

**PENGARUH LOKASI DAN CITA RASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI *FOODCOURT*
SOPHIE'S SQUARE CEMARA ASRI**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis oleh:
FILBERT
(181010131)**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
2022**

Judul PENGARUH LOKASI DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI FOODCOURT SOPHIE'S SQUARE CEMARA ASRI

Nama : Filbert

NIM : 181010131

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I

mbimbing I

Ihdina Gustina S.E., M.M.
NIDN: 0120088303

Pembimbing II

Jiwan Rs!

Irvan Rolvesh Situmorang, S.E., M.Si.
NIDN: 0115019003

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH LOKASI DAN CITA RASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
FOODCOURT SOPHIE'S SQUARE CEMARA
ASRI
Nama : Filbert
NIM : 181010131
Jurusan : Manajemen
Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 2 Juli 2022
Dewan Penguji

Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si,
NIDN : 0006037202



Penguji II : Dedy Lazuardi S.E., M.M.
NIDN : 0115088601



STIE Eka Prasetya
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen Pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain maka saya akan mengindikasinya secara jelas dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian, maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai ketentuan yang berlaku di STIE Eka Prasetya.

Nama	Filbert
NIM	181010131
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Lokasi dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Foodcourt Sophie's Square Cemara Asri
Pembimbing Tugas Akhir	
Pembimbing I	Ihdina Gustina S.E., M.M.
Pembimbing II	Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.Si.

Saya menanda-tangani pernyataan ini secara sadar dan demikian pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 20 Mei 2022


Filbert

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **"PENGARUH LOKASI DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI FOODCOURT SOPHIE'S SQUARE CEMARA ASRI "**sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, S.T.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki,S.E.,M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Com.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina,S.E.,M.M., sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan hingga selesainya proposal skripsi ini.

7. Bapak Irvan Rolyesh Situmorang, S.E. M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan hingga selesainya proposal skripsi ini.
8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasteya Medan.
11. Orang Tua tercinta, dan teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan materil maupun moril.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, segala saran dan kritik untuk penyempurnaan proposal skripsi ini sangat diharapkan penulis.

Akhir kata, semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.
Terimakasih.

Medan, 10 Juni 2022

Penulis



Filbert
181010131

ABSTRAK

Filbert, 181010131, 2022, Pengaruh Lokasi dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Foodcourt Sophie's Square Cemara Asri, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ihdina Gustina S.E., M.M., Pembimbing II: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Foodcourt Sophie's Square Cemara Asri, mengetahui pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Foodcourt Sophie's Square Cemara Asri, mengetahui pengaruh Lokasi dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Foodcourt Sophie's Square Cemara Asri.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen di Foodcourt Sophie's Square yang tidak terhingga. Dengan menggunakan tabel Isaac & Michael didapatkan jumlah sampel sebanyak 272 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Kepuasan Konsumen = 0.345 + 0,415 Lokasi + 0,480 Cita Rasa + e**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Foodcourt Sophie's Square berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 9.182 > t_{tabel} 1,969$. Hasil analisis menunjukkan Cita Rasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Foodcourt Sophie's Square berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} 9.167 > t_{tabel} 1,969$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lokasi dan Cita Rasa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Foodcourt Sophie's Square berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar $F_{hitung} 156.779 > F_{tabel} 3.029$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai $R^2 = 0,538$ artinya variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh Lokasi dan Cita Rasa sebesar 53.8% sedangkan sisanya 46.2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti potongan harga, iklan, perilaku pelanggan, harga dan variabel lainnya.

Kata Kunci: Lokasi, Cita Rasa, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Filbert, 181010131, 2022, *The Influence of Location and Taste on Customer Satisfication on Sophie's Square Foodcourt Cemara Asri, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Ihdina Gustina S.E., M.M., Advisor II: Irvan Rolyesh Situmorang, S.E., M.M.*

This study aims to determine the effect of Location to Customer Satisfication on Sophie's Square Foodcourt, to determine the effect of Taste to Customer Satisfication on Sophie's Square Foodcourt, to determine the effect of Location and Tasteto Customer Satisfication on Sophie's Square Foodcourt.

*The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all foodcourt customer with infinite number. By using Isaac & Michael table the sample number is 272 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation **Customer Satisfication = 0.345 + 0,415 Location + 0,480 Taste + e***

The results of the research analysis show that Location has a positive and significant effect on Customer Satisfication on Sophie's Square Foodcourt based on the results of partial hypothesis testing, namely tcount 9.162 > ttable 1,969. The results of the analysis show that Taste has a positive and significant effect on Customer Satisfication on Sophie's Square Foodcourt based on the results of partial hypothesis testing, namely tcount 9.167 > ttable 1,969.

The results of the study indicate that Location and Taste have a positive and significant impact on Customer Satisfication on Sophie's Square Foodcourt based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely Fcount 156.779 > Ftable 3.029. The results of this study are supported by the value of R square (R²) = 0.538 which means that the Customer Satisfication variable can be explained by the Location and Taste variable of 53.8% while the remaining 46.2% is influenced by other factors originating from outside this research model such as discount, advertising, customer behaviour, price and various other variables.

Keywords: Location, Taste, Customer Satisfication.

MOTTO

“Jika engkau ingin mencapai cita-cita dan tujuanmu, engkau tak akan bisa melakukannya tanpa kedisiplinan”

- Lee Kuan Yew

“Apapun dirimu, jadilah yang terbaik”

- Abraham Lincoln

“Dia yang berhasil menguasai dirinya sendiri adalah ksatria terbaik”

- Konfusius

PERSEMBAHAN

Atas rahmat karunia Tuhan yang berlimpah, dengan sepenuh kerendahan hati saya ingin mengucapkan apresiasi dan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada siapapun yang telah turut menyokong saya dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Yang pertama-tama saya ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya yang telah bersusah payah membesarkan dan mendidik saya dengan baik, selalu memastikan anaknya mendapatkan yang terbaik dan dapat menjadi orang yang bermanfaat bagi orang banyak, nasehat-nasehat yang kalian berikan tak akan pernah saya lupakan seumur hidup saya.

Yang kedua adalah dosen pembimbing saya, Bu Ihdina dan Pak Irvan yang telah membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi ini, tidak bosan-bosannya memberi masukan-masukan dan selalu memastikan bahwa saya bisa menyusun dan menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan lolos sidang meja hiaju

Yang ketiga adalah teman-teman saya di kampus, baik itu teman sekelas maupun teman seangkatan yang telah sama-sama berjuang untuk lulus dan melangkah menuju masa depan yang cerah. Saling berbagi keluh kesah, pengalaman dan pengetahuan dan menyemangati satu sama lain

Yang keempat adalah teman-teman di dunia maya yang selalu memberikan motivasi di kala senang maupun susah dengan postingan maupun chat yang menghibur dan memotivasi agar saya selalu bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini, meski saya barangkali tidak kenal dan belum pernah bertemu kalian namun saya yakin kalian adalah orang-orang luar biasa

Yang kelima adalah komunitas saya yang paling luar biasa, Neosphere Digdaya Mulia. Disana saya bertemu banyak orang-orang hebat, di antaranya Bang Daniel Limantara yang juga merupakan alumni STIE Eka Prasetya dan sekaligus kating saya, Om Hanafi Wibowo, Kak Septiana dan banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Saya bangga bisa jadi bagian dari Neosphere dan turut andil dalam kemajuannya. Ave Neohistorian!

Dan yang paling penting adalah saya ingin mempersembahkan skripsi ini kepada diri saya sendiri yang telah berjuang keras. Sungguh bukan hal yang mudah, di balik keterbatasan dan berapa banyak waktu dan biaya yang telah habis demi sebuah skripsi ini. Sempat berada di titik dimana saya hendak memilih untuk berhenti di tengah jalan namun pada akhirnya saya terus maju dan akhirnya terbayar sudah.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Permasalahan	3
1.3 Batasan Permasalahan	3
1.4 Rumusan Permasalahan	4
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	4
2.1 Landasan Teori	6

DAFTAR ISI

2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	6
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	6
2.1.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen	7
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	7
2.1.2 Lokasi.....	8
2.1.2.1 Pengertian Lokasi	8
2.1.2.2 Indikator Lokasi.....	9
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lokasi.....	10
2.1.3 Cita Rasa	11
2.1.3.1 Pengertian Cita Rasa.....	11
2.1.3.2 Indikator Cita Rasa	12
2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Cita Rasa	12
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Pemikiran.....	15
2.4 Hipotesis	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.1.1 Lokasi Penelitian	17
3.1.2 Waktu Penelitian	17
3.2 Jenis dan Sumber Data	17
3.2.1 Jenis Data	17
3.2.2 Sumber Data.....	17
3.3 Populasi dan Sampel.....	18
3.3.1 Populasi	18
3.3.2 Sampel.....	18
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data	20

3.6 Teknik Analisis Data	21
3.6.1 Uji Validitas	21
3.6.2 Uji Reliabilitas	22
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	22
3.6.3.1 Uji Normalitas	22
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	23
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	23
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	24
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	25
3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	25
3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	25
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASANNYA	26
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	26
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	26
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	27
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	27
4.2 Hasil Penelitian	29
4.2.1 Karakteristik Responden	29
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
4.2.2.1 Uji Validitas	31
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	36
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	37
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	37
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas.....	40
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41
4.2.4 Teknik Analisis Data	42

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	42
4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	44
4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	46
4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.3 Pembahasan.....	49
4.3.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	49
4.3.2 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen.....	49
4.3.3 Pengaruh Lokasi dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen ..	50
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN	
AKADEMIS	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Implikasi Manajerial	52
5.3 Saran Akademis	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN

FOTOCOPY KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu dan Kesimpulannya	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.2 Skala Likert	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Terhadap Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Terhadap Umur	30
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Terhadap Frekuensi Berkunjung.....	30
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X_1)	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X_2)	33
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.8 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	28
Gambar 4.2 Grafik Histogram	38
Gambar 4.3 Grafik Normal P-Plot	39
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplot</i>	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Lokasi (X_1)**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reabilitas Lokasi (X_1)**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Cita Rasa (X_2)**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reabilitas Cita Rasa (X_2)**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Kepuasan Konsumen (Y)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reabilitas Kepuasan Konsumen (Y)**
- Lampiran 9 Tabulasi Kuisisioner Responden**
- Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas**
- Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas**
- Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Medan merupakan kota yang memiliki kekayaan kuliner yang beragam. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa usaha kuliner adalah salah satu usaha yang memiliki pertumbuhan yang signifikan dan setiap tahunnya kita dapat melihat bahwa di setiap sudut kota bermunculan usaha-usaha kuliner baru, mulai dari gerai kecil hingga restoran besar. Persaingan yang kian ketat membuat pemilik usaha kuliner perlu mengambil tindakan untuk memuaskan hati konsumen dan menjadikan mereka pelanggan setia dengan sejumlah upaya.

Kepuasan pelanggan adalah pertahanan paling baik dalam strategi persaingan. Menurut Richard Oliver (dalam Zeithaml.dkk:2018) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Para konsumen yang puas biasanya lebih setia dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa perusahaan tersebut. Mengukur kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh suatu usaha bisnis termasuk usaha kuliner.

Bagi usaha kuliner, lokasi adalah hal utama yang mempengaruhi langsung keberlangsungan usaha mereka. Lokasi yang strategis bagi usaha kuliner senantiasa haruslah ramai dan dekat dengan pusat kegiatan, aksesnya yang mudah dijangkau, lingkungan sekitar yang aman dan minim gangguan. Selain itu ketersediaan tempat parkir dan ruang terbuka akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi usaha kuliner itu. Selain itu cita rasa juga berkenaan dengan bagaimana

persepsi konsumen terhadap usaha kuliner tersebut. Citarasa suatu produk makanan merupakan salah satu penentu terhadap penerimaan produk oleh konsumen. Cita rasa berkenaan dengan pengecapan rasa di lidah konsumen. Usaha kuliner berlomba-lomba menghadirkan produk makanan dengan beragam pilihan cita rasa sesuai selera masing-masing konsumen.

Hal ini yang menarik perhatian peneliti ketika berkunjung ke *foodcourt* Sophie's Square yang terletak di Cemara Asri, sebuah kawasan aktivitas terpadu yang cukup ramai di kota Medan. Lokasi *foodcourt* sendiri dapat terbilang cukup strategis karena berada di daerah bundaran yang cukup ramai oleh para pengunjung baik itu penduduk komplek atau masyarakat awam yang datang untuk mencari hiburan atau melepas penat setelah beraktivitas.

Foodcourt ini ditopang dengan luasnya wilayah dan ketersediaan fasilitas parkir berkapasitas besar yang dapat menampung kurang lebih 100 kendaraan, serta dekat dengan venue-venue lain seperti bank, minimarket, sekolah, taman burung dan kolam renang sehingga memberi kemudahan bagi pengunjung disana. Kendati demikian akses lokasi ke *foodcourt* tersebut sering terjadi macet karena membludaknya jumlah pengunjung dan kendaraan, serta karena akses ke wilayah Cemara Asri yang kurang penjagaan, namun meski begitu tetap saja lokasi *foodcourt* ini selalu ramai dikunjungi.

Dalam kesempatan ini peneliti juga berbincang-bincang dengan para pengunjung *foodcourt* ini yang kebanyakan tinggal di komplek perumahan sekitar. Menurut mereka alasan mereka memilih untuk makan atau membeli di *foodcourt* tersebut karena selain dekat dari rumah mereka dan mudah dijangkau baik dengan

jalan kaki, bersepeda ataupun menaiki kendaraan pribadi, lokasinya yang luas dan nyaman membuat mereka betah untuk berlama-lama disana, baik untuk sekedar berkumpul bersama tetangga atau keluarga, maupun sekedar bersantai. Selain itu stall-stall yang berjualan disini menyediakan berbagai hidangan yang variatif, higienis dan menggugah selera.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH LOKASI DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI *FOODCOURT SOPHIE’S SQUARE CEMARA ASRI MEDAN*”**

1.2 Identifikasi Permasalahan

Disinyalir bahwa hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk berkunjung ke *foodcourt* Sophie’s Square Cemara Asri adalah:

1. Lokasi dalam *foodcourt* Sophie's Square sangat strategis karena selain dekat dengan pusat kegiatan, aksesnya yang mudah dijangkau dan lahan parkir yang luas
2. Terdapat banyak *stand* atau kios yang menyajikan berbagai macam kuliner dengan cita rasa yang berbeda.

