

***Pengaruh Food Quality, Food Safety, dan Motive Buying terhadap Customer
Perceived Satisfaction di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1)



Disusun oleh:

Aditya Guntur Setyo Wibowo

2118 30224

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

STIE YKPN YOGYAKARTA

2022

***Pengaruh Food Quality, Food Safety, dan Motive Buying terhadap Customer
Perceived Satisfaction di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1)



Disusun oleh:

Aditya Guntur Setyo Wibowo

2118 30224

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

STIE YKPN YOGYAKARTA

2022

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

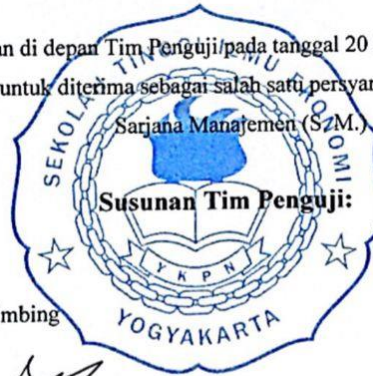
PENGARUH *FOOD QUALITY*, *FOOD SAFETY*, DAN *MOTIVE BUYING* TERHADAP *CUSTOMER PERCEIVED SATISFACTION* DI RUMAH MAKAN MIE NYINYIR YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ADITYA GUNTUR SETYO WIBOWO

Nomor Induk Mahasiswa: 211830224

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 20 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S2M).



Pembimbing

Rahmat Purbandono Hardani, Drs., M.Si.

Penguji

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

Yogyakarta, 20 Juni 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Food Quality*, *Food Safety*, dan *Motive Buying* terhadap *Customer Perceived Satisfaction* di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif berupa analisis data dan angka dengan statistik dalam menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel yang diteliti dengan menggunakan 101 responden dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini adalah pengaruh kepusan, tempat, dan kualitas rasa yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta. Kualitas rasa Mie Nyinyir memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Mie Nyinyir Yogyakarta. Kualitas rasa produk Mie Nyinyir memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mie Nyinyir di Yogyakarta. Tempat yang disajikan di Mie Nyinyir memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta.

Kata kunci : *pengaruh Food Quality, Food Safety, dan Motive Buying terhadap Customer Perceived Satisfaction di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an effect of Food Quality, Food Safety, and Motive Buying on Customer Perceived Satisfaction at Mie Nyinyir Restaurant Yogyakarta. The research method used is a quantitative approach in the form of data and numerical analysis with statistics in explaining the cause-and-effect relationship between the variables studied using 101 respondents with the criteria of consumers who have made purchases at the Mie Nyinyir Restaurant in Yogyakarta. The data collection method used is a questionnaire. The analytical tool used is multiple linear regression. The results of this study are the influence of satisfaction, place, and taste quality that influence purchasing decisions at the Mie Nyinyir Restaurant in Yogyakarta. The taste quality of Mie Nyinyir has an influence on product purchasing decisions at Mie Nyinyir Yogyakarta. The taste quality of Mie Nyinyir products has an influence on purchasing decisions for Mie Nyinyir products in Yogyakarta. The place served at Mie Nyinyir has an influence on product purchasing decisions at Mie Nyinyir Restaurant Yogyakarta.

Keywords: Effect of Food Quality, Food Safety, and Motive Buying on Customer Perceived Satisfaction at Mie Nyinyir Restaurant Yogyakarta

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Industri kuliner di Indonesia, termasuk yang berkembang pesat di perekonomian Indonesia. Kuliner ini tidak hanya mengkonsumsi produk saja untuk kebutuhan manusia, melainkan menjadi gaya hidup baru yang berada di kelompok masyarakat. Angka pertumbuhan industri makanan dan minum sebesar 8,07% pada tahun 2016 dan 9,46% pada tahun 2017 menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Dengan ini dibuktikan kuliner mengalami pertumbuhan karena diminati kalangan masyarakat Indonesia.

Pada tahun 2013, Produk Domestik Bruto (PDB) dari sektor kuliner berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar Rp708,27 triliun. Kemudian secara berturut-turut pada tahun 2014, tahun 2016, dan tahun 2017 menghasilkan PDB sebesar Rp784,87 triliun, Rp852,56 triliun, dan Rp922,59 triliun (Data Badan Ekonomi Kreatif). Kontribusi sebesar 41,40% sangat mendorong pertumbuhan, yang ditunjukkan oleh Bisnis Kuliner (Richard, 2019).

