 | | | | |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Hasil uji analisis statistik deskriptif pada tabel IV.5 menjelaskan bahwa variabel kepuasan konsumen mempunyai nilai terendah 17, nilai tertinggi 30 dan nilai rata-rata 25.12 serta nilai simpangan baku 2.845. variabel pemasaran kuliner mempunyai nilai terendah 18, nilai tertinggi 30 dan nilai rata-rata 24.68 serta nilai simpangan baku 3.058. Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai terendah 18, nilai tertinggi 30 serta nilai rata-rata 25.46 serta nilai simpangan baku 2.841.

2. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|-------------------------|
| Normal Parameters ^{a,b} | 100 |
| Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 2.16538011 |
| Most Extreme Differences | .064 |
| Positive | .064 |
| Negative | -.060 |
| Asymptotic Significance (2-tailed) | .200 ^{c,d} |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel IV.6 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai signifikan ($0,200 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model ditemukan adanya korelasi antara independen variabel. Apabila nilai VIF < 5 dan nilai tolerance > 5 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel IV.7
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 5.032 | 2.231 | | 2.255 | .026 | | |
| | .266 | .080 | .277 | 3.338 | .001 | .813 | 1.230 |
| | .529 | .086 | .510 | 6.159 | .000 | .813 | 1.230 |

Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel IV.7 di atas dapat diketahui nilai tolerance dari variabel pemasaran kuliner adalah $0,813 > 0,05$ variabel kualitas pelayanan adalah $0,813 > 0,05$ maka dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari $0,05$ (*tolerance* $> 0,05$) sehingga bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel pemasaran kuliner $0,813 < 50$, variabel kualitas pelayanan adalah $0,813 < 50$, maka dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 50 (nilai VIF < 50) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa terjadi masalah pada heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Metode yang digunakan pada penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas menggunakan uji *spearman's rho*. Uji tersebut dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

| | | | Pemasaran Kuliner | Kualitas Pelayanan | standardi zed Residual |
|----------------|-----------------------|----------------------------|----------------------|-----------------------|------------------------------|
| Spearman's rho | Pemasaran Kuliner | Correlation Coefficient | 1.000 | .414** | -.033 |
| | | Significance (2-tailed) | .100 | .000 | .744 |
| | Kualitas Pelayanan | Correlation Coefficient | .414** | 1.000 | .063 |
| | | Significance (2-tailed) | .000 | .100 | .531 |

| | | | |
|------------------------|-------|------|-------|
| standardized rrelation | | | |
| Residual Coefficient | -.033 | .063 | 1.000 |
| ;. (2-tailed) | .744 | .531 | . |
| | 100 | 100 | 100 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel IV.8 di atas bahwa nilai signifikansi dari pemasaran kuliner atau nilai sig. (2-tailed) pemasaran kuliner (0,744) > 0,05. Nilai signifikansi dari kualitas pelayanan atau sig. (2-tailed) kualitas pelayanan (0,531) > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 5.032 | 2.231 | | 2.255 | .026 |
| Pemasaran Kuliner | .266 | .080 | .277 | 3.338 | .001 |
| Kualitas Pelayanan | .529 | .086 | .510 | 6.159 | .000 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan garis analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KK = \alpha + b_1PK + b_2KP + e$$

$$KK = 5,032 + 0,266. PK + 0,529. KP + 2,231$$

Keterangan:

KK = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi

PK = Pemasaran kuliner

KP = Kualitas Pelayanan

e = Error

Penjelasan persamaan regresi berganda di atas sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta (α) sebesar 5,032 artinya jika variabel pemasaran kuliner (X1), kualitas pelayanan (X2) di anggap konstan atau 0, maka kepuasan konsumen sebesar 5,032 satuan.
- b) Nilai koefisien regresi variabel pemasaran kuliner (b_1) sebesar 0,266 artinya jika variabel pemasaran kuliner meningkat 1 satuan dan variabel yang lain di anggap konstan atau 0, maka kepuasan konsumen meningkat 0,266 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pemasaran kuliner dan kepuasan konsumen.
- c) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_2) sebesar 0,529 artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan dan variabel lain di anggap konstan atau 0, maka kepuasan konsumen meningkat 0,529 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya variabel independen secara simultan mampu menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil dari uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel IV.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .677 ^a | .459 | .448 | 2.188 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel IV.10 di atas diperoleh nilai (*R Square*) sebesar 0,459 atau 45% artinya variabel bebas dalam penelitian ini yaitu pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan mampu mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 45%. Sisanya sebesar 55% dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

b. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Hasil uji parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel IV.11
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| Constant) | 5.032 | 2.231 | | 2.255 | .026 |
| pemasaran Kuliner | .266 | .080 | .277 | 3.338 | .001 |
| kualitas Pelayanan | .529 | .086 | .510 | 6.159 | .000 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Nilai untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = variabel independen, jadi $df = 100-2-1=97$. Dengan pengujian dua sisi (signifikan 0,05) maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,660. Berdasarkan hasil uji signifikan parsial (uji t) pada tabel IV.11 dapat dilihat bahwa pada variabel

pemasaran kuliner memiliki nilai t_{hitung} 3,338 nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,338 > 1,660$) maka H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran kuliner terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa rumbio kabupaten Mandailing Natal.