1.3 Batasan Permasalahan

Karena keterbatasan waktu dan biaya dalam melakukan penelitian, maka peneliti memfokuskan terhadap penelitian dengan membatasi masalah yang diteliti yakni pada lokasi dan cita rasa.

1.4 Rumusan Permasalahan

Dari latar belakang dan identifikasi permasalahan diatas, dapat disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen di *foodcourt* Sophie's Square Cemara Asri?
2. Apakah cita rasa mempengaruhi kepuasan konsumen di *foodcourt* Sophie's Square Cemara Asri?
3. Apakah lokasi dan cita rasa mempengaruhi kepuasan konsumen di *foodcourt* Sophie's Square Cemara Asri?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *foodcourt* Sophie's Square
2. Untuk mengetahui apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *foodcourt* Sophie's Square
3. Untuk mengetahui apakah lokasi dan cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *foodcourt* Sophie's Square.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi pemilik usaha kuliner:

 Penelitian ini dapat menjadi analisis dalam mengambil keputusan berkenaan dengan evaluasi dan peningkatan kualitas dalam memaksimalkan pelayanan mereka.

2. Bagi akademisi:

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dalam menerapkan ilmu-ilmu yang dipelajari dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kepuasan Konsumen

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Schanaars dalam Alvin (2020:136), menyatakan bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen merasa puas. Kepuasan Konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan terhadap makanan yang sesuai ekspektasi. Kepuasan konsumen tidak hanya mengenai rasa dan harga semata namun juga dapat terhadap lokasi, lingkungan dan pelayanan.

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:116), Kepuasan konsumen merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer yang dipandang sebagai element utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran baik organisasi bisnis maupun nirlaba.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:292), Kepuasan konsumen merupakan respon emosional atau kognitif, respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya), dan respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif).

Kepuasan konsumen dapat menjadi semacam dorongan bagi pelaku usaha karena selain adanya hubungan timbal balik yang berkesinambungan, kepuasan konsumen juga dapat memberikan kesan yang positif bagi usaha tersebut yang

lalu akan menjadi nilai jual untuk menggaet lebih banyak konsumen untuk datang. Konsumen yang puas lalu menceritakan pengalamannya secara mulut ke mulut atau membagikannya melalui media sosial.

Kesimpulannya, kepuasan konsumen adalah suatu perasaan ataupun sikap yang menunjukkan seberapa mereka menyukai produk atau layanan yang ditawarkan.

2.1.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Alvin (2020:138), kepuasan konsumen memiliki sejumlah indikator sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan terhadap pelayanan atau produk yang disajikan telah memenuhi ekspektasi atau harapan minimum para konsumen.
2. Minat berkunjung kembali dan melakukan pemesanan ulang.
3. Kesiediaan merekomendasikan tempat tersebut kepada teman atau kerabat mereka.

2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya:

1. Pelayanan

Menurut Kasmir (2017:47) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Pemilik atau karyawan yang bekerja dalam usaha kuliner tersebut wajib memastikan bahwa pelayanan yang telah mereka berikan telah optimal dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Pelayanan

disini dapat berupa sikap karyawan yang profesional dalam melayani permintaan dan keluhan konsumen maupun masyarakat setempat.

2. Kualitas Produk

Usaha kuliner tidak pernah lepas dari kewajiban memenuhi kualitas produk yang higienis dan bermutu. Hal ini kembali ke cita rasa yang disajikan kepada konsumen. Tentunya konsumen tidak menghendaki jika makanan yang dipesannya tidak layak dikonsumsi, dan hal ini sangat berpengaruh terhadap reputasi usaha kedepannya. Dalam usaha kuliner berbasis rantai atau waralaba, kualitas produk distandarisasikan kedalam bentuk standar operasional prosedural yang mengatur kontrol kualitas produk yang diizinkan menurut perusahaan atau pemerintah.

3. Promosi

Promosi menjadi salah satu "pelumas" yang menggerakkan perekonomian tak terkecuali usaha kuliner. Menurut Tjiptono (2015:387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Promosi dapat bersifat dalam jangka waktu menetap maupun tertentu. Selain itu promosi juga dapat dikhususkan dengan perbedaan harga ketika melakukan *dine-in* dengan memesan melalui layanan pesan antar.

2.1.2 Lokasi

2.1.2.1 Pengertian Lokasi

Hurriyanti (2015:56) menyatakan bahwa lokasi diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus berkemas dan

melakukan operasi atau kegiatannya. Lokasi merupakan tempat dimana para pelaku usaha menjalankan usahanya dan memperoleh laba.

Menurut Lamb dalam Puspa (2017:208), lokasi pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang.

Menurut Jumingan (2018:113), lokasi adalah berbagai usaha yang dilakukan bisnis dalam rangka penyediaan untuk memudahkan konsumen mendapatkan sebuah produk.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah salah satu unsur terpenting dalam menjalankan usaha, selain sebagai tempat kedudukan, lokasi juga menjadi faktor bagi keberhasilan usaha tersebut sebagaimana lokasi yang mudah dijangkau, tempat yang luas, aman dan nyaman akan menjadi keunggulan yang dapat berdampak signifikan bagi membentuk persepsi konsumen. Konsumen tentu enggan berkunjung bila lokasi tersebut jauh dan sulit dijangkau, serta rawan akan kejahatan yang sering terjadi di sekitar lokasi.

2.1.2.2 Indikator Lokasi

Menurut Tjiptono dalam Puspa (2017:209), pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap indikator berikut:

1. Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau, tanpa ada hambatan yang berarti.
2. Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

3. Lalu-lintas menyangkut dua pertimbangan utama berikut:

- a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembeli yang seringkali terjadi spontan;
- b. Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bisa pula menjadi hambatan.

4. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lokasi

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan suatu lokasi, diantaranya:

1. Letak Pasar

Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses transaksi antara permintaan dan penawaran dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan dan jumlah yang diperdagangkan. Pasar sebagai tempat penyediaan sumber daya dan bahan baku bagi usaha kuliner haruslah dekat, dapat dijangkau dengan mudah dan efisien.

2. Ketersediaan Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang adalah salah satu hal terutama yang menyokong usaha kuliner ini, dimana ia memberikan daya upayanya baik tenaga maupun pikiran dengan gantinya menerima upah. Di dalam kota besar peluang memperoleh tenaga kerja yang kompeten dan murah akan semakin tinggi mengingat persaingan yang cukup sengit dan ketersediaan lapangan pekerjaan yang terbatas.

3. Ketersediaan Utilitas

Utilitas terdiri atas jaringan air, listrik, telepon atau internet yang saling terhubung antara penyedia layanan dan pengguna layanan. Dalam hal ini ketersediaan utilitas menjadi penting bagi keberadaan usaha manapun sebab tanpa utilitas yang baik dan terjangkau maka usaha tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

2.1.3 Cita Rasa

2.1.3.1 Pengertian Cita Rasa

Menurut Drummond dan Breferre dalam Sugeng (2016:133), cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa.

Cita rasa dapat dimaksudkan suatu proses dalam penyajian makanan dari proses memasak hingga cara penyajiannya ke konsumen, hingga rasa yang khas dan memberi kesan tertentu dalam makanan tersebut. Tentunya setiap usaha kuliner memiliki ciri khasnya tersendiri dalam menyajikan makanan, selain itu pemilihan bahan masak yang baik, cara pengolahan yang higienis dan memenuhi standar kebersihan dan kesehatan yang berlaku juga dapat mempengaruhi citarasa tersebut.

2.1.3.2 Indikator Cita Rasa

Menurut Sugeng (2016:134), cita rasa memiliki indikator sebagai berikut:

1. Penampilan produk yang enak untuk dilihat, yang disajikan secara kreatif dengan gaya khas.
2. Aroma yang sedap pada produk, terutama aroma yang muncul saat proses pemasakan.
3. Rasa nikmat ketika dimakan, tidak menimbulkan sensasi tidak mengenakan di dalam mulut.
4. Suhu produk yang ideal, tidak terlalu dingin dan tidak terlalu panas yang dapat menghilangkan nafsu selera makan.

2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Cita Rasa

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi cita rasa makanan yang disajikan, diantaranya:

1. Bahan Baku yang Bermutu

Bahan baku yang digunakan dalam masakan, seperti beras, mie, tepung atau bumbu-bumbu haruslah segar dan bermutu. Pemilihan dan pengolahan bahan baku juga harus dilakukan dengan kontrol kualitas yang sesuai dengan standar kesehatan dan higienisan. Penggunaan bahan baku yang tidak segar dapat mempengaruhi cita rasa dan kualitas masakan sebagaimana terkandung zat-zat yang dapat merusak kesehatan konsumen.

2. Metode yang Terstandarisasi

Metode yang dimaksud adalah cara pengolahan dari pemilihan bahan baku, penggunaan alat-alat dapur hingga penyajian ke konsumen yang sesuai standar operasional prosedur. SOP ini diperlukan sehingga kualitas masakan yang disajikan dapat terjaga secara konsisten dan mengefisiensikan sumber daya usaha. Metode yang terstandarisasi ini juga diterapkan agar karyawan lebih disiplin dan menghindari tingkat kesalahan yang tidak dapat diterima saat menyajikan masakan.

3. Penyajian yang Menggugah Selera

Masakan yang nikmat tidak lepas dari cara penyajiannya yang menggugah selera. Hal ini berkenaan dengan tata cara penyusunan makanan hingga cara penyajian yang unik dan kreatif, seperti penyajian dalam wadah tertentu. Selain itu penyajian juga merupakan salah satu karya seni yang dapat meningkatkan citra usaha kuliner tersebut dengan gaya khasnya yang menarik minat konsumen.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini mengacu pada sejumlah penelitian terdahulu dalam topik yang relevan:

Tabel 2.1
Judul Penelitian Terdahulu dan Kesimpulannya

Nama Peneliti dan Penerbit	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
Elvina Endah Puspa Wulandari (2020) e-ISSN 2721-5415 JEMS Universitas Muhammadiyah	Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, dan Citarasa terhadap Keputusan Pembelian di Eleven Cafe di Kota Bengkulu	X ₁ : Lokasi X ₂ : Inovasi Produk X ₃ : Citarasa Y: Keputusan Pembelian	Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Eleven Cafe di Kota Bengkulu. Hal ini

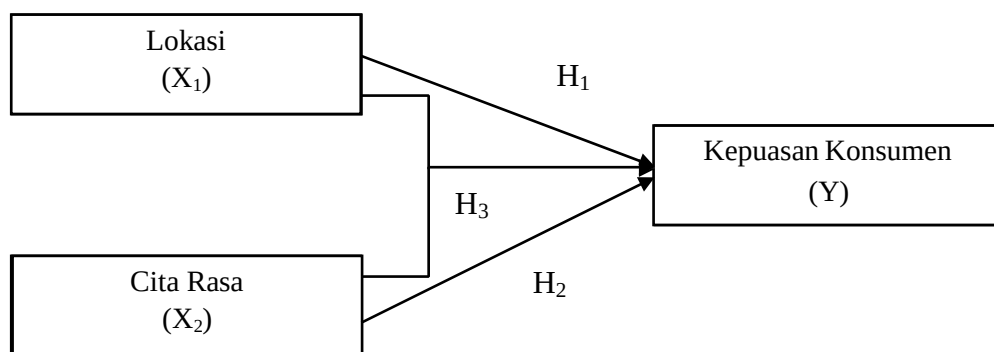
Nama Peneliti dan Penerbit	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
Bengkulu			berarti semakin baik lokasi dimata konsumen maka akan menciptakan keputusan pembelian
Rini Ratna Nafita Sari (2018) eISSN: 2615-3246 Jurnal Ekuivalen Universitas Kahuripan Kediri	Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Tempat terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Kedai Mie Djoedes Pare)	X ₁ : Cita Rasa X ₂ : Harga X ₃ : Tampak Y: Loyalitas Konsumen	Variabel cita rasa, harga, dan tempat berpengaruh nyata terhadap loyalitas konsumen secara simultan. Variabel-variabel tersebut tidak dapat dipisahkan. Jika dilakukan pengujian secara parsial didapatkan variabel tempat memiliki pengaruh dan hubungan berbanding terbalik terhadap loyalitas konsumen
Sugeng Nugroho Adi (2016) ISSN: 2086-1184 Jurnal Ekonomi Islam STEI Hamfara Yogyakarta	Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur (Studi Kasus Pada UD Bina Makmur Pacitan, Jawa Timur)	X ₁ : Cita Rasa X ₂ : Label Halal X ₃ : Diversifikasi Produk Y: Keputusan Pembelian	Variabel independen dalam penelitian ini, yakni: cita rasa, label halal, dan diversifikasi produk secara simultan memiliki pengaruh nyata terhadap keputusan pembelian konsumen
Alvin Mariansyah (2020) e-ISSN: 2655-8531 JIBM Universitas Bina Darma Palembang	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu	X ₁ : Kualitas Produk X ₂ : Kualitas Pelayanan X ₃ : Harga Y: Kepuasan Konsumen	Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

Nama Peneliti dan Penerbit	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
			kepuasan konsumen
Adika Rahman (2018) ISSN: 2686-3286 Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Al Syafi'iyah Bekasi	Analisis Pengaruh Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Bebek Kaleyo Jatiwaringin	X_1 : Pelayanan X_2 : Cita Rasa Y : Kepuasan Konsumen	Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel pelayanan dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Bebek Kaleo Jatiwaringin

Sumber: Data diolah, 2021

2.3 Kerangka Pemikiran

Dari penjabaran teori-teori diatas maka berikut kerangka pemikiran dalam penelitian:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh lokasi (X₁) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada *foodcourt* Sophie's Square;

H₂ : Terdapat pengaruh cita rasa (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada *foodcourt* Sophie's Square;

H₃ : Terdapat pengaruh lokasi (X₁) dan cita rasa (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada *foodcourt* Sophie's Square.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah *Foodcourt Sophie's Square*, yang beralamat di Jalan Boulevard Raya

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret 2022 sampai dengan Juni 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017:137), sumber data diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu:

1. Data Primer

merupakan data yang diperoleh langsung dari perusahaan maupun dari objek penelitian yang lain. Data primer merupakan data yang belum diolah.