Dalam persaingan bisnis industri kuliner atau restoran, perlu digarisbawahi elemen yang harus diperhatikan. Contohnya, kepuasan pelanggan langsung dirasakan oleh customer atau konsumen '*customer perceived satisfaction*'.kepuasan konsumen menjuru pada pengalaman satu dengan yang lain dengan berbagai kualitas makanan '*food quality*'. Berpengaruh dengan nilai konteks saat ini dan kedepannya akan berpengaruh kepada pelanggan dari segi keamanan makanan '*food safety*'.

Menurut kotler & keller (2016) kepuasan pelanggan atau konsumen adalah respon dari konsumen puas dan tidak konsumen muncul ketika membandingkan hasil produk atau makanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen atau tidak. Dalam '*food quality*' hal yang harus diperhatikan restoran dan rumah makan karena makanan bagi sebuah restoran atau rumah makan adalah sebuah produk utama yang disajikan kepada konsumen meliputi bentuk, warna, tekstur, dan rasa (Andreas & Stefanus, 2014).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hal yang perlu digaris bawahi untuk *'food safety'* perlu diperhatikan dari segi keamanan makanan tersebut karena cemaran pada produk makanan dapat menyebabkan penyakit berbahaya hingga kematian dan data yang tertera pada tahun 2013 tertera 10.700 kasus keracunan produk makanan yang mengakibatkan kematian di Indonesia maka pentingnya keamanan makanan pada industri restoran merupakan hal yang paling penting dan berpengaruh terhadap pelanggan tersebut (Effendi, 2017).

Selain itu dengan keamanan makanan *'food safety'* dan kualitas makanan *'food quality'*, motivasi pelanggan membeli *'motive buying'* sangat berperan terhadap kepuasan yang dirasakan konsumen secara langsung *'customer perceived satisfaction'*. mengamati dari motif belanja konsumen dengan nilai hedonik dan utilitarian menggambarkan hal yang paling penting dari pihak perusahaan, karena dari kedua elemen tersebut sangat berperan mewujudkan kepuasan konsumen. Setiadi (2013) menjelaskan bahwa yang perlu digaris bawahi untuk kebutuhan konsumen yang berproses motivasi memiliki 2 elemen, yakni manfaat dari hedonik dan utilitarian. Manfaat dari utilitarian memiliki sifat objektif dengan menggunakan atribut produk fungsional. Selain itu manfaat dari segi hedonik yaitu respon emosional dari konsumen, yang memiliki sebuah pertimbangan estetis, mimpi, dan kesenangan pancaindra (Setiadi, 2013).

Konsumen yang puas secara langsung terhadap produk industri restoran tersebut akan berpeluang mendapat dukungan dari konsumen untuk sebuah produk makanan dari industri restoran tersebut (Lupiyoadi, 2014). Dikemukakan oleh Knight & Kotschevar dalam Sari & Ade (2019) kualitas dari makanan yakni peningkatan konsistensi kualitas dari menu yang menjalankan pencapaian ditetapkan standar makanan atau produk tersebut dan meneliti elemen-elemen yang perlu diarahkan untuk mengetahui dari kualitas yang akan dicapai.

Kepuasan konsumen yakni kepuasan atau tidak puas dari pelanggan untuk memberi nilai perbedaan kinerja produk tersebut dengan membayangkan kinerja yang diharapkan, menurut

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kotler & Armstrong (2014). Berdasarkan ISO 22000 pada (Praxiom Research Group Limited, 2019) dijelaskan bahwa bab yang harus diperhatikan dari keamanan makanan yakni produk makanan yang bersih dan dari segi kualitas makanan yang baik sehingga tidak menyebabkan penyakit yang berbahaya bagi kesehatan konsumen, maka hal yang harus disiapkan hingga disajikan harus melalui cara yang benar dan teliti, dengan hal tersebut kesehatan konsumen akan terjamin karna dari segi kualitas dan kebersihan yang terjamin.