Pada variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} 6,159 nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,159 > 1,660$) maka H_2 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa rumbio kabupaten Mandailing Natal.

c. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil uji simultan sebagai berikut:

- 3) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga memiliki makna bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 4) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga memiliki makna bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel IV.12
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Regression | 393.442 | 2 | 196.721 | 1.107 | .000 ^b |
| Residual | 464.198 | 97 | 4.786 | | |
| Total | 857.640 | 99 | | | |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Nilai F_{tabel} untuk signifikan $\alpha = 0,05$ dengan $df_1 = k-1$ atau $3-1=2$ (k adalah jumlah variabel), df_2 adalah 100 ($df_2 = n-k-1$) atau $100-2-1=97$ (n adalah jumlah responden dan k adalah variabel independen) maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 3,09.

Hasil uji simultan (uji F) pada tabel IV.12 di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} 41,107. Sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($41,107 > 3,09$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang disebarakan kepada seluruh konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan dan mengelola hasil jawaban responden dari angket yang disebarakan melalui *SPSS versi 23* yang berjudul analisis pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F), maka diperoleh hasil yaitu:

1. Pengaruh pemasaran kuliner terhadap kepuasan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa hasil uji parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran kuliner terhadap kepuasan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Fandy Tjiptono pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas.⁶¹ Dan kuliner merupakan suatu proses pembuatan makanan. Artinya semakin baik pemasaran kuliner yang diberikan kepada konsumen maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen, begitu juga sebaliknya semakin buruk pemasaran kuliner yang diberikan kepada konsumen maka akan semakin rendah kepuasan yang dirasakan konsumen. Oleh karena itu pemasaran kuliner yang disebabkan oleh pihak perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Firmansyah yang berjudul “pengaruh strategi pemasaran dan pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada STIE Mahaputra Riau” menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Dan

⁶¹Muhammad Yusuf Saleh dan Miah said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV. Sah Media, 2019), hlm. 1

pada penelitian juga sejalan dengan penelitian Fadilah Feliani Berlian, dkk yang berjudul “Pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan konsumen brownies di Palimanan Cirebon” menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hal diatas membuktikan bahwa pemasaran kuliner berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal, berdasarkan penelitian yang dilakukan, pemasaran kuliner yang berikan oleh pihak lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena pemasaran kuliner merupakan salah satu cara untuk menarik konsumen seperti menu yang khas, sehingga dapat dikatakan jika kepuasan konsumen tidak terlepas dari pengaruh pemasaran kuliner yang diberikan suatu perusahaan atau warung.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa hasil uji parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Pasuraman, Zeithmal dan Berry kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global

berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan.⁶² Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Iis Maulidah, dkk yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng Nelongso Jember” menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan pada penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Asep Jamaludin yang berjudul “Analisis kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan padang sederhana Karawang” menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai Pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Hal di atas membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal, berdasarkan penelitian yang dilakukan, kualitas pelayanan yang diberikan lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena kualitas pelayanan adalah termasuk menarik pelanggan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga salah satu cara agar kepuasan konsumen itu tercapai yaitu dengan

⁶²Andrian Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2016), hlm. 57.

meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang diterimanya dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan.

3. Pengaruh pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan.

Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa pengaruh pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal, yaitu hasil uji F menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Naik dkk kepuasan konsumen merupakan sebuah aset terpenting perusahaan karena kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang besar terhadap berkembangnya sebuah bisnis.⁶³ Konsumen adalah seseorang yang terlibat dalam suatu kegiatan pembelian atau penggunaan produk. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa dari pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kinerja produk dengan harapannya.

⁶³Lendy Zelvian, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*, (Jawa Timur: Qiara Media, 2019), hlm. 1

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dimas Aditya Pratama Wardana & Agus Hermani Daryanto Seno yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (studi kasus waroeng steak and shake cabang Ngesrep)” menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rina Martiana dan Sheli Apriani yang berjudul “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe deumdee Rangkasbitung” menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan dan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hal diatas membuktikan bahwa pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal, berdasarkan penelitian yang dilakukan jika pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan yang diberikan lopo tobat itu baik dan sudah sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen akan merasa puas atau sesuai dengan harapannya begitu juga sebaliknya. Jadi baik buruknya kepuasan konsumen pada lopo tobat itu tergantung dari pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan yang mereka terima dan pahami.