2. Data Sekunder

adalah data yang diperoleh dari pihak lain. Data sekunder ini berupa data hasil olahan dari pihak lain, seperti jurnal, laporan, buku, dan sebagainya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:135), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Karena tidak tersedianya data yang memadai dan pasti mengenai jumlah pengunjung dalam setahun, maka peneliti menggunakan rumus tabel Isaac & Michael dengan jumlah populasi tak terhingga.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015:136) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang baik adalah sampel yang bersifat representatif atau dapat menjadi gambaran karakteristik dalam populasi tersebut. Jumlah sampel ditentukan melalui tabel Isaac & Michael dengan tingkat kesalahan 10%, maka terdapat sekitar 272 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel adalah dengan menggunakan *random sampling*

dimana kuesioner akan dibagikan secara acak kepada konsumen yang terlebih dahulu ditemui.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Lokasi (X_1)	Tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus berkemas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Huriyanti (2015:56)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu-lintas 4. Lingkungan Sekitar Puspa (2017:209)	Skala <i>Likert</i>
Cita rasa (X_2)	Suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Drummond dan Brefere dalam Sugeng (2016:133)	1. Penampilan 2. Rasa 3. Aroma 4. Suhu 5. Cara Penyajian Sugeng (2016:134)	Skala <i>Likert</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	Keadaan konsumen baik yang merasa puas ataupun yang merasa belum puas setelah tercapai keinginan terhadap makanan yang sesuai ekspektasi. Schanaars dalam Alvin (2020:136)	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Berkunjung Kembali 3. Kediaan Merekomendasi Hawkins dan Lonney dalam Alvin (2020:138)	Skala <i>Likert</i>

Sumber: Data diolah, 2021

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Prosedur pengumpulan data dapat juga diartikan sebagai suatu usaha untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan fokus dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan oleh peneliti sendiri dengan menggunakan teknik wawancara dan tes tertulis. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala *Likert*.

Menurut Sugiyono (2017:93), Skala *likert* digunakan untuk untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabe penelitian. Menurut Sugiyono (2019:146) skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala *Likert* berikut ini:

Tabel 3.2
Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner

No.	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu-Ragu	RR	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono, 2019:147

Metode kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengutip pendapat dari berbagai sumber seperti buku, internet, skripsi, jurnal, laporan atau

dokumen perusahaan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Materi wawancara dan kuesioner meliputi pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan keadaan perusahaan yang berkaitan

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji Validitas menurut Sugiyono (2016:76-77), menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini adalah jumlah sampel dengan alpha sebesar 5% dengan ketentuan:

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} = valid$
2. Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} = tidak\ valid$

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

Menurut Anam (2017:81), Pernyataan yang valid menandakan bahwa pernyataan yang dibuat sesuai/benar-benar mengukur variabel yang dimaksud diantaranya sudah memenuhi kesesuaian kemampuan yang diujikan dengan soal yang dibuat, konsep, gambaran, perkiraan tingkat kemudahan, penggunaan kalimat, dan kemampuan responden yang akan diuji.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:81), Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas biasanya dilakukan dengan menginterpretasikan nilai *Cronbach's Alpha* dimana apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian tersebut belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelitian dan apabila nilai *Cronbach's alpha* $0,6-0,8$ maka data pada penelitian tersebut dapat diandalkan.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2016:105), analisis regresi linear berganda perlu menghindari penyimpangan asumsi klasik supaya tidak timbul masalah dalam penggunaan analisis tersebut dan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model yang baik serta tidak bias.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:156), Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Menurut Ghozali (2016:157), Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Dalam penelitian ini menggunakan *Normal P-Plot*. Jika data menyebar disekitar

garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2016:103), Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Menurut Ghazali (2016:104), Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1 / Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *Tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2016:134), Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas.

Menurut Ghozali (2016:134), Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Jika ada pola tertentu maka diindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Lupiyoadi, dkk (2015:157), Analisis regresi linear berganda adalah metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian yang berfungsi untuk menghubungkan antara dua variabel Independent atau lebih dengan variabel dependent. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan :

- Y = Kepuasan Konsumen
- X₁ = Lokasi
- X₂ = Cita Rasa
- a = konstanta
- b₁ = koefisien variabel Lokasi
- b₂ = koefisien variabel Cita Rasa
- e = persentase kesalahan

3.6.5 Pengujian Hipotesis

3.6.5.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2016:98), Uji statistik t digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing variabel independen secara individu (partial) dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

1. H_0 ditolak Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, H_a ditolak.
2. H_0 diterima Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_a diterima.

3.6.5.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Menurut Ghozali (2016:98), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:97), koefisiensi determinasi R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam melihat presentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas disarankan untuk menggunakan *adjusted* R^2 .

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASANNYA

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Foodcourt Sophie's Square Cemara Asri merupakan sebuah pujasera yang terletak di sebelah kiri bundaran Cemara Asri. Dibangun pada tahun 2015 sebagai kawasan kompleks ruko baru bersamaan dengan Cemara Square yang berada di sebelahnya. Lokasi ini lalu dikelola sebagai *foodcourt* dan ruko-ruko yang tersedia disewakan bagi kios-kios penjual makanan yang ingin berjualan disini. Lambat laun lokasi ini menjadi ramai oleh pengunjung dan pemilik kios makanan. Meskipun *Sophie's Square* bukan hanya satu-satunya *foodcourt* yang ada di Cemara Asri namun keberadaannya telah menjadi ikon bagi Cemara Asri yang dikenal sebagai pusat kuliner di Medan selain Asia Mega Mas.

Di dalam *foodcourt Sophie's Square* tersedia berbagai jenis kuliner yang disajikan oleh para penjual makanan yang cukup beragam, mulai dari aneka kue, *Chinese food*, makanan khas Indonesia, *seafood*, mie balap dan sebagainya sedangkan pihak pengelola *foodcourt* menyediakan minuman seperti kopi, teh, sirup dan jus buah. Pihak pengelola juga bertanggung jawab atas kebersihan, keamanan dan ketertiban, serta fasilitas-fasilitas yang ada di *foodcourt* ini. Lokasi yang strategis sebab berhadapan dengan bundaran Cemara Asri dan taman burung menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang ingin makan sekaligus menikmati suasana yang asri.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi *foodcourt* Sophie's Square:

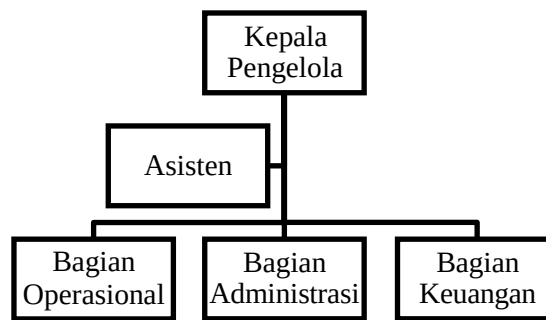
1. Menjadi sebuah *foodcourt* terdepan yang menyajikan kuliner terlezat di kota Medan, terutama dalam kompleks Cemara Asri
2. Menjadi sebuah *foodcourt* yang menunjang kegiatan sehari-hari masyarakat, terutama penghuni kompleks Cemara Asri dalam hal kuliner dan hiburan
3. Memberikan ruang bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner agar dapat berkembang.

Misi *foodcourt* Sophie's Square:

1. Menyajikan hidangan-hidangan lezat yang berkualitas dan higienis dengan harga terjangkau bagi masyarakat
2. Menjadi *one-stop culinary centre* dengan menyediakan sejumlah fasilitas bagi pengunjung *foodcourt* seperti akses Wi-Fi, karaoke, arcade dan tempat bermain anak

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Agar operasional suatu perusahaan dapat berjalan dengan baik dan efisien maka diperlukan suatu struktur organisasi yang memiliki pembagian tugas dan wewenang yang jelas. Tak terkecuali *foodcourt* Sophie's Square yang memiliki struktur organisasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi *Foodcourt Sophie's Square*

1. Kepala Pengelola

Sebagai pimpinan yang bertanggung jawab atas pengelolaan dalam *foodcourt Sophie's Square*

2. Asisten

Sebagai pembantu tugas Kepala Pengelola dalam menangani urusan kantor maupun lapangan dalam pengelolaan *foodcourt Sophie's Square*

3. Bagian Operasional

Bagian yang ditugaskan menjalankan operasional harian dan menangani masalah teknis dalam *foodcourt Sophie's Square*, seperti masalah dapur, kebersihan dan keamanan

4. Bagian Administrasi

Bagian yang ditugaskan dalam menangani urusan administrasi dalam *foodcourt Sophie's Square*, seperti masalah legal, humas dan HRD

5. Bagian Keuangan

Bagian yang ditugaskan menangani urusan keuangan dalam *foodcourt Sophie's Square*, seperti penggajian, pencatatan arus kas dan biaya sewa.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 272 orang pengunjung *foodcourt* yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, dan frekuensi berkunjung ke lokasi. Berikut ini karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Terhadap Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	171	62,86%
Perempuan	101	37,13%
Total	272	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa responden laki-laki adalah sebanyak 171 orang atau 62,86% dari total responden sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 101 orang atau 37,13% dari total responden. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan responden yang berkunjung ke *foodcourt* Sophie's Square ini adalah laki-laki. Mayoritas pengunjung merupakan laki-laki sebab kalangan laki-laki menyukai menikmati makanan disini sambil berkumpul dengan kerabat atau teman-teman mereka, tak jarang mereka sering membawa permainan seperti catur atau kartu untuk menghabiskan waktu disana.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Terhadap Umur

Umur	Jumlah Responden	Presentase
< 21 tahun	100	36,76%
21 hingga 50 tahun	103	37,86%
> 50 tahun	69	25,36%
Total	272	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa responden yang berumur di bawah 21 tahun adalah sebanyak 100 orang atau 36,76% dari total responden. Responden yang berumur 21 tahun sampai 50 tahun adalah sebanyak 103 orang atau 37,86% dari total responden sedangkan responden yang berumur diatas 50 tahun adalah sebanyak 69 orang atau 25,36% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang berkunjung ke *foodcourt* Sophie's Square adalah pelanggan yang berumur 21 tahun hingga 50 tahun. Mayoritas pengunjung yang berkunjung adalah yang berumur antara 21 tahun hingga 50 tahun karena kebanyakan diantara mereka adalah para pekerja dan mahasiswa yang memiliki kemampuan fisik dan ekonomi yang masih produktif.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Terhadap Frekuensi Berkunjung

Frekuensi Berkunjung	Jumlah Responden	Presentase
Setiap Hari	140	51,47%
Lebih dari 5 kali dalam seminggu	76	27,94%
Antara sekali hingga 5 kali dalam seminggu	46	16,91%
Jarang/baru pertama kali berkunjung	10	3,67%
Total	272	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi berkunjung setiap hari adalah sebanyak 140 orang atau 51,47% dari

total responden. Responden dengan frekuensi berkunjung lebih dari 5 kali dalam seminggu adalah sebanyak 76 orang atau 27,94% dari total responden. Responden dengan frekuensi berkunjung antara sekali hingga 5 kali dalam seminggu adalah sebanyak 46 orang atau 16,91% dari total responden sedangkan responden dengan frekuensi kunjungan jarang atau baru pertama kali berkunjung adalah sebanyak 10 orang atau 3,67% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang berkunjung ke *foodcourt* Sophie's Square ini adalah yang berkunjung setiap hari. Kebanyakan yang berkunjung setiap hari adalah mereka yang sarapan, makan siang dan/atau makan malam di *foodcourt* ini.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Menurut Herlina (2019:58), untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Sedangkan menurut Priyatno (2018:21), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.

1. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, item dapat dinyatakan valid
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, item dinyatakan tidak valid.