Salah satu usaha industri kuliner di Kota Yogyakarta yang memiliki karakteristik yang khas yakni Rumah Makan Mie Nyinyir. Rumah Makan Mie Nyinyir memiliki beragam menu dengan level kepedasan yang berbeda-beda. Varian menu tersebut, di antaranya mie nyinyir frontal, nyinyir manja, nyinyir haters, nyinyir sadis, nyinyir sinis, dan nyinyir nyelekit. Adapun tingkat cabai yang diinginkan mulai dari cabai 1 hingga 30 cabai. Selain itu Mie Nyinyir Yogyakarta menyediakan makanan ringan dengan berbagai varian, yakni pangsit, siomay, meatball, French fries, nuggets, sausage, roti Maryam. Dari segi fasilitas Rumah Makan Mie Nyinyir sangat bersih sehingga pengunjung merasa nyaman. Selain itu, tempat dari Rumah Makan Mie Nyinyir cukup luas dan memiliki ruang AC dan ruang terbuka sehingga pelanggan dapat memilih tempat yang akan ditempati sehingga pelanggan merasa nyaman. Target pasar yang dituju adalah dari kalangan mahasiswa karena harga yang ditawarkan Rumah Makan Mie Nyinyir tergolong sangat rendah mulai dari harga Rp. 8.000 hingga Rp. 8.500. Mie Nyinyir dapat disebut salah satu usaha kuliner di Yogyakarta yang sukses karena dalam jangka 3 bulan sudah memiliki beberapa cabang di Yogyakarta (Andika, 2022). Dengan hal ini untuk menjadi obyek penelitian saya.

Dari rangkaian tersebut, saya akan melakukan sebuah observasi yang berjudul: "Pengaruh *Food Quality*, *Food Safety*, dan *Motive Buying* terhadap *Customer Perceived Satisfaction* pada Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta".

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

. Rumusan Masalah

1. Apakah *Food Safety* berpengaruh pada *Customer Perceived Satisfaction* di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta?
2. Apakah *Food Quality* berdampak pada *Customer Perceived Satisfaction* di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta?
3. Apakah *Motive Buying* berpengaruh pada *Customer Perceived Satisfaction* di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini memiliki tujuan beberapa hal sebagai berikut:

1. Mengetahui dan mengkaji permasalahan pengaruh *Food Safety* pada *Customer Perceived Satisfaction* di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta.
2. Memahami dan menganalisis dampak *Food Quality* pada *Customer Perceived Satisfaction* di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Motive Buying* pada *Customer Perceived Satisfaction* di Rumah Makan Mie Nyinyir Yogyakarta.

Pengertian *Customer Perceived Satisfaction*

Tingkat kepuasan konsumen pada barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut, di antaranya kualitas, biaya perpindahan barang atau jasa, kesamaan kualitas dengan barang atau jasa substitusi (pengganti), serta faktor risiko berubahnya biaya karena munculnya barang atau jasa substitusi yang bisa didapatkan dengan perbandingan pengalaman dari produk satu dengan produk yang lain (Widjaja, 2016). Menurut yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016) mengemukakan kepuasan adalah emosional dari konsumen bisa diungkapkan melalui perasaan puas atau tidak puas terhadap sebuah produk.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Ruben (2017) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah sebuah respon dari konsumen sesuai atau tidak sesuai dari pelanggan. Menurut yang dikemukakan oleh Hasan (2014) menjelaskan kepuasan atau ketidakpuasan merupakan sebuah respon yang ditujukan langsung dari konsumen terhadap hasil yang diterima. Selain itu, jika hasil yang diterima lebih dari harapan konsumen tersebut konsumen akan merasa puas atas hasil yang didapatkan dengan sebaliknya apabila hasil yang diterima kurang dari harapan konsumen tersebut bisa dikatakan konsumen tidak merasa puas atas hasil yang didapatkan.

Pengertian *Food Quality*

Salah satu kriteria dari konsumen untuk menilai sebuah restoran adalah dari menilai kinerja sebuah restoran dilihat dari segi kualitas makanan tersebut (Ramanathan, 2015). Selain itu dilihat dari kualitas makanan merupakan salah satu hal yang penting bagi bisnis kuliner untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Zhang, 2013). Menurut yang dijelaskan oleh Petzer & Mackay (2014) menjelaskan bahwa kualitas makanan hal yang paling terpenting membentuk kepuasan pelanggan tersebut untuk bisnis restoran.

Pengertian *Food Safety*

PP RI No. 28 tahun 2004 mengenai keamanan, mutu, dan gizi makanan menjadi landasan dalam penerapan '*food safety*'. Berdasarkan peraturan tersebut konsep '*food safety*' sama halnya dengan menciptakan sistem pangan yang bisa memberi standar jaminan perlindungan pada kalangan masyarakat seperti halnya sebuah bahan makanan yang diperjualbelikan agar tetap aman jika dikonsumsi oleh masyarakat. Dengan mengedepankan pencegahan pencemaran pada makanan dan terkontaminasi dari hal yang dapat merugikan dan mengganggu kesehatan bagi manusia. Maka dari itu dari segi keamanan makanan sangat perlu diperhatikan agar konsumen tetap aman mengonsumsi produk tersebut. Selain itu harus memiliki standar keamanan pangan yang bagus agar bisa mencegah pangan dari berbagai benda dan zat kimia

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

maupun biologis yang dapat mengganggu kesehatan manusia saat mencoba makanan tersebut. Sebuah produk makanan harus memiliki mutu, kualitas, dan kandungan gizi yang baik.

