

Pengaruh *Food Quality*, *Service Quality*, dan *Customer Satisfaction* terhadap Keputusan Pembelian di Restaurant Mi Gacoan Mojokerto

Ayu Viana Rezeki Ananta*, Misti Hariasih

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari Kualitas Food quality, Service quality Customer satisfaction Terhadap Keputusan Pembelian Di Restaurant Mie Gacoan. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Total sampel yang diambil pada penelitian ini sebesar 100 responden dari pelanggan restaurant Mie Gacoan Mojokerto. Teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji linieritas, uji auto korelasi, analisis regresi linier berganda, uji T, koefisien korelasi berganda (R) dan koefisien determinasi (R²). Dengan alat bantu SPSS 22 (Statistical Package for the Social Sciences). Hasil penelitian ini, membuktikan bahwa food quality berpengaruh terhadap keputusan pembelian, service quality berpengaruh terhadap keputusan pembelian, customer satisfaction berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan Food quality, Service quality Customer satisfaction berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di restaurant Mie Gacoan.

Keywords: food quality, service quality, customer satisfaction, keputusan pembelian

DOI:

<https://doi.org/10.47134/innovative.v2i2.28>

*Correspondence: Ayu Viana Rezeki Ananta

Email: 07anantaayu@gmail.com

Received: 05-04-2023

Accepted: 17-05-2023

Published: 25-06-2023



Copyright: © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to examine the effect of Food quality, Service quality, Customer satisfaction on Purchase Decisions at Mie Gacoan Restaurant. In this study using quantitative methods. The total sample taken in this study was 100 respondents from Mie Gacoan Mojokerto restaurant customers. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis in this study includes validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, linearity test, auto correlation test, multiple linear regression analysis, T test, multiple correlation coefficient (R) and coefficient of determination (R²). With the SPSS 22 (Statistical Package for the Social Sciences) tool. The results of this study prove that food quality affects purchasing decisions, service quality affects purchasing decisions, customer satisfaction affects purchasing decisions and food quality, service quality customer satisfaction simultaneously influences purchasing decisions at Mie Gacoan restaurants.

Keywords: food quality, service quality, customer satisfaction, purchase decision

Pendahuluan

Bisnis di bidang kuliner merupakan hal yang relatif menjanjikan dalam sebuah usaha, apalagi dengan menu makan “MIE” yang hampir semua orang di Indonesia dari semua kalangan usia yang menyukainya instan atau sepat saji. Dengan membangun bisnis kuliner dengan menu “MIE” yang mempunyai pangsa pasar yang luas bahkan mi dari Indonesia dengan berbagai rasa sudah terkenal di dalam maupun di luar negeri, dengan rasa khas nusantara yang juga tidak luput dengan makanan pedas. Hal ini akan menunjukkan bahwa mie pedas akan sangat disukai oleh kalangan masyarakat. “Mie Gacoan” adalah sebuah merek dagang mi pedas no 1 di Indonesia, dengan anak perusahaan PT. PESTA PORA KEKAL, yang berdiri sejak awal tahun 2016. “Mie Gacoan” telah tumbuh sebagai market leader utamanya di Provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Bali serta pada jalur ekspansi sebagai merk no.1 secara nasional. Dengan mengusung konsep bersantap modern menggunakan harga yang sangat terjangkau, kehadiran “Mie Gacoan” hadir untuk melayani puluhan ribu pelanggan setiap bulannya. Dengan visi sebagai brand restaurant terbaik dan terbesar di Indonesia dan misi 1.menyediakan produk-produk terbaik dan relevan buat customer. 2. Menyediakan bersantap sekaligus ruang berkumpul yang nyaman bagi keluarga dan kerabat. 3. Memberikan kepuasan pelanggan yang sangat bagus menggunakan harga yang terjangkau. Konsep yang ditawarkan pada Mie Gacoan ini bernuansa kekinian dan tidak kalah menarik dengan mi lainnya, Mie Gacoan ini berbeda dengan yang orang ketahui tentang mi pedas sebelumnya, dikarenakan pada Mie Gacoan konsumen dapat memilih level kepedasan yang di ingin kan dengan menu-menu yang menarik seperti mi pedas, mi angel, dan mi pedas manis. Kualitas adalah salah satu hal yang amat penting, banyaknya pesaing sejenis merupakan suatu tantangan bagi restaurant Mie Gacoan untuk terus bertahan dan meningkatkan kualitas produknya supaya produk yang ditawarkan berbeda dari pesaing (Agustina, 2020). Apalagi saat ini banyak sekali pesaing dengan menawarkan berbagai macam mie pedas yang rasa yang ditawarkan pesaing sendiri juga tidak kalah enakanya dengan Mie Gacoan. Hal ini bisa memicu tingkat penjualan tidak stabil. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk tetap mengutamakan kualitas produk yang dijual untuk tetap bisa memuaskan pelanggannya (Asha, 2023; Bhowmick, 2023; Ekasari, 2019; Febryanto, 2018; Hallencreutz, 2021; Lim, 2022; Poornachandrika, 2020; Soegoto, 2018; Venkatasudhahar, 2023).