Untuk nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n-2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0,361. Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X₁)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat mudah untuk dijangkau	0,448	0,361	Valid
2	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat strategis dan dekat dengan pusat kegiatan, seperti sekolah, bank, minimarket	0,481	0,361	Valid
3	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki lahan parkir yang tersedia luas	0,620	0,361	Valid
4	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat mudah untuk dicari dan dikenali bahkan dari jarak jauh dan cuaca buruk sekalipun	0,655	0,361	Valid
5	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki penerangan yang cukup, terlebih di waktu malam hari	0,561	0,361	Valid
6	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki arus lalu-lintas yang lancar dengan jalan yang memadai	0,466	0,361	Valid
7	Pada waktu tertentu lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat ramai sehingga lalu-lintas seringkali terhambat dan mengakibatkan kemacetan	0,532	0,361	Valid
8	Kendaraan dapat dengan mudah masuk keluar lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square	0,551	0,361	Valid
9	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat aman, nyaman, asri dan bersih	0,478	0,361	Valid
10	<i>Foodcourt</i> Sophie's Square berusaha menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan di sekitarnya dengan menjaga ketertiban dan tidak bising terutama di malam hari	0,537	0,361	Valid
11	<i>Foodcourt</i> Sophie's Square menghadirkan suasana yang mendukung <i>chemistry</i> pelanggannya untuk bersantai dan menikmati makanan yang disajikan di lokasinya.	0,618	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2022), Data diolah

Dari Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Lokasi menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361, dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* tertinggi berada pada pernyataan empat, yakni sebesar 0,655 dan yang terendah berada pada pernyataan pertama yakni sebesar 0,448 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X₂)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Makanan yang dihidangkan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki penampilan yang segar dan alami	0,478	0,361	Valid
2	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square selalu memperhatikan kebersihan dan higienisan	0,656	0,361	Valid
3	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki rasa yang lezat dan bervariasi	0,505	0,361	Valid
4	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square dapat disesuaikan menurut selera konsumen, seperti lebih manis atau lebih pedas	0,488	0,361	Valid
5	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki aroma yang menggugah selera	0,626	0,361	Valid
6	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki aroma yang khas sesuai karakteristik dan bahan yang digunakan dalam makanan tersebut	0,616	0,361	Valid
7	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki suhu yang ideal di mulut	0,708	0,361	Valid
8	Penjual makanan di <i>foodcourt</i>	0,635	0,361	Valid

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
	Sophie's Square selalu berusaha menjaga keadaan makanan yang disajikannya agar berada dalam suhu yang optimal, seperti dihidangkan langsung setelah dimasak			

Sumber: Hasil Penelitian (2022), Data diolah

Dari Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Cita Rasa menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361, dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* tertinggi berada pada pernyataan delapan, yakni sebesar 0,708 dan yang terendah berada pada pernyataan pertama yakni sebesar 0,478 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
1	Aspek lokasi dan cita rasa yang ada di <i>foodcourt</i> Sophie's Square ini telah sesuai dengan ekspektasi konsumen	0.526	0,361	Valid
2	Pelayanan dari pihak pengelola dan penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat baik dan tidak mengecewakan	0.471	0,361	Valid
3	Jika terdapat hal-hal yang tidak memuaskan maka pihak pengelola maupun penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square bersedia menerima kritik dan saran dari konsumen	0.592	0,361	Valid
4	Konsumen yang merasa puas terhadap <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki keinginan untuk berkunjung kembali	0.504	0,361	Valid

No	Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Nilai Batas Minimal Korelasi	Keterangan
5	Konsumen yang telah setia akan sering berkunjung kembali dan membawa keluarga atau teman-teman mereka ke <i>foodcourt</i> Sophie's Square	0.501	0,361	Valid
6	Jika lokasi dan cita rasa di <i>foodcourt</i> Sophie's Square tersebut mengalami penurunan kualitas maka konsumen akan memilih tempat makan yang lain	0.464	0,361	Valid
7	Konsumen yang merasa puas terhadap <i>foodcourt</i> Sophie's Square ini akan merekomendasikannya kepada teman atau keluarga mereka	0.556	0,361	Valid
8	Konsumen yang merasa puas terhadap <i>foodcourt</i> Sophie's Square ini akan turut mempromosikan <i>foodcourt</i> Sophie's Square tersebut dengan memposting di media sosial	0.714	0,361	Valid
9	Jika aspek lokasi dan cita rasa di <i>foodcourt</i> Sophie's Square tersebut mengalami penurunan kualitas maka konsumen enggan merekomendasikannya kepada orang lain	0.499	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2022), Data diolah

Dari Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Konsumen menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361, dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* tertinggi berada pada pernyataan delapan, yakni sebesar 0,714 dan yang terendah berada pada pernyataan enam yakni sebesar 0,464 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), “Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner”. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$: reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$: reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* $> 0,8$: reliabilitas baik.

Hasil pengujian reliabilitas ketiga variabel dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Butir Pernyataan	Keterangan
Lokasi (X_1)	0,752	11	Reliabel
Cita Rasa (X_2)	0,729	8	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,687	9	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian (2022), Data diolah

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari seluruh variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel-variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

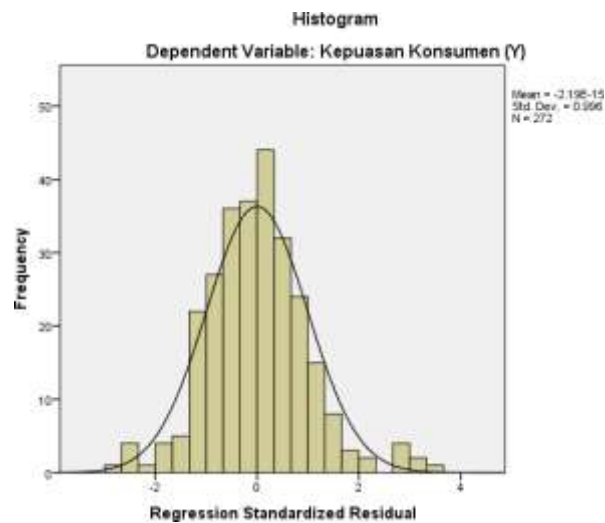
Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *Komolgorov-Smirnov*. Berikut ini pembahasannya:

1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018:127), “Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*.”

a. Output Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas grafik histogram dapat dilihat berikut ini :



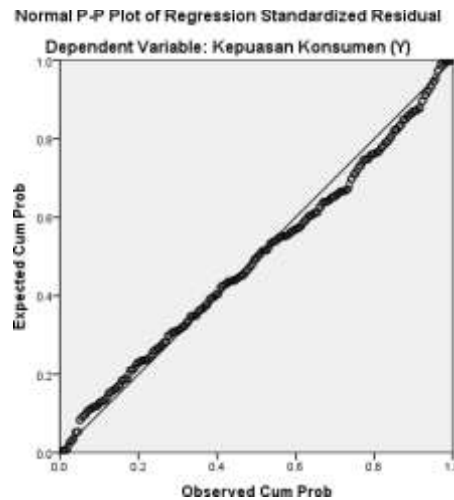
Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

b. Output Normal Probability Plot of Regression

Output *Normal Probability Plot of Regression* menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal. Hasil pengujian analisis normal P-P plot dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Grafik Normal P-Plot

Pada Gambar 4.3 di atas dapat dilihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

2. Uji statistik

Menurut Priyatno (2018:130), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorv-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		272
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.50631303
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		1.036
Asymp. Sig. (2-tailed)		.233

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-Smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,233 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2018:134), “Multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.”

Menurut Priyatno (2018:134), “Metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,1”.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Lokasi (X1)	.810	1.235
	Cita Rasa (X2)	.810	1.235

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

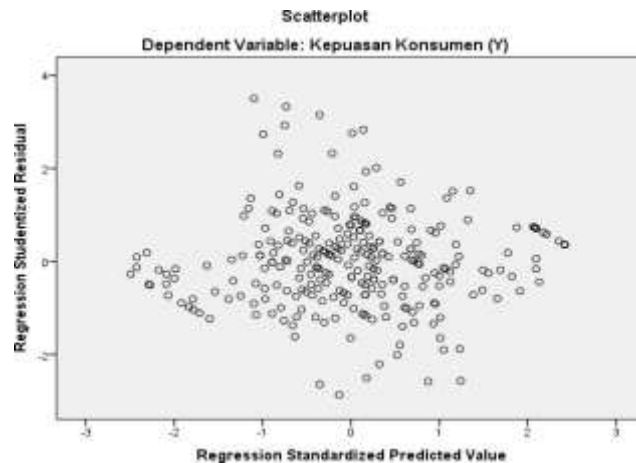
Pada Tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan mempunyai nilai tolerance (0,810) > 0,10 dan nilai VIF (1,235) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), “Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.”

Salah satu pengujian heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian Scatterplots dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada Gambar 4.4 di bawah ini:



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Gambar 4.4
Grafik Scatterplot

Pada Gambar 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik Scatterplot menyebar secara acak (random) serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), “Analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen.” Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Lokasi dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen di

foodcourt Sophie's Square yang dapat dihitung dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for The Social Science (SPSS)*:

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen (*dependent variabel*)

X₁ = Lokasi (*independent variabel*)

X₂ = Cita Rasa (*independent variabel*)

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (10%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel

4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.345	.181	
1 Lokasi (X1)	.415	.045	.423
Cita Rasa (X2)	.480	.050	.443

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Pada Tabel 4.10 di atas, diketahui pada *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut :

$$\text{Kepuasan Konsumen} = 0.345 + 0,415 \text{ Lokasi} + 0,480 \text{ Cita Rasa} + e$$

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) = 0.345 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu Lokasi dan variabel (X_2) yaitu Cita Rasa bernilai 0 maka Loyalitas Pelanggan adalah tetap sebesar 0.345.
2. Koefisien X_1 (b_1) = 0,415 menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,415. Artinya setiap peningkatan Lokasi (X_1) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 41.5%.
3. Koefisien X_2 (b_2) = 0,480 menunjukkan bahwa variabel Cita Rasa (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,480. Artinya setiap peningkatan Cita Rasa (X_2) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 48%.

4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), “Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi. Bentuk pengujiannya :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Lokasi; Cita Rasa secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen *foodcourt* Sophies's Square.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Lokasi; Cita Rasa secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen *foodcourt* Sophie's Square.

Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $t_{tabel} > t_{hitung}$

H_a Diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai t_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus: $df = n - 2$, maka $272 - 2 = 270$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df adalah 270 dan diperoleh nilai t_{tabel} tersebut yaitu sebesar 1,969. Sedangkan nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji t_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Model	t	Sig.
(Constant)	1.905	.058
1 Lokasi (X1)	9.182	.000
Cita Rasa (X2)	9.617	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 hasil pengujian parsial di atas, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya bahwa :

1. Pada Lokasi (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (9.182) > t_{tabel} (1,969) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada *foodcourt* Sophie's Square
2. Pada Cita Rasa (X_2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (9.617) > t_{tabel} (1,969) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen pada *foodcourt* Sophie's Square

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), “Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5%. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$: Artinya Lokasi dan Cita Rasa secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di *foodcourt* Sophie's Square.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$: Artinya Lokasi dan Cita Rasa secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di *foodcourt* Sophie's Square.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

H_0 Diterima apabila : $F_{hitung} < F_{tabel}$

H_a Diterima apabila : $F_{hitung} > F_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai F_{tabel} , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus: df (pembilang) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$

df (penyebut) = $n - k - 1$, maka $272 - 2 - 1 = 269$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Penelitian

k = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya df (pembilang) adalah 2 dan df (penyebut) adalah 269, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} adalah 3,029. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80.979	2	40.490	156.779	.000 ^b
	Residual	69.472	269	.258		
	Total	150.451	271			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Cita Rasa (X2), Lokasi (X1)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.12 di atas, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} (156,779) > F_{tabel} (3,029) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi dan Cita Rasa secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di *foodcourt* Sophie's Square

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019:140), “Analisis determinasi atau disebut juga R Square yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat”. Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.538	.535	.50819

a. Predictors: (Constant), Cita Rasa (X2), Lokasi (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil pengujian koefisien determinan di atas, dapat dilihat Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,538 artinya variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Lokasi dan Cita Rasa sebesar 53.8% sedangkan sisanya 46.2% dipengaruhi oleh faktor-

faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti potongan harga, iklan, perilaku pelanggan, harga, lokasi dan variabel lainnya.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai pengaruh Lokasi dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen di *foodcourt* Sophie's Square.

4.3.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Lokasi memiliki nilai $t_{hitung} (9.182) > t_{tabel} (1,969)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di *foocdourt* Sophie's Square. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan lokasi yang tepat, strategis dan ketersediaan akses yang mudah dapat meningkatkan kepuasan konsumen untuk berkunjung ke *foodcourt* ini.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desrianto (2020) di Coffee Town Bakery yang menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap parsial maupun simultan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.3 2 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Cita Rasa memiliki nilai $t_{hitung} (9.617) > t_{tabel} (1,969)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa

terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen di *foodcourt* Sophie's Square. Hal ini menunjukkan bahwa pengolahan cita rasa masakan yang lezat dan higienis dapat meningkatkan kepuasan konsumen untuk berkunjung ke *foodcourt* ini.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adika Rahman (2018) di RM Bebek Waluyo Jatiwaringin yang menunjukkan bahwa Cita Rasa berpengaruh terhadap parsial maupun simultan secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.3.3 Pengaruh Lokasi dan Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel Lokasi dan Cita Rasa memiliki nilai F_{hitung} (156.779) $> F_{tabel}$ (3,029) dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi dan Cita Rasa secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di *foodcourt* Sophie's Square. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan lokasi yang tepat dan strategis, dibarengi dengan pengolahan cita rasa masakan yang lezat dan higienis dapat memperngaruhi secara signifikan kepuasan konsumen untuk berkunjung ke *foodcourt* ini.

Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Ratna (2018) di Kedai Mie Djodes yang menyatakan bahwa lokasi dan cita rasa secara simultan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Lokasi (X_1) dan Cita Rasa (X_2) tidak bernilai, maka Kepuasan Konsumen adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Lokasi (X_1) sebesar satu satuan, Kepuasan Konsumen akan sebesar b_1 . Setiap peningkatan Cita Rasa (X_2) sebesar satu satuan, Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar b_2 .
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Lokasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *foodcourt* Sophie's Square.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Cita Rasa secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *foodcourt* Sophie's Square.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Lokasi dan Cita Rasa secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *foodcourt* Sophie's Square.
5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Lokasi dan Cita Rasa dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Kepuasan Konsumen pada *foodcourt* Sophie's Square.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Pihak pengelola dan penjual *foodcourt* harus meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan dan cita rasa agar konsumen dapat semakin puas dan ingin berkunjung kembali. Jika terdapat masalah yang timbul dalam pelayanan maka pihak pengelola dan penjual harus dapat memberikan solusi dan tanggung jawab, serta dapat mendengar kritik dan saran yang membangun dari para konsumen.
2. Pihak pengelola dan penjual *foodcourt* dapat melakukan evaluasi dengan memberikan angket atau wawancara dengan para konsumen *foodcourt* mengenai pelayanan yang diberikan. Peningkatan promosi juga harus diintensifkan sehingga konsumen merasa tertarik untuk berkunjung kembali.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada civitas akademika adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen selain variabel Lokasi dan Cita Rasa misalnya potongan harga, iklan, perilaku pelanggan, harga, lokasi dan variabel lainnya.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari *foodcourt* Sophie's Square saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh *foodcourt* yang ada di dalam maupun diluar Cemara Asri.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 272 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya dan menghasilkan data penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di Sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismailiyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.

- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.

- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.

- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).
-
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

**Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pengunjung
Foodcourt Spohie's Square Cemara Asri
Di tempat.**

Dengan Hormat,

Saya adalah mahasiswa prodi Manajemen Kewirausahaan STIE Eka Prasetya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir saya yang berjudul **“PENGARUH LOKASI DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI FOODCOURT SOHIE’S SQUARE CEMARA ASRI”**. Mohon sudi kiranya Bapak/Ibu dapat turut berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini. Seluruh informasi yang anda berikan dijamin kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan akademis.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kesedian Bapak/Ibu turut dalam pengisian kuisisioner ini Saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Filbert

KUISIONER

“PENGARUH LOKASI DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI *FOODCOURT SOPHIE’S SQUARE CEMARA ASRI*”

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan

Usia : () dibawah 21 tahun () 21 tahun hingga 50 tahun
() diatas 50 tahun

Frekuensi Kunjungan : () Setiap hari () Lebih dari 5 kali dalam seminggu
() Antara sekali hingga 5 kali dalam seminggu
() Jarang/baru pertama kali berkunjung

Petunjuk dalam pengisian kuesioner:

Dalam menjawab pernyataan ini, Bapak/Ibu hanya memilih salah satu jawaban yang paling benar dan yang diinginkan dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban tersebut.

Berikut adalah keterangan sebagai petunjuk dalam pengisian kuisisioner.

No.	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu-Ragu	RR	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Daftar Pernyataan

Variabel Lokasi (X_1)

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Akses						
1	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat mudah untuk dijangkau					
2	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat strategis dan dekat dengan pusat kegiatan, seperti sekolah, bank, minimarket					
3	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki lahan parkir yang tersedia luas					
Visibilitas						
1	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat mudah untuk dicari dan dikenali bahkan dari jarak jauh dan cuaca buruk sekalipun					
2	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki penerangan yang cukup, terlebih di waktu malam hari					
Lalu-lintas						
1	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki arus lalu-lintas yang lancar dengan jalan yang memadai					
2	Pada waktu tertentu lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat ramai sehingga lalu-lintas seringkali terhambat dan mengakibatkan kemacetan					
3	Kendaraan dapat dengan mudah masuk keluar lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square					
Lingkungan sekitar						
1	Lokasi <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat aman, nyaman, asri dan bersih					
2	<i>Foodcourt</i> Sophie's Square berusaha menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan di sekitarnya dengan menjaga ketertiban dan tidak bising terutama di malam hari					
3	<i>Foodcourt</i> Sophie's Square menghadirkan suasana yang mendukung <i>chemistry</i> pelanggannya untuk bersantai dan menikmati makanan yang disajikan di lokasinya.					

Variabel Cita Rasa (X_2)

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Penampilan						
1	Makanan yang dihidangkan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki penampilan yang segar dan alami					
2	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square selalu memperhatikan kebersihan dan ke higienisan					
Rasa						
1	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki rasa yang lezat dan bervariasi					
2	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square dapat disesuaikan menurut selera konsumen, seperti lebih manis atau lebih pedas					
Aroma						
1	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki aroma yang menggugah selera					
2	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki aroma yang khas sesuai karakteristik dan bahan yang digunakan dalam makanan tersebut					
Suhu						
1	Makanan yang disajikan oleh penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki suhu yang ideal di mulut					
2	Penjual makanan di <i>foodcourt</i> Sophie's Square selalu berusaha menjaga keadaan makanan yang disajikannya agar berada dalam suhu yang optimal, seperti dihidangkan langsung setelah dimasak					

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
Kesesuaian Harapan						
1	Aspek okasi dan cita rasa yang ada di <i>foodcourt</i> Sophie's Square ini telah sesuai					

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
	dengan ekspektasi konsumen					
2	Pelayanan dari pihak pengelola dan penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square sangat baik dan tidak mengecewakan					
3	Jika terdapat hal-hal yang tidak memuaskan maka pihak pengelola maupun penjual di <i>foodcourt</i> Sophie's Square bersedia menerima kritik dan saran dari konsumen					
Minat Berkunjung Kembali						
1	Konsumen yang merasa puas terhadap <i>foodcourt</i> Sophie's Square memiliki keinginan untuk berkunjung kembali					
2	Konsumen yang telah setia akan sering berkunjung kembali dan membawa keluarga atau teman-teman mereka ke <i>foodcourt</i> Sophie's Square					
3	Jika lokasi dan cita rasa di <i>foodcourt</i> Sophie's Square tersebut mengalami penurunan kualitas maka konsumen akan memilih tempat makan yang lain					
Kesediaan Merekomendasi						
1	Konsumen yang merasa puas terhadap <i>foodcourt</i> Sophie's Square ini akan merekomendasikannya kepada teman atau keluarga mereka					
2	Konsumen yang merasa puas terhadap <i>foodcourt</i> Sophie's Square ini akan turut mempromosikan <i>foodcourt</i> Sophie's Square tersebut dengan memposting di media sosial					
3	Jika aspek lokasi dan cita rasa di <i>foodcourt</i> Sophie's Square tersebut mengalami penurunan kualitas maka konsumen enggan merekomendasikannya kepada orang lain					

Lampiran 2: Tabulasi Kuisiomer Uji Validitas dan Reabilitas

No.	Lokasi											Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	
1	4	4	3	2	4	2	5	5	4	5	3	41
2	2	4	5	3	2	5	1	3	3	3	2	33
3	1	1	2	2	4	3	1	1	4	1	3	23
4	5	4	5	2	5	5	5	2	1	4	2	40
5	5	1	4	4	5	5	5	4	4	5	5	47
6	3	2	3	5	5	5	1	3	5	5	2	39
7	2	1	5	3	2	4	4	5	3	3	5	37
8	3	2	1	1	3	1	5	2	2	1	2	23
9	3	3	4	3	3	1	1	4	3	1	2	28
10	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	50
11	5	2	3	5	4	1	3	2	5	4	1	35
12	1	3	2	1	1	5	5	3	1	5	2	29
13	2	4	3	2	5	5	5	5	4	2	2	39
14	2	3	5	2	1	5	5	4	3	2	4	36
15	5	5	2	3	3	3	2	1	4	5	4	37
16	2	1	2	4	5	4	4	2	5	1	1	31
17	2	2	4	3	5	5	5	5	1	3	3	38
18	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	18
19	3	2	3	4	3	3	2	4	2	4	1	31
20	1	5	2	1	1	3	1	4	3	5	2	28
21	4	5	5	5	5	2	5	5	4	5	4	49

No.	Lokasi											Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	
22	3	2	3	1	1	2	1	1	2	3	3	22
23	3	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	19
24	5	3	2	3	4	5	4	3	5	2	5	41
25	3	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	49
26	2	4	3	3	3	5	1	4	4	1	3	33
27	5	4	4	1	2	2	4	5	1	2	1	31
28	4	2	3	2	2	3	5	4	2	2	2	31
29	4	5	2	3	5	1	1	2	4	1	4	32
30	1	3	4	3	1	2	5	3	5	4	3	34

No.	Cita Rasa								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	1	1	1	1	2	2	1	12
2	3	5	5	2	5	4	3	4	31
3	2	1	2	1	1	2	1	3	13
4	4	2	2	1	2	1	2	2	16
5	1	3	2	2	4	4	3	3	22
6	2	1	2	5	1	3	2	2	18
7	4	5	2	5	3	5	1	5	30
8	5	2	3	1	4	3	4	5	27
9	1	2	2	1	1	3	1	1	12
10	4	3	3	4	5	3	3	2	27

No.	Cita Rasa								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
11	5	2	5	3	3	2	4	5	29
12	3	2	5	1	4	5	4	4	28
13	1	2	5	3	4	2	2	2	21
14	1	1	3	3	4	1	3	4	20
15	4	4	2	4	4	3	5	2	28
16	2	3	5	4	5	4	5	4	32
17	2	2	5	3	1	2	3	1	19
18	4	1	2	5	2	1	2	4	21
19	4	5	4	5	4	4	5	2	33
20	3	4	5	3	1	4	3	4	27
21	5	1	4	5	2	3	3	5	28
22	1	1	2	5	1	4	5	2	21
23	4	2	5	2	5	3	5	2	28
24	5	1	1	2	5	1	3	2	20
25	1	3	4	1	3	4	1	1	18
26	3	5	4	3	5	5	4	5	34
27	5	3	3	4	2	5	5	5	32
28	3	5	4	5	5	4	5	4	35
29	5	1	3	3	4	5	5	3	29
30	4	3	2	4	4	3	5	3	28

No.	Kepuasan Konsumen									Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
1	4	2	1	1	2	3	4	3	1	21
2	4	3	1	3	2	2	3	1	4	23
3	5	2	4	4	3	3	4	4	2	31
4	2	4	4	3	5	3	2	4	5	32
5	5	4	4	5	3	2	5	3	5	36
6	1	4	5	4	1	5	1	2	3	26
7	5	5	4	3	2	5	5	5	5	39
8	3	3	3	1	1	1	2	1	1	16
9	4	3	4	3	3	4	5	3	3	32
10	4	1	5	5	2	3	2	3	2	27
11	1	2	3	1	4	3	3	2	1	20
12	3	1	4	5	3	3	4	5	4	32
13	5	1	4	5	4	1	4	4	1	29
14	5	1	2	3	5	2	1	2	5	26
15	1	1	1	2	1	1	1	1	1	10
16	1	1	4	4	3	1	4	2	1	21
17	5	2	4	1	2	4	4	1	2	25
18	1	2	3	2	1	5	2	3	2	21
19	5	3	1	1	2	4	3	1	5	25
20	4	4	4	5	5	4	5	4	3	38
21	5	1	5	5	5	5	1	5	2	34
22	4	4	4	4	1	5	1	4	3	30

No.	Kepuasan Konsumen									Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
23	2	3	3	1	3	3	1	1	4	21
24	3	2	3	2	2	3	1	2	1	19
25	4	3	1	4	2	3	1	2	1	21
26	3	4	3	3	4	2	4	3	5	31
27	3	2	2	1	2	1	3	4	5	23
28	2	5	4	2	5	3	4	3	2	30
29	5	5	4	1	3	5	5	4	3	35
30	2	4	2	2	2	4	2	5	4	27

Lampiran 3: Hasil Analisis Data Validitas Lokasi (X₁)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,241	,172	,314	,384*	-,158	0,204	-,011	,082	,224	,228	,448*
	Sig. (2-tailed)		,199	,364	,092	,036	,403	,280	,954	,668	,234	,225	,013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,241	1	,272	,087	,111	,052	,059	,289	,190	,306	,278	,481**
	Sig. (2-tailed)	,199		,146	,648	,559	,784	,757	,122	,314	,100	,136	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,172	,272	1	,370*	,090	,329	,333	,541*	,016	,304	,354	,620**
	Sig. (2-tailed)	,364	,146		,044	,634	,076	,072	,002	,934	,103	,055	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,314	,087	,370*	1	,555*	,163	,050	,179	,650*	,340	,286	,655**
	Sig. (2-tailed)	,092	,648	,044		,001	,390	,791	,344	,000	,066	,126	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,384*	,111	,090	,555*	1	,213	,184	,126	,418*	,029	,200	,561**
	Sig. (2-tailed)	,036	,559	,634	,001		,259	,329	,508	,022	,879	,289	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	-,158	,052	,329	,163	,213	1	,256	,288	,081	,190	,303	,466**
	Sig. (2-tailed)	,403	,784	,076	,390	,259		,172	,123	,669	,314	,103	,009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,204	,059	,333	,050	,184	,256	1	,455*	-,042	,228	,263	,532**
	Sig. (2-tailed)	,280	,757	,072	,791	,329	,172		,011	,824	,225	,160	,002

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	TOTAL
	N	30	30	30	30	30	30	0,2 ³ 04	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	-,011	,289	,541*	,179	,126	,288	,455*	1	,004	,198	,225	,551**
	Sig. (2-tailed)	,954	,122	,002	,344	,508	,123	,011		,985	,293	,233	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	,082	,190	,016	,650*	,418*	,081	-,042	,004	1	,127	,387*	,478**
	Sig. (2-tailed)	,668	,314	,934	,000	,022	,669	,824	,985		,504	,035	,008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	,224	,306	,304	,340	,029	,190	,228	,198	,127	1	,197	,537**
	Sig. (2-tailed)	,234	,100	,103	,066	,879	,314	,225	,293	,504		,296	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	,228	,278	,354	,286	,200	,303	,263	,225	,387*	,197	1	,618**
	Sig. (2-tailed)	,225	,136	,055	,126	,289	,103	,160	,233	,035	,296		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,448*	,481*	,620*	,655*	,561*	,466**	,532**	,551*	,478*	,537*	,618*	1
	Sig. (2-tailed)	,013	,007	,000	,000	,001	,009	,002	,002	,008	,002	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 4: Hasil Analisis Data Realibilitas Lokasi (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,752	,758	11

Lampiran 5: Hasil Analisis Data Validitas Cita Rasa (X₂)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,065	-,052	,175	,225	,025	,370*	,412*	,478**
	Sig. (2-tailed)		,733	,785	,355	,232	,896	,044	,024	,008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,065	1	,324	,233	,429*	,567**	,224	,259	,656**
	Sig. (2-tailed)	,733		,080	,216	,018	,001	,234	,167	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	-,052	,324	1	,013	,296	,293	,285	,266	,505**
	Sig. (2-tailed)	,785	,080		,946	,113	,117	,127	,155	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,175	,233	,013	1	,028	,194	,353	,264	,488**
	Sig. (2-	,355	,216	,946		,885	,305	,056	,158	,006

Correlations

[illegible]

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6: Hasil Analisis Data Realibilitas Cita Rasa (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,729	,731	8