Pengertian *Motive Buying*

Motif yakni sebuah faktor internal dapat mengembangkan, mengintegrasikan dan mengarahkan segala tingkah laku konsumen (Ubay, 2019). Selain itu motif dalam ilmu psikologi memiliki makna yang sangat kuat di dalam organisme yang mendorong untuk berbuat sesuatu (Ubay, 2019). Motif pembelian yakni yang mempengaruhi individu untuk membeli sebuah produk dan menjelaskan alasan tertentu untuk menjelaskan kenapa individu membeli barang tersebut (Suroto, 2016).

Model Penelitian

Bentuk penelitian ini merupakan observasi deskriptif kualitatif yang menggunakan cara survei, dengan penyidikan secara analitis untuk mendapatkan penjelasan yang sesuai dan obyek diambil di daerah kelompok populasi atau di beberapa lokasi (Sugiyono, 2017). Ditinjau dari tujuannya, penelitian ini dikategorikan dalam penelitian *explanatory research*. Penelitian jenis ini mengungkap hubungan kausalitas (sebab akibat) di antara variabel yang terlibat di dalamnya. Pada konteks ini, variabel yang dimaksud yakni variabel dependen dan independen yang dikaitkan dengan pengaruh *Food Quality*, *Food Safety*, dan *Motive Buying* terhadap *Customer Perceived Satisfaction*.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner tertutup di mana responden diberi kesempatan untuk menentukan jawaban berdasarkan pilihan yang disediakan. Setiap item jawaban diberikan poin dengan kategori poin bernilai 5 (sangat setuju), poin 4 (setuju), poin 3 (cukup setuju), poin 2 (tidak setuju), dan poin 1 (sangat tidak setuju). Penentuan poin ini berdasarkan pengukuran menggunakan skala Likert 3 bagian dengan rincian berikut ini.

1. Pembukaan, memuat pengantar dan profil penulis serta tujuan dilakukannya penelitian.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Profil Responden, memuat identitas responden berupa data diri yang terdiri atas, tingkat pendidikan, usia, dan kuantitas pembelian.
3. Pertanyaan seputar variabel penelitian, memuat jawaban responden yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Bentuk pertanyaan pada bagian ini diarahkan pada hal-hal yang berhubungan dengan *food safety*, *motive buying*, *food quality*, dan *customer perceived satisfaction*.

Uji Validitas

Uji validitas ditujukan untuk mengetahui keakuratan alat ukur yang digunakan (Creswell, 2014). Validitas berkaitan dengan tepat tidaknya suatu alat ukur dalam mengukur volumetrik sesuatu yang diukur dalam penelitian (Cooper & Schindler, 2014). Tingkat baik tidaknya suatu alat ukur atau instrumen dapat diketahui dari uji validitas yang dilakukan. Evaluasi ini berguna untuk membuktikan seberapa baik suatu instrumen untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Uji validitas juga digunakan untuk meyakinkan konsep yang diteliti menggunakan alat ukur penelitian dalam tingkatan yang baik. Penelitian ini berfokus pada tiga uji meliputi uji reliabilitas, uji unidimensional, dan uji validitas. Ketiganya diuji menggunakan metode Item Total Correlation di mana penghitungannya tidak dapat dilakukan secara bersamaan (Sekaran & Bougie, 2016). Pada setiap item korelasi, akan dapat ditentukan r-hitung setelah diketahui skor total dan skor dari setiap pertanyaan. Penghitungan ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS for Windows. Suatu variabel disebut valid jika nilai r-hitung (r_{xy}) > r-tabel. Dengan demikian, jika nilai suatu variabel telah dinyatakan valid, artinya pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner dapat dikatakan memiliki validitas yang baik (Sekaran & Bougie, 2016).

Uji Reliabilitas

Di samping uji validitas, uji reliabilitas juga diterapkan dalam penelitian ini. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menguji konsistensi dan kestabilan instrumen dalam mengukur suatu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

konsep. Dalam konteks ini, setiap item jawaban dari responden diukur tingkat konsistensi dan akurasi menggunakan uji ini. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas berfungsi sebagai uji konsistensi yang membuktikan sejauh mana alat ukur dapat berfungsi dengan semestinya serta dapat dipercaya hasilnya (Creswell, 2014).