Metode

A. Definisi Operasional

1. Kualitas Produk merupakan peranan penting dalam mencapai kepuasan konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makananya baik dan sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi (Haryanti, 2019).

2. Kualitas layanan adalah adanya pelayanan yang baik maka pelanggan akan memperoleh barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Farida, 2021).
3. Kepuasan pelanggan merupakan suatu kesan mengharapkan hasil produk yang ditawarkan kepada konsumen (Kotler, 2013).
4. Keputusan Pembelian adalah dimana konsumen akan merasa puas dengan produk yang telah dibelinya apabila sesuai dengan harapan (Ernawati, 2019).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi : Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di *resaturant* mie gacoan Mojokerto (Ester, 2016).
2. Sampel : Teknik sampling yang digunakan ialah *nonprobability* sampling dimana teknik atas pengambilan sampel ini tidak memberi kesempatan ataupun peluang sama bagi setiap anggota atau unsur dari populasi yang dipilih menjadi sampel (Farida, 2021). Dengan metode *accidental* sampling yakni teknik atas penentuan sampelnya didasarkan oleh kebetulan, yaitu siapa saja yang secara *accidental* atau kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data dari sampel. (Konsumen yang melakukan pembelian di *restaurant* mie gacoan) (Ghozali, 2018).

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data : Jenis data yang digunakan yakni data kuantitatif. Kuantitatif merupakan data berupa angka yang mana analisisnya menggunakan *software* statistik.
2. Sumber Data : Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebar kuesioner (*google form*) dan menggunakan data sekunder dari buku dan jurnal.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penelitian, data yang akan dikumpulkan maupun digunakan dapat memecahkan permasalahan yang ada sehingga data-data tersebut dapat dipercaya serta akurat. Pada penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner sebagai metode pengumpulan data yang paling tepat guna mengumpulkan data dalam jumlah besar (Alan, 2020; Ivanov, 2018; Lang, 2019; Matas, 2018; Matosas-López, 2019; Park, 2019; Pescaroli, 2020). Teknik pengumpulan data dari hasil kuesioner menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Fenomena ini disebut variabel penelitian yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti (Tahir, 2011).

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan salah satu pengujian data untuk mengetahui apakah data yang digunakan dapat dikatakan valid atau tidak valid. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung validitas menggunakan *Correlation Pearson Moment*. Yaitu dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total, dengan membandingkan nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) dengan 0,30 atau nilai kritis. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan tidak valid apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ (Sugiyono, 2019). Sedangkan untuk mengukur reliabel dapat diukur dengan membandingkan *Alpha Cronbach* atau alpha hitung dengan alpha tabel. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,50$ dan dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,50$ (Imam Ghozali, 2018).

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi *software SPSS.22*. Didalam penelitian ini terdapat pengujian uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas : Uji normalitas secara grafik dapat dilakukan apabila *part residual* menunjukkan sebaran titik-titik yang mendekati garis diagonal.
 - b. Uji Multikolinearitas : Agar dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam regresi adalah sebagai berikut :
 1. Jika angka *tolerance* diatas ($>$) 0,1.
 2. Jika nilai VIF dibawah ($<$) 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas dengan nilai *tolerance* tersebut.
 - c. Uji Heteroskedastisitas : Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat *Scatterplot*. Jika di dalam *Scatterplot* titik-titik menyebar secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
 - d. Uji Linearitas : Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan *Test for linearity* dengan taraf signifikansi sebesar 0,10.
 - e. Uji Autokorelasi : Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*.
2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap

variabel terikat (Sarjono & Julianita, 2011). Menggunakan metode analisis untuk memenuhi hipotesis yang tertuang dengan mengaplikasikan analisis regresi linear berganda, melalui perbandingan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

G. Uji hipotesis

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam pengujian hipotesis. Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan uji t, koefisien korelasi berganda dan uji koefisien determinasi berganda.