Lampiran 7: Hasil Analisis Data Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

[illegible]

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	TOTAL
P4	Pearson Correlation	,241	- ,156	,502**	1	,277	,024	,071	,436*	,022	,504**
	Sig. (2-tailed)	,200	,412	,005		,138	,901	,711	,016	,909	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,168	,022	,294	,277	1	- ,083	,265	,313	,185	,501**
	Sig. (2-tailed)	,374	,908	,115	,138		,664	,156	,092	,327	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	,155	,417*	,350	,024	- ,083	1	- ,012	,347	,122	,464**
	Sig. (2-tailed)	,415	,022	,058	,901	,664		,950	,060	,520	,010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	,346	,280	,229	,071	,265	- ,012	1	,303	,158	,556**
	Sig. (2-tailed)	,061	,134	,224	,711	,156	,950		,103	,404	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	,227	,176	,435*	,436*	,313	,347	,303	1	,241	,714**
	Sig. (2-tailed)	,227	,352	,016	,016	,092	,060	,103		,199	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	,219	,415*	- ,039	,022	,185	,122	,158	,241	1	,499**
	Sig. (2-tailed)	,246	,022	,840	,909	,327	,520	,404	,199		,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,526**	,471**	,592**	,504**	,501**	,464**	,556**	,714**	,499**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,009	,001	,004	,005	,010	,001	,000	,005	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8: Hasil Analisis Data Realibilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,687	,691	9

Lampiran 9: Tabulasi Kuisisioner Reaponden

No	Lokasi											Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	
1	5	2	4	4	3	2	4	3	5	2	3	37
2	4	5	2	4	3	3	4	3	3	4	4	39
3	2	4	3	4	3	4	3	4	2	2	3	34
4	2	3	2	4	5	3	2	3	4	5	4	37
5	5	3	5	4	4	4	3	2	3	4	5	42
6	2	2	3	2	3	2	2	4	5	2	2	29
7	5	4	3	2	2	4	4	3	5	4	4	40
8	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	2	32
9	3	5	3	3	4	4	4	5	3	2	5	41
10	2	3	3	5	2	3	3	2	5	2	5	35
11	2	3	2	5	3	2	5	5	3	5	2	37
12	4	3	3	3	5	2	4	3	5	4	5	41
13	5	4	3	4	2	4	4	3	3	2	4	38
14	5	2	2	4	2	2	3	3	4	3	2	32
15	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	23
16	2	2	3	4	2	2	2	2	4	3	4	30
17	2	4	3	3	4	3	4	2	2	2	5	34
18	3	2	5	5	5	5	2	3	2	2	2	36
19	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	38
20	5	4	4	2	2	5	5	2	3	3	2	37
21	5	5	5	5	2	5	5	4	5	4	4	49

22	4	5	2	3	4	3	2	2	5	2	3	35
23	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	25
24	3	5	4	5	5	5	3	3	5	5	3	46
25	2	3	3	2	3	2	2	4	3	2	4	30
26	3	2	3	5	4	5	3	3	2	2	3	35
27	3	4	5	4	2	4	3	5	4	5	3	42
28	2	3	2	5	4	4	2	5	4	5	5	41
29	4	4	4	4	5	2	5	3	5	4	5	45
30	2	5	5	3	3	3	3	3	4	3	5	39
31	4	3	3	2	5	2	3	2	4	5	5	38
32	5	4	3	3	5	3	2	4	4	2	2	37
33	4	3	4	5	5	2	5	3	3	3	3	40
34	4	2	5	2	3	2	5	3	3	2	4	35
35	3	5	5	2	3	3	2	4	3	2	5	37
36	2	2	4	5	3	5	2	2	3	3	2	33
37	3	2	3	2	5	5	2	5	3	3	4	37
38	3	4	4	2	3	3	2	5	3	3	3	35
39	2	4	2	2	5	2	3	3	5	5	2	35
40	4	5	3	2	3	5	3	4	2	5	2	38
41	5	2	2	2	2	3	3	4	2	3	5	33
42	5	3	5	4	5	5	2	5	4	3	2	43
43	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	32
44	3	2	2	3	3	2	2	2	4	4	4	31
45	3	4	2	5	4	5	2	4	5	2	3	39

46	2	4	3	4	2	5	3	3	3	3	4	36
47	3	5	2	2	3	2	3	4	4	2	4	34
48	3	4	5	2	5	2	3	4	3	4	3	38
49	3	4	5	4	5	3	3	2	2	5	3	39
50	5	3	5	4	4	2	4	2	3	4	4	40
51	3	4	3	3	4	2	5	2	5	5	2	38
52	2	4	3	4	3	3	5	2	4	4	3	37
53	4	5	4	4	2	2	5	4	2	5	4	41
54	4	4	4	2	4	4	2	5	3	4	5	41
55	3	5	3	3	4	3	5	3	5	2	5	41
56	5	3	4	3	4	2	2	3	4	4	3	37
57	5	4	5	5	3	2	3	4	3	2	2	38
58	5	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	35
59	2	5	3	5	5	5	2	5	3	5	5	45
60	4	3	4	5	3	3	2	2	4	5	4	39
61	5	3	4	5	5	5	4	2	2	4	2	41
62	5	5	4	3	4	5	3	4	4	3	5	45
63	5	2	5	2	3	4	4	4	4	4	4	41
64	3	5	3	4	2	4	3	4	2	4	5	39
65	3	2	5	2	3	4	2	3	5	3	4	36
66	2	2	2	4	5	2	2	3	5	4	4	35
67	5	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	29
68	5	5	3	4	2	2	3	4	4	2	4	38
69	2	4	4	4	5	5	4	5	4	3	2	42

70	4	3	2	2	4	3	4	3	3	4	5	37
71	2	2	2	4	4	2	2	2	4	4	2	30
72	2	2	4	2	3	2	5	4	4	4	3	35
73	4	3	3	4	2	2	5	3	4	2	3	35
74	3	2	5	5	5	3	2	2	4	5	3	39
75	3	4	4	4	4	4	4	3	5	2	5	42
76	4	3	4	4	4	3	4	5	5	2	5	43
77	5	2	4	5	5	4	5	5	2	5	2	44
78	4	4	2	5	2	3	2	3	2	3	4	34
79	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	42
80	2	2	2	4	4	2	2	3	2	5	2	30
81	4	5	3	4	2	2	3	3	3	4	3	36
82	3	3	4	2	4	3	5	4	3	5	3	39
83	5	5	2	5	3	5	2	2	2	2	2	35
84	5	4	5	5	4	5	5	5	4	2	2	46
85	5	4	4	2	2	4	4	3	2	3	4	37
86	2	2	2	5	3	3	4	5	5	3	3	37
87	3	3	3	5	5	3	3	4	2	5	3	39
88	2	4	3	2	4	2	2	3	5	4	5	36
89	5	5	2	3	5	4	5	2	5	3	3	42
90	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	2	44
91	4	4	3	2	4	2	3	2	5	3	4	36
92	3	2	2	4	3	5	2	3	3	2	3	32
93	5	2	5	5	3	2	4	2	4	2	5	39

94	2	3	3	5	3	2	5	4	4	4	2	37
95	3	3	3	2	4	3	2	3	4	5	5	37
96	3	4	5	5	5	2	2	4	3	5	2	40
97	3	4	4	2	2	4	2	4	3	5	4	37
98	5	3	3	4	4	2	3	2	5	2	5	38
99	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	49
100	4	4	4	5	2	3	5	3	4	2	5	41
101	3	5	3	4	4	4	3	5	2	3	2	38
102	5	3	3	5	4	2	3	2	5	4	4	40
103	3	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	48
104	5	5	4	3	3	2	4	5	2	4	5	42
105	2	4	3	4	2	3	3	3	4	5	3	36
106	4	3	2	2	2	5	4	5	4	3	4	38
107	3	4	3	4	4	3	5	3	2	4	5	40
108	2	2	3	3	3	3	4	5	2	2	4	33
109	2	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	44
110	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	2	49
111	2	4	2	5	3	2	2	5	3	4	2	34
112	4	4	3	5	2	4	4	5	5	2	2	40
113	2	4	3	5	2	5	3	4	3	3	4	38
114	3	2	2	3	2	2	2	4	3	3	2	28
115	5	3	4	4	5	3	4	3	4	4	3	42
116	5	4	5	2	3	2	5	4	4	3	5	42
117	3	5	2	4	4	2	5	4	2	4	5	40

118	3	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	49
119	2	2	2	2	3	2	2	3	2	4	3	27
120	2	5	3	4	2	4	3	3	5	3	4	38
121	4	2	3	3	2	3	2	3	2	5	5	34
122	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	52
123	5	5	4	2	3	5	5	4	5	5	3	46
124	5	5	4	5	3	5	5	2	3	4	2	43
125	5	5	5	2	5	5	5	4	5	5	3	49
126	4	3	2	3	2	2	2	3	3	2	5	31
127	2	4	4	4	2	4	4	2	2	3	2	33
128	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	51
129	3	2	2	3	4	2	2	4	2	4	2	30
130	3	4	2	4	3	3	4	5	2	5	5	40
131	5	4	4	3	2	5	2	4	5	4	5	43
132	2	3	3	5	4	3	3	2	2	4	4	35
133	2	3	3	3	5	3	3	5	3	4	4	38
134	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	3	28
135	2	5	4	4	5	5	4	5	4	2	2	42
136	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3	2	36
137	3	3	2	2	3	3	3	4	2	2	3	30
138	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	5	44
139	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	33
140	4	4	4	4	2	4	4	5	4	3	5	43
141	3	3	3	4	3	3	3	5	3	2	3	35

142	4	3	3	3	5	3	3	5	4	5	3	41
143	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	52
144	5	5	5	2	4	5	5	4	5	5	5	50
145	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	5	34
146	2	2	2	4	3	3	2	3	2	5	3	31
147	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	52
148	4	4	4	5	2	4	4	5	4	5	3	44
149	3	3	3	2	4	4	3	2	3	5	5	37
150	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	2	44
151	4	4	5	2	5	4	2	3	4	5	5	43
152	3	3	3	3	5	3	5	5	3	3	3	39
153	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	37
154	4	3	4	4	5	4	2	2	4	2	4	38
155	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	52
156	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	31
157	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	35
158	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	36
159	2	2	2	2	3	2	3	4	2	3	2	27
160	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	51
161	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	5	50
162	2	2	2	2	2	2	5	3	2	5	2	29
163	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	51
164	2	2	2	2	5	2	4	3	2	2	2	28
165	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	24

166	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	38
167	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	25
168	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	23
169	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	48
170	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4	3	31
171	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	39
172	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	48
173	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
174	5	4	5	5	4	5	5	5	5	2	5	50
175	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	4	41
176	5	4	4	4	5	4	5	2	4	2	4	43
177	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	42
178	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	34
179	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	41
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
181	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	23
182	3	3	2	2	4	3	2	5	2	3	3	32
183	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	36
184	3	3	3	3	5	4	4	4	3	4	4	40
185	4	4	5	4	3	5	3	5	4	4	4	45
186	2	2	2	2	3	2	2	5	2	2	2	26
187	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	44
188	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	25
189	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	49

190	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	43
191	3	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	36
192	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	35
193	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	53
194	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54
195	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	42
196	2	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	25
197	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	24
198	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	25
199	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	25
200	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	31
201	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	33
202	5	4	5	5	3	5	5	3	5	5	5	50
203	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	53
204	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	29
205	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	4	41
206	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	52
207	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
208	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	53
209	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	40
210	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	26
211	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	51
212	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	23
213	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	53

[illegible]

238	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	33
239	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
240	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	52
241	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	27
242	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	31
243	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
244	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54
245	2	3	5	2	2	2	2	4	2	3	2	29
246	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
347	5	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	49
248	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	46
249	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	40
250	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
251	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	37
252	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	44
253	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
254	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4	38
255	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	53
256	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	49
257	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	43
258	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	26
259	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54
260	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	33
261	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5	49

262	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
263	3	3	5	3	3	3	3	2	3	3	3	34
264	4	5	2	4	4	5	5	2	5	5	5	46
265	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
266	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
267	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	39
268	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
269	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	27
270	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54
271	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
272	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	41

No	Cita Rasa								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	3	2	5	3	4	5	3	28
2	4	4	4	5	5	4	3	3	32
3	2	5	5	2	2	2	2	3	23
4	3	3	3	4	3	4	4	4	28
5	3	3	4	4	3	5	4	4	30
6	5	5	5	5	5	4	5	5	39
7	5	3	4	3	3	2	3	4	27
8	4	4	2	2	2	3	2	2	21
9	5	3	4	4	4	2	2	3	27
10	2	2	3	2	3	3	3	3	21

11	3	2	3	3	5	4	4	3	27
12	5	4	3	4	3	4	4	3	30
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	3	4	2	2	3	5	4	4	27
15	5	3	4	4	4	5	3	4	32
16	2	5	2	3	4	5	3	2	26
17	5	5	5	5	5	4	2	5	36
18	4	4	5	5	3	3	4	4	32
19	2	4	5	5	4	5	4	5	34
20	4	5	5	5	4	5	5	5	38
21	5	2	5	4	3	4	2	5	30
22	4	3	5	3	5	4	5	3	32
23	2	3	2	5	4	3	4	5	28
24	4	2	4	3	3	2	2	2	22
25	4	5	2	3	4	4	5	2	29
26	2	5	3	3	4	5	5	5	32
27	2	3	4	5	3	3	5	4	29
28	3	4	2	5	2	3	5	3	27
29	4	5	5	5	3	5	4	3	34
30	4	3	4	3	4	2	2	2	24
31	4	5	3	3	5	5	5	4	34
32	3	5	5	3	2	4	5	5	32
33	5	5	3	4	5	5	3	5	35
34	2	2	2	2	4	2	3	3	20