Tingkat asosiasi positif yang ditunjukkan setiap item dapat diamati dari koefisien Cronbach's Alpha. Koefisien ini dapat menggambarkan tingkatan suatu item berkorelasi positif dalam suatu set. Nilai koefisien Cronbach's Alpha dikatakan baik reliabilitasnya jika mendekati nilai 1. Sekaran & Bougie (2016) menyatakan bahwa reliabilitas suatu instrumen dikatakan memenuhi syarat jika nilai $r_{alpha} > 0,60$ dalam penghitungan menggunakan SPSS For Windows.

Metode dan Teknik Analisis

Statistik Deskriptif

Pada observasi ini, variabel penelitian dideskripsikan menggunakan analisis deskriptif. Nilai mean yang tertera menggambarkan jawaban atas variabel pengkajian mengenai *Food Quality, Food Safety, Motive Buying, dan Customer Perceived Satisfaction*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hipotesis dalam penelitian diuji dengan analisis regresi linier berganda. Pengujian dengan analisis ini ditujukan untuk menemukan korelasi simultan atau parsial dari variabel independen dan dependen.

Adanya persamaan regresi dapat dikembangkan dari penelitian ini:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = *Customer Perceived Satisfaction*

α = Konstanta

β_{1-4} = Koefisien Regresi

X_1 = *Food Quality*

X_2 = *Food Safety*

X_3 = *Motive Buying*

e = *Error*

Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian diuji dengan hasil regresi pada software SPSS For Windows pada signifikansi $\alpha = 5\%$. Hipotesis diterima jika $\text{sig.t} < \alpha = 5\%$. Persetujuan hipotesis ini dilakukan atas pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Uji F (F-test)

Uji yang digunakan untuk menemukan pengaruh simultan pada variabel dependen adalah uji F. Pada pelaksanaan uji F berlaku syarat sebagai berikut.

- Variabel dependen secara simultan tidak berdampak pada variabel independen jika probabilitas $F_{\text{-statistik}} (\text{sig.F}) > \text{Level of Signifikan} = 0,05$.
- Variabel dependen secara simultan berdampak pada variabel independen jika probabilitas $F_{\text{-statistik}} (\text{sig.F}) \leq \text{Level of Significant} = 0,05$.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji t (T-test)

Menunjukkan dengan efek variabel independen terhadap variabel dependen secara individual yang berasumsi variabel yang lainnya konstan atau tetap, dapat menggunakan dengan Uji t (t-test). Ada beberapa kriteria pengujian yakni:

- a) Terdapat dampak signifikan pada variabel independen terhadap variabel dependen jika probabilitas $t_{\text{-statistik}} (\text{sig.t}) < \text{Level of Significan} = 0,05$.
- b) Tidak terdapat dampak pada variabel independen terhadap variabel dependen jika probabilitas $t_{\text{-statistik}} (\text{sig.t}) > \text{Level of Significant} = 0,05$.

Pengujian R² (Koefisien Determinasi)

Untuk melihat dan membuktikan hingga berapa besar kinerja variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, dapat menggunakan cara Pengujian R² (Koefisien Determinasi). Nilai R² (Koefisien Determinasi) terdapat *range* antara 0-1

Analisis Data

Profil Responden

Bersumber dari hasil observasi yang sudah dilaksanakan pada 101 responden, maka secara spesifik, responden dapat diklasifikasikan sebagai berikut.

Pekerjaan

Berikut ini disajikan tabel tentang responden menurut tingkat pekerjaan dan pendidikannya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pendidikan atau Pekerjaan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	42	41,6%
2	Wirusaha	7	6,9%
3	Pegawai Negeri	10	9,9%
4	Pegawai Swasta	20	19,8%
5	Lain-lain	22	21,8%
Total		101	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

Umur

Menurut dari data usia responden, bahwa responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagaimana tertera pada tabel di bawah ini.

Umur Responden

No	Umur Responden	Jumlah	Persentase
1	15-25	55	54,5%
2	26-34	12	11,9%
3	35-42	5	5%
4	> 42	29	28,7%
Total		101	100,0%

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

Jumlah Pembelian di Mie Nyinyir

Menurut jumlah pembelian dari data responden, jenis responden dalam penelitian ini dikategorikan seperti dalam tabel di bawah ini.

Jumlah Pembelian

No	Jumlah Pembelian Responden	Jumlah	Persentase
1	1 kali	46	45,5%
2	2-6 kali	43	42,6%

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3	>6	12	11,9%
Total		101	100,0%

Sumber: Data Primer Diolah, 2022.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Hasil pengujian ini sebagaimana tampak pada Tabel 4.4 berikut ini.