1. Uji t

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya hipotesis satu (H_1) diterima serta menolak hipotesis nol (H_0), dan demikian sebaliknya. Selain itu terdapat juga dengan mengaplikasikan uji signifikan. Dengan ketentuan jika nilai signifikan lebih dari α 0,05, maka artinya terdapat alasan untuk hipotesis satu (H_1) diterima dan menolak hipotesis nol (H_0), dan sebaliknya (Sugiyono, 2019).

2. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Digunakan untuk menghitung tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jangkauan nilai R berkisar antara 0 dan 1, dimana semakin mendekati angka 1 berarti semakin kuat hubungan antara variabel bebas secara bersama-sama dan variabel terikat (Imam Ghazali, 2018).

3. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Nilai koefisien determinasi berganda adalah antara nol dan satu (0-1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas (Kotler, 2012).

Hasil dan Pembahasan

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1	X1.1	0,882	0,198	Valid
	X1.2	0,911	0,198	Valid
	X1.3	0,911	0,198	Valid
X2	X2.1	0,758	0,198	Valid
	X2.2	0,789	0,198	Valid
	X2.3	0,854	0,198	Valid
X3	X3.1	0,858	0,198	Valid
	X3.2	0,769	0,198	Valid
	X3.3	0,776	0,198	Valid
	X3.4	0,863	0,198	Valid
Keputusan	Y1.1	0,632	0,198	Valid
	Y2.2	0,621	0,198	Valid
Pembelian	Y3.3	0,671	0,198	Valid
	Y4.4	0,646	0,198	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel diatas, diketahuibahwa semua pernyataan pada indikator variable *Food quality* (X_1), *Service quality* (X_2), *Customer satisfaction* (X_3), dan Keputusan Pembelian (Y) menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan demikian pernyataan kuesioner yang mengukur variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteiti.

2. Uji Reabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Food quality</i> (X_1)	0.970	0.6	Reliabel
<i>Service Quality</i> (X_2)	0.766	0.6	Reliabel
<i>Customer satisfaction</i> (X_3)	0.638	0.6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.0734	0.6	Reliabel

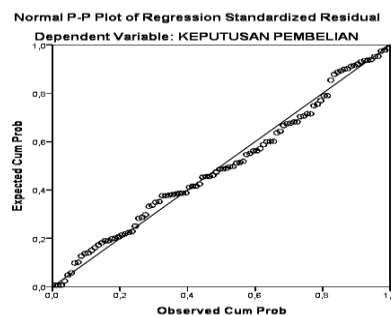
Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Dari keempat variabel tersebut diketahui nilai koefisien reabilitas cronbach alpha variabel *food quality*, *service quality*, *customer satisfaction* dan keputusan pembelian lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa kuisioener yang digunakan reliabel.

B. Uji Analisis Data

1. Uji asumsi klasik

a) Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan gambar 1 diatas, diketahui titik-titik menyebar mendekati garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

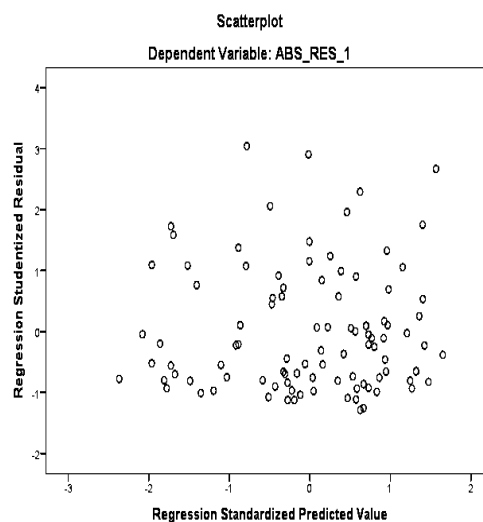
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