35	2	3	4	3	3	2	3	5	25
36	5	5	5	2	5	5	2	4	33
37	2	5	3	5	3	3	3	3	27
38	3	4	3	3	4	3	2	2	24
39	5	5	3	4	4	5	2	4	32
40	2	3	3	5	3	3	5	5	29
41	5	3	2	4	2	3	4	2	25
42	4	5	3	4	2	3	3	3	27
43	2	2	4	4	4	2	2	3	23
44	2	4	4	5	3	3	5	2	28
45	2	2	5	2	2	2	5	2	22
46	4	5	4	3	5	5	2	5	33
47	3	2	4	2	5	3	5	2	26
48	3	2	5	5	2	3	4	3	27
49	4	2	4	4	2	4	5	4	29
50	2	5	2	2	2	2	2	3	20
51	3	5	4	3	3	4	4	5	31
52	4	3	3	3	5	3	4	4	29
53	2	2	5	4	4	4	2	5	28
54	3	4	3	3	4	2	2	3	24
55	4	5	5	2	5	4	2	3	30
56	3	4	2	2	3	2	3	5	24
57	2	5	3	2	4	3	2	4	25
58	4	3	4	3	2	2	2	3	23

59	3	4	4	4	5	3	3	5	31
60	5	3	2	4	2	3	3	5	27
61	4	3	5	5	3	3	4	2	29
62	4	5	4	4	5	5	5	3	35
63	5	5	2	2	4	2	4	5	29
64	2	3	5	5	3	5	3	2	28
65	3	4	5	4	3	2	5	4	30
66	3	2	5	4	3	4	2	5	28
67	2	2	2	2	4	4	2	4	22
68	3	5	2	5	5	5	5	3	33
69	2	2	4	3	4	3	4	4	26
70	3	5	2	3	3	4	2	4	26
71	4	5	3	5	4	2	3	2	28
72	2	3	5	5	5	4	5	5	34
73	2	2	3	3	4	4	4	4	26
74	5	3	5	4	5	5	5	3	35
75	5	4	4	4	2	2	3	5	29
76	4	4	4	4	2	3	2	4	27
77	5	4	5	2	3	5	3	4	31
78	4	4	5	3	3	5	2	4	30
79	5	2	2	2	5	4	5	2	27
80	3	2	3	3	5	3	3	5	27
81	3	5	3	2	3	4	2	4	26
82	5	2	2	2	4	4	5	2	26

83	3	2	5	5	5	2	3	2	27
84	2	4	4	3	3	2	5	2	25
85	2	2	5	3	4	2	5	5	28
86	4	4	5	5	4	2	3	4	31
87	5	3	4	3	3	4	5	3	30
88	5	4	4	4	4	4	2	3	30
89	5	3	5	3	4	4	5	4	33
90	4	3	4	3	4	3	3	2	26
91	3	5	3	2	5	4	4	5	31
92	2	5	2	3	3	2	3	3	23
93	4	2	2	5	2	3	2	3	23
94	5	5	2	4	4	3	2	5	30
95	3	4	4	3	4	2	5	2	27
96	5	4	2	3	4	4	4	3	29
97	5	2	4	5	4	3	2	2	27
98	5	5	5	2	5	2	5	2	31
99	2	4	2	3	4	5	2	4	26
100	3	2	3	4	3	5	5	5	30
101	4	3	4	2	3	3	2	3	24
102	2	3	4	2	3	5	2	2	23
103	5	5	4	5	5	5	5	2	36
104	3	3	5	3	4	5	2	3	28
105	3	3	4	3	2	2	4	4	25
106	2	4	3	3	2	5	3	4	26

107	2	5	3	4	2	5	5	2	28
108	4	5	3	5	5	2	4	2	30
109	4	5	2	2	5	5	3	5	31
110	3	2	3	3	2	3	5	5	26
111	3	3	2	4	4	5	3	3	27
112	2	3	3	2	2	2	4	3	21
113	3	3	3	4	5	5	5	5	33
114	5	4	2	2	2	3	4	4	26
115	3	3	3	2	4	4	3	5	27
116	2	2	5	2	5	4	2	5	27
117	5	2	4	2	2	5	3	4	27
118	5	2	3	3	3	4	2	3	25
119	2	4	5	5	4	2	4	4	30
120	3	3	5	5	3	4	5	3	31
121	5	2	5	3	5	3	3	2	28
122	3	5	5	2	2	4	2	3	26
123	3	3	3	2	2	3	3	5	24
124	4	5	2	4	4	5	4	4	32
125	3	4	3	3	2	5	5	3	28
126	3	3	2	5	5	5	4	2	29
127	4	5	3	5	5	5	4	3	34
128	5	5	5	5	3	5	5	4	37
129	5	2	2	4	2	2	5	4	26
130	4	2	4	4	4	3	4	5	30

131	3	3	3	4	5	5	5	3	31
132	2	2	3	5	4	5	2	4	27
133	4	4	2	2	4	4	3	2	25
134	2	5	4	2	4	2	4	3	26
135	4	2	5	3	5	2	2	5	28
136	2	2	3	3	5	3	5	4	27
137	4	4	4	4	2	5	5	4	32
138	4	3	3	4	5	5	5	5	34
139	4	4	5	4	5	2	2	3	29
140	5	4	2	4	2	5	5	4	31
141	2	2	2	2	5	2	4	4	23
142	2	3	3	3	4	2	5	4	26
143	4	3	3	4	4	2	5	4	29
144	3	2	2	3	5	3	3	3	24
145	5	3	4	4	2	3	5	4	30
146	3	3	3	3	2	2	5	2	23
147	4	2	3	4	4	5	4	3	29
148	4	5	4	5	2	4	5	5	34
149	2	4	2	3	2	3	5	3	24
150	4	5	5	5	2	5	5	5	36
151	4	5	3	4	5	5	4	4	34
152	4	3	4	5	4	5	5	5	35
153	3	5	5	5	5	5	5	5	38
154	5	3	2	5	5	5	5	5	35

155	5	3	2	4	5	4	4	4	31
156	4	3	2	3	3	3	3	2	23
157	4	2	4	4	4	4	2	4	28
158	2	4	4	3	3	3	2	2	23
159	5	3	4	4	4	4	4	4	32
160	5	3	4	3	3	4	5	3	30
161	3	5	2	4	4	4	2	5	29
162	2	5	3	3	3	3	4	4	27
163	3	3	5	2	3	2	2	2	22
164	4	4	3	5	4	5	5	5	35
165	5	4	5	5	5	5	4	5	38
166	2	3	4	3	4	2	2	2	22
167	2	3	3	4	5	4	5	4	30
168	2	2	3	2	3	2	4	2	20
169	2	5	5	3	2	3	2	2	24
170	4	4	4	3	4	3	2	3	27
171	3	2	3	3	5	3	3	3	25
172	3	4	2	3	4	4	3	3	26
173	2	2	3	3	3	3	2	3	21
174	5	3	2	2	2	2	3	2	21
175	4	2	2	3	4	3	5	3	26
176	5	5	3	5	5	5	3	5	36
177	2	3	4	2	3	2	4	2	22
178	3	4	2	2	3	3	4	2	23

[illegible]

[illegible]

227	5	5	5	5	5	5	5	5	40
228	2	2	3	2	3	2	2	3	19
229	2	2	3	2	2	2	4	3	20
230	4	2	2	2	4	2	3	2	21
231	3	4	4	4	4	5	4	4	32
232	2	2	3	2	4	3	3	4	23
233	5	5	4	5	4	5	5	4	37
234	5	4	4	5	3	5	4	4	34
235	2	3	3	3	3	3	3	4	24
236	5	4	4	4	4	5	4	4	34
237	3	5	5	5	4	5	5	5	37
238	3	2	3	3	2	3	3	3	22
239	4	2	3	3	2	3	3	3	23
240	4	4	5	5	4	5	5	4	36
241	5	2	3	2	2	2	2	2	20
242	3	2	2	3	2	2	3	2	19
243	5	2	5	5	5	5	5	5	37
244	5	4	5	4	4	5	4	5	36
245	3	3	2	2	2	2	2	2	18
246	5	3	4	4	3	4	4	4	31
347	3	4	4	4	4	5	4	4	32
248	2	4	4	4	5	4	4	4	31
249	5	2	4	3	3	3	3	4	27
250	2	5	2	2	2	2	5	2	22

251	4	5	3	2	2	4	3	3	26
252	3	2	3	4	3	4	4	4	27
253	5	4	4	3	3	4	5	4	32
254	4	5	3	3	3	4	2	3	27
255	3	2	5	5	4	4	3	4	30
256	3	3	4	4	3	4	3	4	28
257	4	4	4	3	2	4	2	4	27
258	3	2	2	2	4	2	3	2	20
259	4	3	5	5	3	5	4	5	34
260	4	4	3	2	2	3	4	4	26
261	2	4	4	4	4	4	3	4	29
262	2	3	5	5	5	5	5	5	35
263	2	3	2	2	2	2	4	2	19
264	4	2	3	4	3	3	3	3	25
265	5	5	5	5	5	5	5	5	40
266	3	2	2	2	3	2	2	2	18
267	4	4	4	4	4	5	4	4	33
268	5	5	5	5	5	5	5	5	40
269	3	2	3	2	2	3	3	3	21
270	4	5	5	5	4	5	5	5	38
271	3	5	5	5	4	5	5	5	37
272	3	3	4	4	3	4	3	4	28

No	Kepuasan Konsumen									Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
1	3	4	3	4	5	4	5	3	3	34
2	5	5	5	3	5	5	2	4	5	39
3	3	3	4	3	4	5	2	3	5	32
4	2	5	2	4	4	3	5	4	3	32
5	4	4	4	5	3	4	2	4	4	34
6	2	2	4	2	2	5	3	2	3	25
7	4	4	4	5	4	5	2	2	4	34
8	3	2	2	4	2	2	2	3	2	22
9	3	2	5	4	5	4	4	5	4	36
10	4	2	2	3	5	5	2	2	3	28
11	5	4	3	2	3	4	4	2	2	29
12	4	3	2	4	4	5	2	3	4	31
13	2	3	2	4	4	4	2	3	2	26
14	2	3	4	5	3	5	5	4	5	36
15	3	3	2	3	2	4	5	3	5	30
16	2	2	2	5	4	4	5	4	4	32
17	4	3	3	5	3	4	4	5	5	36
18	4	5	5	3	5	2	4	3	2	33
19	3	4	3	4	3	2	3	4	2	28
20	2	4	2	5	5	4	5	2	3	32
21	5	3	5	5	5	4	4	5	3	39

22	4	3	2	3	3	3	5	2	4	29
23	2	2	2	2	2	5	2	2	4	23
24	2	5	5	3	5	5	5	5	2	37
25	4	2	4	3	4	2	3	2	2	26
26	5	3	3	2	2	4	2	4	5	30
27	3	5	4	5	5	4	3	4	2	35
28	4	4	5	3	4	3	5	3	3	34
29	5	5	5	3	4	2	5	4	3	36
30	3	4	3	3	5	5	4	2	5	34
31	2	4	4	2	3	5	4	2	5	31
32	5	2	2	4	5	4	3	3	4	32
33	5	2	5	5	4	2	5	4	2	34
34	4	5	2	3	3	3	3	5	3	31
35	2	3	5	5	2	3	4	5	2	31
36	2	4	5	3	2	2	3	4	2	27
37	2	5	4	5	2	3	5	4	2	32
38	4	3	4	2	3	2	4	4	4	30
39	2	4	3	2	5	3	3	4	3	29
40	4	4	5	3	4	3	3	3	3	32
41	2	4	2	3	5	2	3	5	2	28
42	4	3	5	5	5	5	3	2	4	36
43	4	3	2	2	5	3	4	2	2	27
44	4	2	3	3	5	2	3	2	2	26
45	4	4	2	3	5	4	4	3	5	34

46	2	5	2	5	2	4	5	2	3	30
47	5	2	2	4	3	3	2	2	5	28
48	5	2	3	4	5	4	4	2	3	32
49	2	4	5	2	4	5	4	5	2	33
50	4	3	4	3	3	5	5	5	2	34
51	4	4	4	2	4	2	3	4	5	32
52	3	3	5	5	2	3	2	4	4	31
53	4	5	2	3	5	5	5	2	3	34
54	5	5	4	2	3	5	5	2	4	35
55	4	5	4	2	3	5	5	4	2	34
56	4	2	2	4	5	3	4	3	4	31
57	3	3	3	4	2	4	4	5	4	32
58	4	2	2	4	5	2	3	2	5	29
59	5	3	5	4	5	3	4	5	3	37
60	4	4	5	4	3	4	3	3	2	32
61	3	3	4	5	3	3	3	5	5	34
62	5	2	4	3	3	5	5	5	5	37
63	5	3	4	2	4	4	3	4	5	34
64	3	2	3	4	5	5	4	4	5	35
65	2	4	4	4	4	3	5	2	2	30
66	4	5	2	2	4	2	4	4	2	29
67	2	3	3	2	2	4	2	3	4	25
68	4	3	5	2	4	3	2	5	4	32
69	3	5	4	5	3	5	4	4	2	35

70	3	3	2	5	3	3	3	4	5	31
71	2	3	4	2	3	2	2	2	5	25
72	2	3	5	3	2	2	5	5	2	29
73	4	5	5	2	2	2	3	3	3	29
74	2	4	5	4	4	3	2	5	2	31
75	4	4	4	4	4	4	5	2	4	35
76	5	5	2	2	5	5	3	4	5	36
77	5	5	5	4	2	4	5	2	4	36
78	2	5	3	2	4	3	2	2	5	28
79	2	5	4	5	2	5	4	4	4	35
80	4	2	2	2	3	4	2	2	4	25
81	3	4	5	2	2	2	4	3	5	30
82	4	4	4	3	2	3	4	4	3	31
83	2	4	3	2	5	4	2	5	2	29
84	5	5	5	2	4	3	5	4	5	38
85	2	5	4	2	5	2	4	4	3	31
86	2	5	3	2	4	4	3	5	3	31
87	4	5	5	2	3	5	3	3	4	34
88	2	4	5	4	5	2	3	2	3	30
89	5	3	3	3	5	4	4	3	5	35
90	2	4	5	3	4	3	5	5	5	36
91	4	4	4	3	3	4	2	2	4	30
92	2	4	4	3	2	5	3	2	2	27
93	4	4	5	3	2	5	2	3	5	33