Hasil uji Validitas Item-item Variabel Penelitian

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1	0.748	0.195	Valid
X1	0.785	0.195	Valid
X1	0.743	0.195	Valid
X1	0.847	0.195	Valid
X1	0.786	0.195	Valid
X1	0.833	0.195	Valid
X2	0.771	0.195	Valid
X2	0.834	0.195	Valid
X2	0.850	0.195	Valid
X2	0.826	0.195	Valid
X2	0.553	0.195	Valid
X2	0.780	0.195	Valid
X3	0.694	0.195	Valid
X3	0.817	0.195	Valid
X3	0.746	0.195	Valid
X3	0.833	0.195	Valid
X3	0.778	0.195	Valid
X3	0.749	0.195	Valid
X3	0.745	0.195	Valid
X3	0.833	0.195	Valid
X3	0.775	0.195	Valid
X3	0.749	0.195	Valid
X3	0.840	0.195	Valid
X3	0.804	0.195	Valid
X3	0.812	0.195	Valid
X3	0.747	0.195	Valid
X3	0.862	0.195	Valid
Y1	0.857	0.195	Valid
Y1	0.865	0.195	Valid
Y1	0.889	0.195	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Y1	0.874	0.195	Valid
Y1	0.928	0.195	Valid
Y1	0.887	0.195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronback Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Food Quality	0.972	0.60	Reliabel
Food Safety	0.973	0.60	Reliabel
Motive Buying	0.971	0.60	Reliabel
Customer Perceived Satisfaction	0.971	0.60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Hasil Regresi Linier Metode OLS

Variabel	Koefisien Standardized	Koefisien Unstandardized Standard. Error	t-hitung	Sig.
Konstanta	-	0.251	0.617	0.109
<i>Food Quality</i> (X ₁)	0.311	0.091	3.679	0.000
<i>Food Safety</i> (X ₂)	0.137	0.111	1.316	0.191
<i>Motive Buying</i> (X ₃)	0.476	0.089	5.021	0.000
R Square	: 0.727			
Adjusted R	: 0.719			
F-statistik	: 87,865 Sig. = 0.000			
N	: 101			
Variabel Dependen (Y): <i>Customer Perceived Satisfaction</i>				

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

- a. Konstanta = 0,251

Konstanta dengan besaran 0,251, maksudnya ialah, Jika *Food Quality* (X₁), *Food Safety* (X₂), dan *Motive Buying* (X₃) tidak mengalami perubahan, maka *Customer Perceived Satisfaction* konsumen pada Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta akan sebanyak 0,251.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- b. Koefisien regresi *Food Quality* pada kepuasan pelanggan = $0.091X_1$.

Koefisien regresi yang positif (searah) maksudnya adalah, jika *Food Quality* (X_1) mengalami peningkatan, maka terjadi peningkatan pula pada *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan. Hal ini berlaku sebaliknya dengan variabel lainnya diasumsikan konstan.

- c. Koefisien regresi *Food Safety* pada Kepuasan Pelanggan = $0.111X_2$.

Peningkatan pada *Food Safety* (X_2) terjadi jika arah koefisien regresi positif (searah). Artinya, *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta pasti mengalami peningkatan. Hal demikian berlaku sebaliknya dengan variabel lainnya dianggap konstan.

- d. Koefisien regresi *Motive Buying* terhadap Kepuasan Pelanggan = $0.089X_3$.

Peningkatan *Motive Buying* (X_3) terjadi jika arah koefisien regresi positif (searah). Artinya, *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta mengalami peningkatan. Hal ini terjadi sebaliknya dengan variabel lainnya dianggap konstan.

Pengujian Pengaruh Secara Simultan (Uji F)

Pengevaluasian efek dari *Food Quality* (X_1), *Motive Buying* (X_3) secara simultan pada *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir (Y). Nilai taraf nyata (probabilitas (sig.)) diperoleh persentase 5% (0,05). Sementara itu, nilai **probabilitas (sig.) F-hitung** (0,000) > *Level of significant* (0,05) pada hasil Regresi Berganda. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Food Quality* (X_1), *Motive Buying* (X_3) memberikan pengaruh secara simultan pada *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta (Y) Sedangkan pada *Food Safety* (X_2) tidak memberikan pengaruh pada *Customer Perceived Satisfaction* karena memiliki nilai sebesar 0,191 yang artinya lebih besar dari *Level of Significant* (0,05).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengujian Hipotesis (Uji t)