<i>Food quality</i>	0,813	1,230
<i>Service quality</i>	0,945	1,058
<i>Customer satisfaction</i>	0,799	1,251

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai VIF lebih kecil dari 10 (<10) dan toleransi lebih besar dari 0,1 (>0,1), maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel penjelas yang satu dengan variabel lainnya tidak saling berkolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Scatterplot

Variabel Dependensi : Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil dari *scatterplot* pada Gambar 2, diketahui bahwa plot residual menyebar tidak beraturan (acak) dan tidak memiliki pola tertentu. Dengan demikian disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d) Uji Linearitas

Tabel 5. Uji Linieritas

No	Variabel	F	Sig
1	Keputusan Pembelian * <i>Food quality</i>	.605	.790
2	Keputusan Pembelian * <i>Service quality</i>	.810	.545
3	Keputusan Pembelian * Customers Satisfaction	.264	.976

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

e) Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji Autokorelasi

<i>Model Summary^b</i>					
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	,500 ^a	,250	,226	2,025	2,238

f) Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Dari tabel 6 diatas dapat dinyatakan bahwa nilai *Durbin–Watson* (DW) 2,238 maka tidak terjadi autokorelasi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>
1 (Constant)	4,857	1,856	
FOOD QUALITY	,159	,065	,238
SERVICE QUALITY	,242	,091	,242
CUSTOMER SATISFACTION	,208	,094	,217

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,988 + 0,211 X_1 + 0,132 X_2 + 0,444 X_3 + e$$

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji T

Tabel 8. Hasil Uji t

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>sig</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	8,777	1,720		,961	,097
Food quality	,265	,095	,206	2,977	,006
Service quality	,346	,113	,163	2,189	,003
Customer satisfaction	,256	,087	,583	7,726	,004

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Dari hasil pengujian Derajat keabsahan $df = (n-k-1) = 96-3-1 = 92$ dan tingkat taraf kepercayaan 5% atau 0.05, maka nilai *t*Tabel adalah sebesar 1.662. Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa uji hipotesis secara individu atau parsial sebagai berikut:

1. Food quality

Nilai *thitung* sebesar 2,804 sedangkan *ttabel* sebesar 1.66177 , maka $thitung > ttabel$ ($2,804 > 1.66177$) dan dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel *food quality*

(X1) H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen *food quality* terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

2. *Service quality*

Nilai thitung sebesar 3,051 sedangkan ttabel sebesar 1.66177, maka $thitung > ttabel$ ($2,702 > 1.66177$) dan dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel *service quality*

(X2) H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen *service quality* terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

3. *Customer satisfaction*

Nilai thitung sebesar 2,951 sedangkan ttabel sebesar 1.66177, maka $thitung > ttabel$ ($2,951 > 1.66177$) dan dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel *Customer satisfaction* (X3) H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh signifikan antara variabel independen *Customer satisfaction* terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

2. Uji Koefisien Korelasi Berganda (R)

Tabel 10. Hasil Korelasi Berganda (R) dan Korelasi Determinasi Berganda (R^2)

Model	Std. Error of the			
	R	R Square	Adjusted R Square	Estimate
1	,500 ^a	,250	,226	2,025

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai tabel R square diperoleh nilai 0,260 atau 26,0%. Sehingga pada nilai tabel R square tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas dan variabel terikat yang memiliki nilai sebesar 26,0% sedangkan sisanya disebabkan oleh variabel lain.

Pembahasan

Hasil dari penelitian yang ada di atas dapat diketahui seberapa besar pengaruh lokasi, kualitas makanan, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS Statistics versi 22.

1. *Food quality* Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini menunjukkan bahwa restaurant mie gacoan memiliki kualitas makanan yang higienis terbukti dengan para pegawai yang selalu memakai masker dan sarung tangan. Restaurant mie gacoan juga selalu menyediakan varian menu yang ditawarkan. Selain itu mie gacoan memiliki cita rasa makanan yang sesuai dengan selera konsumen berdasarkan

pengamatan yang dilakukan membuktikan bahwa mi gacoan selalu ramai pengunjung (Tjiptono, 2009).

Assauri (2015) Kualitas makanan merupakan tingkat kemampuan suatu merk atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan dan sebagai bahan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia.