E. Keterbatasan penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaannya penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Di antara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini yaitu:

1. Dalam menyebar angket peneliti tidak dapat mengetahui tentang kejujuran responden dalam memberikan atau menjawab setiap pernyataan yang sudah diberikan sehingga dapat untuk mempengaruhi validitas dan reliabilitas data.
2. Keterbatasan pada penggunaan variabel independen hanya menggunakan variabel pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan sebagai variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh analisis pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemasaran kuliner terhadap kepuasan konsumen Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan di Desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.
2. Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio Kabupaten Mandailing Natal.
3. Berdasarkan uji F dapat disimpulkan bahwa pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan Rumbio parlupisan di desa rumbio kabupaten Mandailing Natal.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi lopo tobat umak rafsan Rumbio parlupisan

Sebagai masukan dan pertimbangan dalam mewujudkan dan meningkatkan kepuasan serta kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan Rumbio parlupisan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap judul analisis pengaruh pemasaran kuliner dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lopo tobat umak rafsan rumbio parlupisan di desa Rumbio kabupaten Mandailing Natal, agar mempertimbangkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini, contohnya fasilitas, kualitas produk, dan kepuasan pengunjung.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak akademik sebagai bahan pengembangan keilmuan khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Adenisa. *Indikator Strategi Pemasaran Untuk Tingkatkan Brand Awareness*. Jawa Barat: In Marketing & Branding, 2022.
- Adi Robith Setiana dan Lati Sari Dewi. *Gaya Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Jawa Timur: CV. Global Aksara Pers, 2022.
- Agus Surya Bharmawan dan Naufal Hanif. *Manajemen Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: SKOPINDO, 2022.
- Akhmad Mustofa. *Uji Hipotesis Statistik*. Yogyakarta: Gapura Publishing.com, 2013.
- Andrian Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2016.
- Anita Mustikasari. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Food Court UNY)." *Jurnal DINAMIKA TEKNIK* Vol. XIII, No. 1. (January 2020).
- Astri Rumondang Banjamahor dkk. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI)
- Budi Darma. *Statistik Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Sederhana, Uji t, Uji f, R2)*. Jakarta: Guepedia, 2020.
- Bunyamin. *Manajemen Pemasaran*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- Dedeh Kurniasih. *Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Word Of Mount, Kualitas Layanan Dan Citra Merk)*. Serang: Bintang Sembilang Visitama, 2021.
- Departemen Agama RI. *Al- Qur'an & Terjemahan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2021.
- . *Al-Qur'an Dan Terjemahan*. Jakarta Selatan: Zawiyah, 2016.

- Dian Sudiantini. *Leaders Dan Culturer*. Jakarta: PT Gramedia, 2020.
- Edward Tanujaya. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Eko Sudarmanto dkk. *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2021.
- Fandi Rossi Sarwo Edi. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: Leutika Prio, 2016.
- Hamda Sulfinadia. dkk. *Pergeseran Strategi Pemasaran Kafe Dan Kuliner Di Sumatera Barat Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA, 2022.
- Hamirul dan Alamsyahril. *Good Goverance Dalam Perspektif Kualitas Pelayanan Publik*. Malang: CV Pustaka Learning Center, 2020.
- Hassel Nogi. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005.
- Heri Sudarsono. *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: CV. PUSTAKA ABADI, 2020.
- Herlin Hidayat. *Manajemen Operasil Dasar*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Jaya, 2019.
- Lailatus Saadah & Abdullah Fajarul Munir, *Kualitas Layanan Harga dan Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Tambakberas Jombang: LLPM Jl. Garuda No.9.
- Kasmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Lendy Zelvian, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*, Jawa Timur: Qiara Media, 2019.
- M Hidayat dan Uswah. *Mahasiswa Sebagai Stakeholder Pendidikan*. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Peneitian Indonesia, 2022.
- Matondang, Zulaika dan Hamni Fadlilah Nasution. *Ekonometrika Dengan Eviews & SPSS*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021.