- a. Pengevaluasian efek dari *Food Quality* (X_1) pada *Customer Perceived Satisfaction* Konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta (Y). Nilai taraf nyata (probabilitas (sig.)) diperoleh persentase sebesar 5% (0,05). Di sisi lain, nilai **probabilitas (sig.) t-hitung** = 0,000 pada hasil Regresi Berganda. Setelah data diolah, diperoleh perhitungan **nilai probabilitas (sig.) t-hitung** (0,000) < Level of Significant (0,05). Dengan demikian, *Food Quality* (X_1) secara signifikan memberikan pengaruh dengan *Customer Perceived Satisfaction*.
- b. Pengevaluasian efek dari *Food Safety* (X_2) pada *Customer Perceived Satisfaction* Konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta (Y). Nilai taraf nyata (probabilitas (sig.)) diperoleh persentase sebesar 5% (0,05). Nilai **t probabilitas (sig.) t-hitung** = 0,693 dari hasil regresi berganda. Adapun nilai **probabilitas (sig.) t-hitung** (0,191) > *Level of Significant* (0,05) setelah dilakukan pengolahan data. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa variabel *Food Safety* (X_2) signifikan tidak berpengaruh pada *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta (Y).
- c. Pengevaluasian efek dari *Motive Buying* (X_3) pada *Customer Perceived Satisfaction* Konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta (Y). Nilai taraf nyata (probabilitas (sig.)) diperoleh persentase 5% (0,05). Nilai **probabilitas (sig.) t-hitung** = 0,000 yang diperoleh dari regresi berganda. Sementara itu, nilai **probabilitas (sig.) t-hitung** (0,000) < *Level of Significant* (0,05) setelah melalui proses pengolahan data. Berdasarkan data tersebut, *Motive Buying* (X_3) secara signifikan berpengaruh terhadap *Customer Perceived Satisfaction* Konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta (Y).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengujian R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) yang diolah dengan teknik OLS pada regresi menghasilkan nilai 0,727. Artinya, *Customer Perceived Satisfaction* dapat dijelaskan oleh variabel *Food Quality* (X_1), *Food Safety* (X_2), dan *Motive Buying* (X_3) secara bersamaan sebesar 72,7%, sedangkan sisanya sebesar 37,6% dijelaskan oleh variabel lain luar acuan, yakni kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan sebagainya.

Pembahasan

Pengaruh *Food Quality* terhadap *Customer Perceived Satisfaction*

Hasil analisis Regresi Linier membuktikan bahwa *Food Quality* memberikan pengaruh positif dan signifikan pada *Customer Perceived Satisfaction* pada konsumen Rumah Makan mie Nyinyir di Yogyakarta dengan nilai probabilitas (sig.) $t_{\text{hitung}} (0,000) < \text{Level of Significant} (0,05)$. Hal ini dibuktikan dari hasil analisis regresi linear sehingga disimpulkan bahwa terjadi kenaikan pada variabel *Food Quality*. Dengan demikian, *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta mengalami kenaikan.

Pengaruh *Food Safety* terhadap *Customer Perceived Satisfaction*

Hasil analisis Regresi Linier membuktikan bahwa *Food Safety* tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan untuk *Customer Perceived Satisfaction* konsumen pada Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta. Hal ini terbukti dari nilai probabilitas (sig.) $t_{\text{hitung}} (0,191) > \text{Level of Significant} (0,05)$. Dari data tersebut jika *Food Safety* mengalami penurunan, maka *Customer Perceived Satisfaction* konsumen pada Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta mengalami penurunan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengaruh *Motive Buying* terhadap *Customer Perceived Satisfaction*

Dari hasil analisis Regresi Linier dapat dibuktikan bahwa *Motive Buying* memberikan dampak positif dan signifikan pada *Customer Perceived Satisfaction* pada konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta. Pernyataan ini dibuktikan dari nilai probabilitas (sig.) t-hitung $(0,000) < Level\ of\ Significant\ (0,05)$. Dengan data tersebut dapat diartikan bahwa *Motive Buying* naik, maka *Customer Perceived Satisfaction* konsumen pada Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta akan naik.