Hasil peneliti ini juga didukung oleh peneliti sebelumnya Siregar (2019) yang membuktikan hasil bahwa *food quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Susanti (2021).

2. Service quality Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini menunjukkan bahwa kondisi di restaurant mi gacoan selalu bersih. Dan juga pelanggan merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi di mi gacoan. Pegawai di restaurant mi gacoan juga dapat memberikan layanan sesuai kebutuhan konsumen dan pada pelayanan mi gacoan ini tanggap dalam menjelaskan produk kepada konsumen (Tjiptono, 2019).

Assauri (2010) kualitas pelayanan merupakan bentuk pemberian yang diberikan produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, dengan demikian pelayanan mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu barang atau jasa dari pihak perusahaan yang menawarkan produk atau jasa (Wijaya, 2017). Hasil penelitian ini juga didukung oleh penenliti terdahulu yang dilakukan Kumrotin & Susanti (2021) yang membuktikan hasil bahwa *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Siregar (2019) membuktikan hasil bahwa *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Dhozali, 2018). Novia (2020) meembuktikan hasil bahwa *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Wijaya (2017) meembuktikan hasil bahwa *service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Ganesha, 2020).

3. Customer Satsfacion Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.

Hal ini menunjukkan pelanggan bersedia merekomendasikan produk restaurant mi gacoan kepada orang lain serta melakukan pembelian ulang di restaurant mi gacoan. Pelanggan juga merasa puas setelah mengonsumsi mi gacoan dengan menu dan harga yang sesuai dengan harapan (Suyonto, 2015).

Danang Suyonto (2015) kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat, apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakan serta memberitahukan kepada orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut (Strimpel, 1997).

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Kumrotin & Susanti (2021) membuktikan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Strimpel, 1998).

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dibahas pada bab sebelumnya dapat diketahui "*food quality, service quality* dan *customer satisfaction* terhadap keputusan pembelian di restaurant Mie Gacoan". Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian pada variabel *food quality* berpengaruh antara *food quality* terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Hasil pengujian pada variabel *service quality* berpengaruh antara variabel *service quality* terhadap keputusan pembelian
3. Hasil pengujian pada variabel *customer satisfaction* berpengaruh antara variabel *customer satisfaction* terhadap keputusan pembelian (Ernawati, 2019).

Daftar Pustaka

- Agustina, L. (2020). Pengantar Manajemen (1st ed.). Jakad Media Publishing.
- Alan, Ü. (2020). Effect of number of response options on the psychometric properties of Likert-type scales used with children. *Studies in Educational Evaluation*, 66. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2020.100895>
- Asha, A. A. (2023). The influence of sustainable supply chain management, technology orientation, and organizational culture on the delivery product quality-customer satisfaction nexus. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 7. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2023.100107>
- Bhowmick, A. (2023). Impact of product quality on customer satisfaction: A Systematic Literature Review. *ACM International Conference Proceeding Series*, 93–99. <https://doi.org/10.1145/3603421.3603434>
- Ekasari, R. (2019). Effect of Price, Product Quality, and Service Quality on Customer Satisfaction on Online Product Purchases. *Journal of Physics: Conference Series*, 1175(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1175/1/012287>
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.

- Ester Santoso, J. (2016). Pengaruh Food quality, Service quality, Price Promotion, dan Customer satisfaction terhadap Repeat Purchase Intention Restoran Solaria. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 53(12), 70.
- Ester Santoso, J. (2016). Pengaruh Food quality, Service quality, Price Promotion, dan Customer satisfaction terhadap Repeat Purchase Intention Restoran Solaria. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 53(12), 70.
- Farida, S. O. (2021). Analisis Keputusan Pembelian FastFood Berdasarkan Kualitas Layanan, Harga dan Kualitas Produk di Masa Pandemi. *E-Jurnal Manajemen*, 18(2). Surabaya.
- Farida, S. O. (2021). Analisis Keputusan Pembelian FastFood Berdasarkan Kualitas Layanan, Harga dan Kualitas Produk di Masa Pandemi. *E-Jurnal Manajemen*, 18(2). Surabaya.
- Febryanto. (2018). The effects of service quality, competitive prices and product quality on customer satisfaction. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 9(6), 1165–1171. [https://doi.org/10.14505/jemt.v9.6\(30\).04](https://doi.org/10.14505/jemt.v9.6(30).04)
- Ganesha, R., & Sanjaya. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 129–136. Vol.4 Bandung.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang, Universitas Diponegoro. H. Mill.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang, Universitas Diponegoro. H. Mill.
- Hallencreutz, J. (2021). Important drivers for customer satisfaction—from product focus to image and service quality. *Total Quality Management and Business Excellence*, 32(5), 501–510. <https://doi.org/10.1080/14783363.2019.1594756>
- Haryanti Dwi Putri, D. (2019). Hubungan Media Sosial Instagram, Word Of Mouth, Efektivitas Iklan Televisi Dan Brand Awareness Dengan Keputusan Pembelian (Studi Compact Powder Wardah di Counter Buaran Plaza, Jakarta Timur).
- Imam Ghozali, Prof. H. (2018). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9 (A. Tejokusumo, Ed.; Edisi 9). Badan Penerbit UNDIP.
- Ivanov, O. A. (2018). Likert-scale questionnaires as an educational tool in teaching discrete mathematics. *International Journal of Mathematical Education in Science and Technology*, 49(7), 1110–1118. <https://doi.org/10.1080/0020739X.2017.1423121>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Pt. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip - Prinsip Pemasaran* Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Edisi 15. New York: Global Edition. Pearson Education Limited.

- Lang, J. (2019). Assessing Meaningful Within-Person Variability in Likert-Scale Rated Personality Descriptions: An IRT Tree Approach. *Psychological Assessment*, 31(4), 474–487. <https://doi.org/10.1037/pas0000600>
- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 74–81.
- Lim, S. (2022). Effects of perceived quality on consumer attitudes and satisfaction: Focus on lip products. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 21(12), 6883–6892. <https://doi.org/10.1111/jocd.15457>
- Matas, A. (2018). Likert-type scale format design: State of art. *Revista Electronica de Investigacion Educativa*, 20(1), 38–47. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>
- Matosas-López, L. (2019). Converting likert scales into behavioral anchored rating scales(Bars) for the evaluation of teaching effectiveness for formative purposes. *Journal of University Teaching and Learning Practice*, 16(3).
- Park, M. (2019). Item Response Tree Models to Investigate Acquiescence and Extreme Response Styles in Likert-Type Rating Scales. *Educational and Psychological Measurement*, 79(5), 911–930. <https://doi.org/10.1177/0013164419829855>
- Pescaroli, G. (2020). A Likert Scale-Based Model for Benchmarking Operational Capacity, Organizational Resilience, and Disaster Risk Reduction. *International Journal of Disaster Risk Science*, 11(3), 404–409. <https://doi.org/10.1007/s13753-020-00276-9>
- Poornachandrika, V. (2020). Quality Transformation to Improve Customer Satisfaction: Using Product, Process, System and Behaviour Model. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 923(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/923/1/012034>
- Sari, N., & Siregar, A. P. (2019). Pengaruh Food quality, Price, Service quality dan Perceived Value terhadap Customer Loyalty pada Restoran Aneka Rasa Jambi dengan Customer satisfaction sebagai Variabel Intervening. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 368. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.121>
- Sarjono, H. dan, & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat.
- Soegoto, D. S. (2018). Analysis of eco-friendly preference and eco-friendly product quality; Their implications to customer satisfaction. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 434(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/434/1/012164>
- Strimpel, O. B. R. (1997). "Computer graphics." in *McGraw-Hill Encyclopedia of Science and Technology*, 8th ed., Vol. 4. New York: McGraw-Hill, pp. 279-283.
- Sugiyono, Prof. Dr. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Dr. Ir. S. S. Pd. MT, Ed.; Edisi Kedu). Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

-
- Suyonto, D. (2015). Strategi pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Tahir, M. (2011). Pengantar metodologi penelitian pendidikan. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Tjiptono, F. (2009). Service Marketing. Yogyakarta: Marknesis.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta.
- Venkatasudhahar, M. (2023). Quality transformation to improve customer satisfaction: using product, process, system, and behaviour model. *International Journal of Quality Engineering and Technology*, 9(2), 85–96. <https://doi.org/10.1504/ijqet.2023.131547>
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA* Vol. 5, No. 1, (2017), 5(1), 1–8.