94	2	4	4	4	4	3	2	5	3	31
95	4	2	2	4	5	2	4	3	5	31
96	2	4	2	4	3	5	5	5	3	33
97	2	3	2	4	5	4	3	3	5	31
98	4	3	5	3	3	2	2	5	4	31
99	5	5	3	5	5	4	5	5	2	39
100	4	4	2	4	4	4	4	3	5	34
101	5	3	2	4	5	2	3	5	2	31
102	5	5	2	2	4	5	3	4	3	33
103	5	2	4	5	4	5	5	3	5	38
104	3	5	3	5	3	2	5	5	4	35
105	2	2	3	4	5	4	4	3	3	30
106	5	3	3	3	4	2	3	3	5	31
107	3	4	4	2	3	4	5	4	4	33
108	4	3	2	3	2	3	2	3	5	27
109	5	5	2	3	4	4	5	3	5	36
110	5	4	5	3	4	5	5	4	3	38
111	2	4	2	4	2	2	4	4	4	28
112	5	2	3	4	5	3	3	5	3	33
113	4	4	3	5	4	3	4	3	2	32
114	2	3	3	3	2	2	3	2	4	24
115	2	5	5	2	5	4	3	5	4	35
116	3	5	5	5	5	4	3	3	2	35
117	4	2	5	4	4	3	2	4	5	33

118	3	5	3	5	4	5	4	5	4	38
119	2	2	2	3	3	2	5	2	2	23
120	5	5	2	3	3	3	5	3	2	31
121	3	5	3	3	4	2	2	4	2	28
122	5	5	5	4	5	5	5	4	2	40
123	5	4	5	4	4	5	4	2	4	37
124	4	2	5	5	4	4	4	5	2	35
125	3	5	4	4	4	5	4	5	4	38
126	2	4	2	2	2	2	3	5	4	26
127	2	5	5	2	2	2	5	2	2	27
128	5	5	5	5	2	5	3	5	4	39
129	5	2	2	3	3	2	3	3	2	25
130	3	2	3	5	5	4	5	3	3	33
131	4	4	4	3	5	4	5	3	3	35
132	3	4	3	2	4	2	4	3	5	30
133	2	3	3	2	2	2	2	5	3	24
134	2	5	2	3	3	2	2	2	5	26
135	4	2	3	4	4	4	4	4	3	32
136	3	5	3	3	3	3	4	2	5	31
137	4	2	4	4	4	5	3	4	5	35
138	4	2	5	4	4	4	5	4	3	35
139	2	3	2	2	2	2	4	4	3	24
140	3	4	5	3	3	2	2	4	4	30
141	5	3	4	5	5	5	3	4	4	38

142	3	4	2	3	3	3	3	3	3	27
143	4	4	2	4	3	3	5	2	4	31
144	2	2	5	2	2	2	2	2	4	23
145	4	5	2	4	4	3	4	3	4	33
146	5	5	4	5	5	5	5	4	4	42
147	3	5	2	3	3	3	4	4	2	29
148	4	2	3	4	4	4	3	5	5	34
149	3	3	4	3	3	3	3	2	3	27
150	5	2	5	4	5	4	5	5	3	38
151	4	5	4	3	3	2	3	3	3	30
152	4	3	3	4	4	3	5	5	4	35
153	4	5	3	5	5	5	4	4	4	39
154	3	3	5	3	3	3	2	3	5	30
155	3	5	4	3	3	3	2	4	2	29
156	2	2	3	2	2	2	3	4	2	22
157	3	2	4	3	3	2	4	5	2	28
158	2	3	4	2	2	2	2	2	3	22
159	3	2	4	3	3	3	4	4	3	29
160	3	2	3	3	3	3	3	5	3	28
161	2	4	2	2	2	2	2	5	3	24
162	2	5	4	2	2	2	2	2	2	23
163	5	5	3	5	5	4	4	5	5	41
164	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
165	4	4	4	5	2	5	4	4	4	36

[illegible]

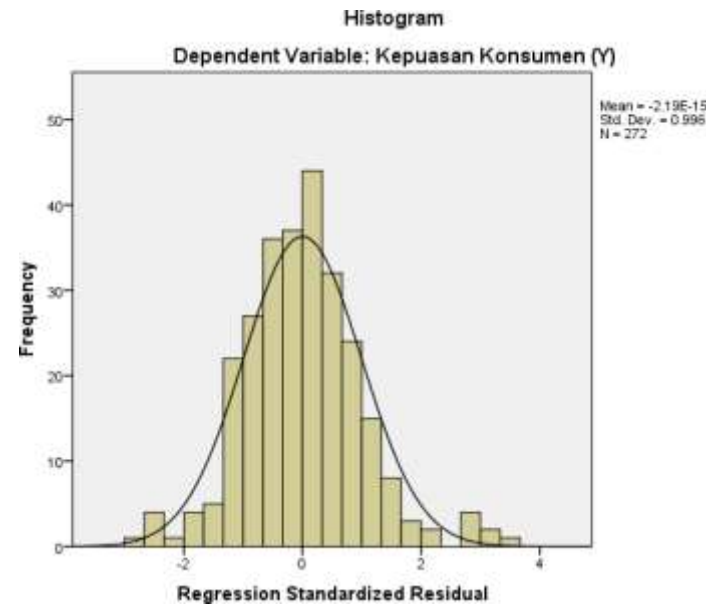
[illegible]

[illegible]

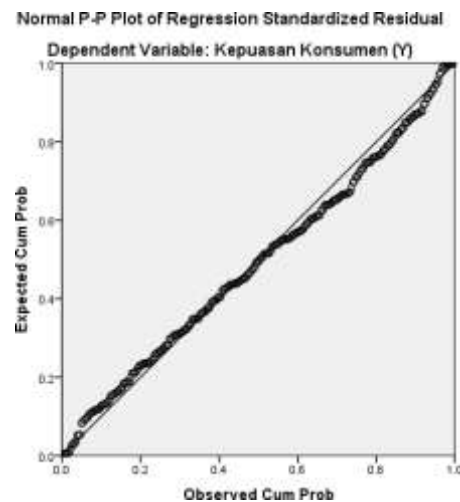
[illegible]

262	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
263	2	2	3	2	3	2	3	3	3	23
264	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
265	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
266	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
267	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
268	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
269	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
270	5	4	5	4	4	4	5	5	4	40
271	5	5	5	4	5	4	4	5	4	41
272	3	3	4	3	3	2	3	3	3	27

Lampiran 10: Hasil Uji Normalitas



Grafik Histogram



Grafik Normal P-Plot of Regression

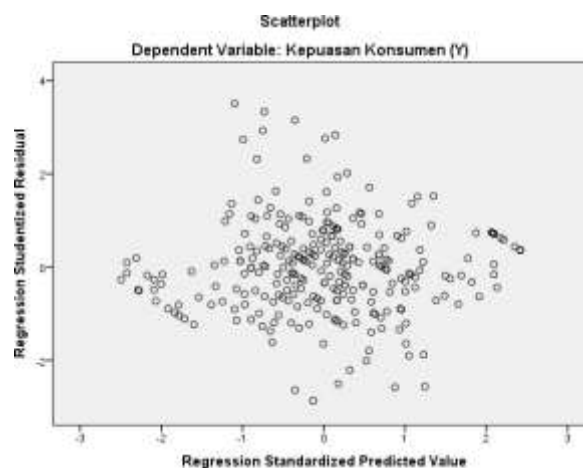
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		272
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.50631303
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		1.036
Asymp. Sig. (2-tailed)		.233

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 11: Hasil Uji Heteroskedastisitas



Grafik Scatterplot

Lampiran 12: Hasil Uji Analisis Regresi Linier

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.345	.181		1.905	.058
1 Lokasi (X1)	.415	.045	.423	9.182	.000
Cita Rasa (X2)	.480	.050	.443	9.617	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	80.979	2	40.490	156.779	.000 ^b
Residual	69.472	269	.258		
Total	150.451	271			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Cita Rasa (X2), Lokasi (X1)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.538	.535	.50819

a. Predictors: (Constant), Cita Rasa (X2), Lokasi (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI **EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 29 Oktober 2021

Nomor : 2041/STIE-EP-X/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan Gerai Lontong Mamak

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Filbert
NIM	: 181010131
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (SI)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Lokasi dan Citarasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Foodcourt Sophie's Square Cemara Asri Medan

Untuk mengadakan peninjauan Gerai Lontong Mamak yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,

Ketua STIE Eka Prasetya


Dr. Sri Rezeki S.E., M.Si

LONTONG MAMAK

Foodcourt Sophie's Square
Jalan Boulevard Raya Cemara Asri
No. Telp: 0852 7574 6222

SURAT PERNYATAAN

Sehubungan dengan surat dari STIE Eka Prasetya, Nomor 2401/R/STIE-EP/X/2021 perihal melakukan observasi tertanggal 29 Oktober 2021, maka saya selaku pengelola gerai “Lontong Mamak” menerangkan bahwa:

Nama: Filbert

NIM: 181010131

Program Studi: Manajemen

Jenjang Studi: S1

Telah kami beri izin melakukan observasi untuk melengkapi data dalam rangka menyusun skripsi berjudul: **“Pengaruh Lokasi dan Citarasa Terhadap Kepuasan Konsumen di Foodcourt Sophie’s Square Cemara Asri”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan seperlunya.

Medan, 15 Januari 2022



Thomas



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : FILBERT
NIM : 181010131
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Jumat 6 Maret 2020	Suryan JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap keputusan pembelian Laptop Acer pada PT. Pringnya Multi Technology	16100027	
	Jumat 6 Maret 2020	Ajman JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Low Budget Marketing terhadap Keputusan Pembelian Motor Xpander Pada PT. Sandana Berlian Motor Gunung Putri Hijau	16100118	
	Jumat 6 Maret 2020	Stevan JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Intensitas Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian PT. Capella Dinamik Nusantara	161010007	
	Kamis 20 Januari 2022	Mariah Tanli JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kantor Pajak Medan Timur	183010002	
	Kamis 20 Januari 2022	Janes Anderson JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Pendapatan Asli Daerah dan Dana Perimbangan terhadap Belanja Daerah pada Pemerintah Kota Medan.	183010009	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ...20....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

FOTO 3x4	Nama Mahasiswa		: FILBERT	
	NIM		: 181010131	
	Konsentrasi		: MANAJEMEN	Kelas : 18-5/K A
	Nomor HP. No. WA		: 0895365712802	Email :
	Alamat Tinggal		:	
	Dosen Pembimbing Akademis		:	TTD :
Ka. Prodi	Dosen Pembimbing I		Dosen Pembimbing II	Mahasiswa
	Indina Gustina SE, M.M.			
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan		Paraf Dosen Pembimbing I II
1				
2	19/11-21	- Penulisan sesuai format Pedoman Skripsi		
3				
4		- Jelaskan detail 1/4 Latar Belakang		
5		bab 1 1/4 isi pengantarnya		
6		- Jelaskan detail masing 2 Variabel		
7		X1, X2 & Y		
8	10/11 2021	- Perbaiki penulisan bab 1		
9	6/12 2021	- Tata cara masih berantakan semua mulai dari bab 1-3		
10				
11	10/1 2022	- Perbaiki penulisan kata dan kalimat yang masih berantakan		
12	19/1 2022	- penulisan masih belum tepat baik itu SPASI, fabel, penggunaan bahasa asing, dll masih berantakan		
13				
14	17/1 2022	- Penulisan belum rapi, masih 45 berantakan		
15	18/1 2022	- penulisan masih belum sesuai dgn ketentuan		
16	21/1 2022	- penulisan masih berantakan		
17	24/1 2022	- perbaiki penulisan dan juga defter pttak		
18	25/1-2022	- Latarbelakang & Identifikasi Masalah & revisi, Bab. 2 cari max 5 pernah		
19		1/4 setiap variabel, penelitian terdahulu & populasi		
20				
21				
22	7/2 2022	- Acc Lembar Proposy		
23	14/2 2022	Perbaiki populasi dan kuesioner		
24	19/2 2022	Acc Perbaikan Proposy, lanjut penulisan bab 4 dan 5		
25	17/5 2022	- Perbaiki penulisan, fabel, dan juga jarak setiap kata		

No.	TANGGAL	URAIAN SINGKAT BIMBINGAN	PARAF DOSEN PEMBIMBING	
			I	II
	19/5 2022	Perbaikan Daftar pustaka		<i>[Signature]</i>
	23/5 2022	Revisi Lanjut ke Pambung 1		<i>[Signature]</i>
	27/5-2022	One call sidang Meja hijau	<i>[Signature]</i>	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Filbert
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 30 November 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. Pelita Gg. Jeruk I-57 Pulo Brayan
Alamat Email : filbertstat@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Lajang
Nomor Telepon : 0985365712802

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2007 s/d tahun 2012 : SD W.R Supratman I Medan
2. Tahun 2012 s/d tahun 2015 : SMP W.R Supratman I Medan
3. Tahun 2015 s/d tahun 2018 : SMA W.R Supratman I Medan
4. Tahun 2018 s/d tahun 2022 : STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

1. Tahun 2020 s/d Sekarang : CV. Era Sejahtera Deli
2. Tahun 2019 s/d Sekarang : Neosphere Digdaya Mulia

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Fendy Limbung
Pekerjaan : Wiraswasta
Nomor Telepon : 08126572981
Alamat : Jl. Pelita Gg. Jeruk I-57 Pulo Brayan

Nama Ibu : Mutiara
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Nomor Telepon : 085360471871
Alamat : Jl. Pelita Gg. Jeruk I-57 Pulo Brayan

Demikian daftar riwayat hidup saya buat dengan sebenar-benarnya

Medan, 20 Mei 2022



Filbert