Kesimpulan

1. Variabel *Food Quality* memengaruhi *Customer Perceived Satisfaction* pada Rumah Makan Mie Nyinyir. Asumsi ini terbukti dari analisis dengan nilai yang memenuhi kriteria yang ditentukan sehingga dapat dikatakan mempengaruhi. Terjadinya kenaikan pada *Food Quality*, maka *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta mengalami peningkatan
2. Variabel *Food Safety* tidak berpengaruh terhadap *Customer Perceived Satisfaction* pada Rumah Makan Mie Nyinyir. Hasil ini dibuktikan dari nilai yang tidak memenuhi kriteria yang ditentukan sehingga dapat dikatakan tidak mempengaruhi. Artinya, penurunan pada *Food Safety* akan menurunkan pula *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta.
3. Variabel *Motive Buying* berpengaruh terhadap *Customer Perceived Satisfaction* pada Rumah Makan Mie Nyinyir. Pernyataan ini didukung oleh nilai yang memenuhi kriteria yang ditentukan sehingga dapat dikatakan mempengaruhi. Bisa diartikan, jika *Motive Buying* meningkat maka *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta akan mengalami peningkatan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Saran

1. Bagi Perusahaan

Sehubung nilai yang paling besar dapat diketahui dari nilai koefisien terbesar adalah *Food Safety* terhadap *Customer Perceived Satisfaction* konsumen Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta, sebaiknya bisa diberikan masukan dalam peningkatan *Food Safety* dengan meningkatkan nilai *mean* terendah, dari Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta dapat memberikan kepercayaan dari kualitas keamanan makanan tersebut dari segi kemasan, penyimpanan makanan, dan keamanan menyimpan makanan mentah agar tetap terjaga sehingga konsumen merasa puas. Dengan hal tersebut, maka *Food Safety* pada Rumah makan Mie Nyinyir Yogyakarta akan meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan nilai minat pembelian dan variabel penelitian, misalnya seperti kualitas dari pelayanan, suasana, harga, lokasi rumah makan, dan lain-lain yang dapat mempengaruhi *Customer Perceived Satisfaction* konsumen yang positif pada Rumah Makan Mie Nyinyir di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Agni, L, M. (2020). Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Gaya Hidup

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Terhadap Keputusan Pembelian. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 9, 12–26.
- Astuti. (2017). Penelitian Kualitas Produk Lokal yang Dijual Terhadap keputusan pembelian. *E-Jurnal Universitas Telkom*, 3, 103–111.
- Carina Dyah Wibisono. (2018). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonik Dengan Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(2), 1711–1718.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Dyah, W. C. (2018). Pengaruh Motif Pembelian Terhadap Niat Beli PProduk Sayur Organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm. *E-Journal Universitas Brawijaya Malang*, 9, 101.
- Fandy Tjiptono. (2016). Penelitian Kualitas Pembelian Produk Herbalife. *E- Journal Emba*, 6(995), 6–25.
- Gejali. (2018). Motivasi dan Motif Konsumen Membeli dan Investasi LM ANTM di Surabaya. *E- Journal Universitas Surabaya*, 9, 12–23.
- Rachman, T. (2018a). Pengaruh Suasana Restoran dan Persepsi Kualitas Makanan. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Rachman, T. (2018b). Teknik Pengumpulan Sampel dan bentuk Data yang diambil dengan Kuesioner. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5(1975), 10–27.
- Richard, M. (2019). *Prospek Industri Kuliner di Indonesia Makin Moncer*. Prospek Industri Kuliner Di Indonesia Makin Moncer.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20180828/12/832411/prospek-industri- kuliner-di-indonesia-makin-moncer>.
- Rizqi Asyiq Maulana. (2020). Pengaruh Motif Hedonik Dan Utilitarian Terhadap Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Universitas Islam Indonesia*, 7, 180.
- Setiadi. (2014). Analisis Motif Pembelian Pelanggan yang Mempengaruhi Mahasiswa Memilih Sebuah Produk. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 9, 8–18.
- Siaputra, H. (2020). Keamanan Pangan, Kualitas Makanan Dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 79–87.
<https://doi.org/10.9744/jmp.6.2.79-87>
- Sri, I. G. A. K. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Sugiyono. (2020). Model penelitian kualitatif dan membedakan antara variabel independen dan dependen. *Repository.Stp*, 6, 26–37.
- Suryandriyo, B. (2018). Hubungan Kualitas Makanan , Keamanan Makanan , dan Kepuasan Pelanggan. *E-Jurnal Universitas Islam Indonesia*, 8, 1–19.
- Swari, N., & Giantari, I. (2017). Peran Kepuasan Konsumen Memediasi Hubungan Nilai Utilitarian Dan Nilai Hedonik Dengan Loyalitas Konsumen. *E-Jurnal Manajemen*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Universitas Udayana, 6(3), 1194–1220.

Tyo. (2021). *Makan Mie Nyinyir Enak Yogyakarta.* 2021.

<https://pesenmakan.trenasia.com/rekomendasi-mie-enak-yogyakarta>