- Marta Widian Sari dan Andry Novrianto. *Perubahan Profesi Masyarakat Nelayan Di Era 50*. Sumatera Barat: CV, Insan Cendekia Mandiri, 2020.
- Maulana Muhammad Ali. *Qur'an Suci Terjemahan Dan Tafsir*. Jakarta: Darul Kutubil Islamiyah, 2014.
- Meithiana Indrasari. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Minto Waluyo. *Manajemen Psikologi Industri*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2019.
- Misbahuddin & Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Muhammad Busro. *Teori- Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Media Group, 2018.
- Muhammad Fachmi dan Ikrar Putra Setiawan, *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah Analisis Kasus Melalui Riset di Industri Asuransi Jiwa*, (CV. Pustaka Learning Center, Malang, 2020).
- Muhammad Ilyas Junjuna & Ajeng Tita Nawangsari, *Pengelolaan Data Statistik Dengan Menggunakan Eviews dalam Penelitian Bisnis*. Solok: Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- Muhammad Sawir, dkk. *Birokrasi Pelayanan Publik Konsep Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Muhammad Yusuf Saleh dan Miah said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV. Sah Media, 2019.
- Musa Hubeis dan W Kania Dewi. *Kuliner Suatu Identitas Ketahanan Pangan Unik*. Bogor: IPB Press, 2018.
- Nashar. *Kualitas Pelayanan Akan Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Lekoh Barat: Duta Media Publishing, 2020.
- Ni Made Yuni Gumala & Lely Cintari. *Gizi Kuliner Tradisional Bali*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2021.
- Nurmah Semil. *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah Kajian Kritis Pada Sistem Pelayanan Publik Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Group, 2018.

Purboyo dkk. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA, 2021.

Ratu Maesaroh. *Dampak Citra Destinasi Kualitas Pelayanan Dan Harapan Wisatawan*. Indonesia: Guepedia, 2019.

Robert Tua Siregar. *Industri Pariwisata Dan Kuliner*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020.

Siregar, Budi Gautama dan Ali Hardana. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021.

Ujang Sumarwan dkk. *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2019.

Vivi Herlina. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019.

Wiratna Sujarweni. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Sumber Jurnal:

Aditya Nugroho dan Prihartini Budi Astuti. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Bakso Lumayan Pak Cipto Karanganyar." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* Vol. 3 No. 2 (2021).

Anita Mustikasari. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Food Court UNY)." *Jurnal Dinamika Teknik*. Vol. XIII. No. 1. (2020).

Asep Jamaludin. "Analisis Kualitas Makanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Sederhana." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 2018.

Dewi Nurmasari Pane, dkk. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Sisempuan Medan." *Jurnal Manajemen Tools* Vol. 9 No. 1 (2018).

Dimas Aditya Pratama Wardana dan Hermani Daryanto Seno. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Waroeng Steak And Shake Cabang Ngesrep)." *Journal Of Social And Politic* Vol. 1, No. 1 (2019).

Iis Maulidah, dkk. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember." *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 13 No. 1 (2019).

Jonathan JJ Mentang, dkk. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid- 19." *Jurnal EMBA* Vol. 9 No. 4 (2021).

Nuni Nurhalimah dan Ade Nurhayati KD. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 6. No. 2. (2019).

Priska Liliani. "Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie." *Jurnal Bina Manajemen* Vol. 8 No. 2 (2020).

Rina Martiana dan Sheli Apriani. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung." *Journal Of Manajement Studies* Vol. 6, No. 2 (2019).

Ryan Aikas Priono Arianto. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Persewaan Buku Kotaro Kota Madiun*. Vol. Vol. 5 No. 1. *Jurnal EQUILIBRIUM*, 2017.

Sunardi dan Erlendy Julian Nugroho, "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BJB Syariah Cabang Tangerang", *ISLAMINOMIC JURNAL*, hlm. 31

Uus MD Fadli. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan Saung Endah Karawang." *Jurnal OF Manajement & Business* Vol. 2, No. 1 (2017).

Sumber Wawancara:

Hasil Wawancara dengan Ibu Kholidah, Orang yang pernah berkunjung ke Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Pada Tanggal 14 Juli 2022 pukul 11.00 WIB.

Hasil Wawancara dengan Ibu Lija, Orang yang pernah berkunjung ke Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Pada Tanggal 14 Juli pukul 12.50 WIB.

Hasil Wawancara dengan Ibu Hafsa, Orang yang pernah berkunjung ke Lopo Tobat Umak Rafsan Rumbio Parlupisan Pada Tanggal 25 September 2022 pukul 14.35 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

Nama : Yuli Hafipah
NIM : 1840200205
Tempat, Tanggal Lahir : Pintu Padang Julu, 30 Juli 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 2 dari 3 bersaudara
Agama : Islam
Alamat Lengkap : Pintu Padang Julu, Kec. Siabu, Kab.
Mandailing Natal

B. DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Suhamdi
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil
Nama Ibu : Junniari
Pekerjaan : Petani

C. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

2006-2012 : SDN 034 Pintu Padang Julu
2012-2015 : MTSN Siabu
2015-2018 : SMAN 1 Siabu
2018-2023 : Pendidikan S1 di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan