

**PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN *TANGIBLE* TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN OLIVE FRIED CHICKEN**

**Christin Puspitasari**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha  
cristiristi2022@gmail.com

**Yunita Fitri Wahyuningtyas**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha  
yunita.fitriw@gmail.com

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of food quality and tangibles on consumer satisfaction at Olive Fried Chicken. This study used a quantitative method with a sampling technique using the Simple Random Sampling technique, with a total sample of 65 people who had consumed Olive Fried Chicken. The data collection technique in this study was carried out by distributing questionnaires which were measured using a Likert scale and processed statistically using multiple linear regression analysis. In collecting the data, it is done by distributing questionnaires in which there are several statement items. In this study the variables were divided into several parts including food quality (X1), tangibles (X2) as independent variables, and consumer satisfaction (Y) as the dependent variable. To measure the magnitude of the influence on these variables, the authors use the method of linear regression analysis and multiple regression. From the results of the analysis it was found that there was a significant and simultaneous influence on the food quality variable, tangible on consumer satisfaction at Olive Fried Chicken.*

**Keywords:** *Food Quality, Physical Environment, Consumer Satisfaction, Olive Fried Chicken*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan dan *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada *Olive Fried Chicken*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 65 orang yang pernah mengkonsumsi *Olive Fried Chicken*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang pengukurannya dengan skala likert dan diolah secara statistik menggunakan analisis regresi linear berganda. Dalam melakukan pengumpulan data tersebut dilakukan dengan menyebarkan kuesioner di mana ada beberapa butir-butir pernyataan. Pada penelitian ini variabel dibagi menjadi beberapa bagian antara lain kualitas makanan (X1), *tangible* (X2) sebagai variabel bebas, dan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat. Untuk mengukur besarnya pengaruh pada variabel tersebut maka penulis menggunakan metode analisis regresi linear dan regresi berganda. Dari hasil analisis tersebut diperoleh bahwa terdapat pengaruh

secara signifikan dan simultan pada variabel kualitas makanan, *tangible* terhadap kepuasan konsumen pada *Olive Fried Chicken*.

**Kata Kunci :** Kualitas Makanan, *Tangible*, Kepuasan Konsumen, *Olive Fried Chicken*

## **PENDAHULUAN**

Persaingan bisnis pada era globalisasi sekarang ini dalam berwirausaha semakin bervariasi dan menarik terutama dalam bisnis usaha kuliner. Bisnis usaha kuliner di Indonesia semakin hari semakin diminati oleh semua kalangan, mulai dari kalangan bawah, kalangan menengah, kalangan atas hingga anak-anak milenial. Menurut Vincent (2019) dalam suatu website penawaran menu makanan atau minuman adalah hal yang paling penting dalam menarik perhatian para konsumen. Kebutuhan makanan dan minuman tidak lagi sebagai kebutuhan pokok saja, akan tetapi sudah menjadi tren di kalangan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari aktivitas makan dan minum masyarakat yang dimanfaatkan juga sebagai tempat sosialisasi. Perkembangan industri kuliner akhirakhir ini berkembang sangat pesat terutama makanan cepat saji dan minuman. Menurut Imam dalam (Salsabila, 2021). Makanan cepat saji merupakan makanan dan minuman yang bisa dikonsumsi secara langsung seperti burger, pizza, ayam goreng, dan lain sebagainya. Makanan cepat saji ialah makanan alternatif yang praktis, cepat dengan harga yang terjangkau serta efisien Imam dalam (Salsabila, 2021). Perkembangan industri kuliner dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor seperti tingkat atau pertumbuhan ekonomi, gaya hidup masyarakat dan faktor demografis yang mempengaruhi persediaan dan pembelian produk. Karena usaha kuliner dinilai cukup menjanjikan dalam menawarkan produk yang merupakan bagian dari kebutuhan manusia, tak terkecuali di Yogyakarta dari tahun-ketahun usaha kuliner semakin marak dan menjamur memenuhi setiap sudut Kota. Industri kuliner di Yogyakarta tumbuh dengan pesat siring banyaknya UMKM yang bergerak di bidang kuliner, sehingga menjadikan Kota Yogyakarta sebagai satu dari sepuluh kota di Indonesia menjadi destinasi wisata kuliner. *Olive Fried Chicken* merupakan merek lokal yang hanya berada di Daerah Istimewa Yogyakarta ini mempunyai sejarah yang cukup panjang di Jogja. Di mana diawali dengan kemunculan Ayam Goreng Mbok Berek dan Ayam goreng NY Suharti

yang sangat terkenal, kemudian muncul lah makanan cepat saji seperti *Olive Fried Chicken* yang berbahan dasar dari daging ayam segar yang memiliki rasa tidak kalah dengan kuliner lainnya yang sudah Internasional seperti KFC dan McDonald's . Oleh karena itu, *Olive Fried Chicken* mampu memberikan makanan yang berkualitas yang memberikan kepuasan bagi konsumen dan membuat konsumen akan terus melakukan pembelian. *Olive Fried Chicken* mempunyai ciri khas tersendiri yang hadir sebagai makanan lokal yang dapat memenuhi pemenuhan konsumsi masyarakat Jogja. Keberadaan merek lokal ini sudah sangat terkenal dan digemari oleh masyarakat terutama kalangan mahasiswa dan mahasiswi di Jogja yang terkenal sebagai kota pelajar. Pada dasarnya kualitas makanan yang baik dapat memberikan kepuasan konsumen. Suri & M. Oloan (2017) Kualitas makanan yang baik tentu akan menarik minat konsumen untuk membeli karena konsumen menginginkan membeli produk yang berkualitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2013) menyatakan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah *tangible*. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:135) *tangible* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi bukti fisik kepada pihak eksternal. *Tangible* atau bukti fisik ini antara lain gedung, mesin, peralatan, teknologi, lahan parkir, kebersihan, serta penampilan pegawai. Hasil observasi yang diamati oleh penulis mengenai ulasan oleh konsumen yang pernah berkunjung ke *olive fried chicken* menyatakan bahwa banyak konsumen yang mengeluh mengenai makanan seperti makanannya terlalu asin, daging yang di goreng belum matang dan tempat makanan masih terlihat kotor sehingga membuat pengunjung tidak merasakan kepuasan saat membeli *olive fried chicken*. Mengacu pada latar belakang masalah maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: (1) Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Olive Fried Chicken*, (2) Apakah *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Olive Fried Chicken*, (3) Apakah kualitas makanan dan *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Olive Fried Chicken*. Dengan demikian dapat disimpulkan kontribusi penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas makanan, *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasann konsumen pada *Olive Fried Chicken*.

## **TELAAH LITERATUR**

### **Kualitas Makanan**

Kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran. Menurut Margareta dan Edwin dalam (Amalia, 2018) kualitas makanan merupakan peranan penting dalam mencapai kepuasan konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan nya baik dan sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan sebagai dasar strategi pemasaran.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Makanan**

Menurut Zana (2017) secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas makanan adalah sebagai berikut:

#### **a. Warna**

Warna dan bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa upaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.

#### **b. Penampilan**

Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, dimana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting.

c. Porsi Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*. *Standard portion size* didefinisikan sebagai kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan.

#### **d. Bentuk**

Bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi.

#### **e. Temperatur**

Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya. Temperatur juga bisa mempengaruhi rasa, misal rasa manis pada sebuah makanan akan lebih terasa saat makanan tersebut masih hangat, sementara rasa asin pada sup akan kurang terasa pada saat sup masih panas.

f. Tekstur

Ada banyak tekstur makanan antara lain halus atau tidak, cair atau padat, keras atau lembut, kering atau lembab. Tingkat tipis dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dan reseptor di mulut.

g. Aroma

Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.

### ***Tangible***

Parasuraman, et.al. (dalam Rambat Lupiyoadi, 2001:148) *tangible* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015) *tangible* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi bukti fisik kepada pihak eksternal. Bukti fisik ini antara lain gedung, mesin, peralatan, teknologi, lahan parkir, kebersihan, serta penampilan pegawai. *Tangible* yaitu aset berwujud yakni aset yang memiliki nilai moneter terbatas dan biasanya berbentuk fisik. Aset berwujud selalu dapat ditransaksikan untuk beberapa nilai moneter. Indikator *tangible* yang telah diterima secara luas, yaitu: peralatan modern, fasilitas yang berdaya tarik visual, karyawan berpenampilan rapih dan profesional. Menurut Tjiptono (2017) indikator *tangible* atau bukti fisik, yaitu: (1) Kemutakhiran peralatan dan teknologi, (2) Kondisi sarana, (3) Kondisi SDM perusahaan, (4) Keselarasan fasilitas fisik dengan jenis jasa yang diberikan

## **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan adalah derajat perasaan seseorang setelah komparasi antara apa yang diterima dengan yang diharapkan. Ketika apa yang diharapkan oleh konsumen sesuai dengan harapannya, tentu konsumen akan merasa puas, diharapkan membentuk *loyal consumer*. (Wicaksono, 2018). Kotler dan Keller (2008) Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang. Engel, et.al. (dalam Tjiptono, 2017) Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2017) indikator kepuasan pelanggan terdiri dari: (1) Kesesuaian harapan, (2) Minat berkunjung kembali, (3) Kesiapan merekomendasikan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Pada penelitian ini pengambilan data menggunakan kuesioner, dan yang menjadi sampel adalah *consumer* yang kebetulan dijumpai oleh peneliti di Kota Yogyakarta yang mengunjungi Olive Fried Chicken. Dikarenakan penelitian ini menggunakan 3 variabel yang terdiri dari independen dan dependen dengan jumlah indikator 13, maka jumlah anggota sampel minimal dalam riset ini adalah  $13 \times 5 = 65$  orang. Sebelum analisis tersebut dilakukan penulis melakukan pengujian instrumen dan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu antara lain:

### **Uji Validitas**

Validitas adalah bukti bahwa instrument, teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item pertanyaan. Menurut Sarjono dan Julianita (2011:45) Suatu item pernyataan dikatakan valid jika *corrected item-total correlation* ( $r$  hitung lebih

besar daripada r tabel).

### **Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap item-item pertanyaan di dalam sebuah kuesioner. Keandalan (*reliability*) menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dapat dilakukan tanpa bias (*error free*). Menurut Sarjono dan Julianita (2011:45) suatu kuesioner dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

### **Uji Normalitas**

Menurut Sarjono dan Julianita (2011:53) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Dalam pengujian normalitas bahwa jika peneliti memiliki responden > 50, maka Sig Kolmogrov-smirnov yang dibandingkan dengan Alpha, sedangkan jika peneliti memiliki responden di bawah < 50, maka Sig Saphiro Wilk yang dibandingkan dengan Alpha untuk menguji normalitas data yang diperoleh. Dalam pembahasan ini akan dilakukan uji Kolmogrov-smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian :

- Angka signifikansi uji Kolmogrov-smirnov Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal.
- Angka signifikansi uji Kolmogrov-smirnov Sig < 0,05 maka data berdistribusi tidak norma

### **Uji Heteroskedatisitas**

Menurut Wijaya (dalam Sarjono dan Julianita 2011:66) heteroskedatisitas menunjukkan bahwa variabel varians tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedatisitas. Model regresi yang baik adalah terjadinya homokedasitas dalam model atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedatisitas.

### **Uji Multikolinearitas**

Menurut Sarjono dan Julianita (2011:70) uji multikorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel masih memiliki gejala multikorelasi (gejala multikolinearitas) atau tidak. Multikorelasi adalah korelasi yang sangat tinggi atau sangat rendah yang terjadi pada hubungan di antara variabel bebas. Uji multikorelasi perlu dilakukan jika jumlah variable independen lebih dari satu.

Dasar pengambilan keputusan:

1.jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas.

2.jika nilai VIF > 10 maka terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas.

### **Regresi Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan apabila seorang peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan nilai naik atau turunnya variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Dalam pengujian tersebut nantinya akan menunjukkan bahwa variabel terikat akan bergantung pada lebih dari satu variabel bebas. Secara umum regresi berganda dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub>,b<sub>3</sub> : Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> : Kualitas makanan

X<sub>2</sub> : *Tangible*

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Validitas**

Pengukuran ini dilaksanakan guna melihat kesahihan suatu kuesioner dari masing-masing variabel. Pengujian yang telah dilakukan dalam riset ini dan diperoleh data



sebagai berikut :

No.	Item	<i>R table</i>	<i>r hitung</i>
1	X1.1	,244	,793
2	.2	,244	,830
3	.3	,244	,744
4	.4	,244	,781
5	.5	,244	,589
6	.6	,244	,743
7	X2.1	,244	,867
8	.2	,244	,843
9	.3	,244	,826
10	.4	,244	,889
11	Y1.1	,244	,884
12	.2	,244	,884
13	.3	,244	,881

Sumber data primer diolah menggunakan SPSS versi 15, diperoleh nilai *r hitung* > *R tabel* maka dapat dikatakan bahwa 13 pertanyaan variabel independen dan dependen dinyatakan sah dengan nilai ( 0,244).

### **Reliabilitas**

Riset wajib dilakukannya reliabilitas guna mengukur konsisten tidaknya kuesioner dalam riset dengan perolehan nilai :

No.	Elemen	Nilai <i>Alpa</i>
1	Mutu Makanan	,871
2	<i>Tangible</i>	,860
3	Kepuasan	,858

Tabel diatas menunjukkan reliabilitas pada variabel mutu makanan, *tangible* dan kepuasan dapat dilihat bahwa *cronbach's alpha* > 0,60 hasil tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan dalam variabel mutu makanan, *tangible*

dan kepuasan dinyatakan reliabel.

### **Asumsi Klasik**

#### **Normalitas**

Item	KSZ	Sig.	Simpulan
Residual yang distandardkan	1,192	,117	Normal

Dari nilai tersebut *Kolmogorov-Smirnov* pada riset dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan berdistribusi normal.

#### **Multikolinieritas**

Elemen	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Kesimpulan
Mutu Makanan	,322	3,101	<i>No multikolinieritas</i>
<i>Tangible</i>	,322	3,101	<i>No multikolinieritas</i>

Perolehan nilai multikolinieritas *Tolerance* > 0,1 dan nilai *VIF* < 10 dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

#### **Heteroskedastistas**

Berikut nilai perolehan uji sehingga bisa disimpulkan model tidak ada heteroskedastisitas di dalam model.

Elemen	Sig.	Kesimpulan
Mutu Produk (X1)	,220	<i>No Heteroscedastistas</i>
Lingkungan Fisik (X2)	,367	<i>No Heteroscedastistas</i>

**Regresi Linier Berganda**

Item	Unstandarized Coefficients		S.C	T	Sig.
	B	S.E			
Konstanta	,622	,475		1,311	,195
Kualitas Makanan	,122	,045	,234	2,721	,008
<i>Tangible</i>	,529	.063	,721	8,398	,000

Sumber: Data primer diolah SPSS 15

Dinyatakan di atas bahwa ada keterkaitan kualitas makanan terhadap kepuasan dengan nilai signifikan ,008 < 0,05. Adanya keterkaitan *tangible* terhadap kepuasan dengan nilai signifikan ,000 < 0,05. menggambarkan bahwa persamaan regresi :

$$Y = 0,622 + 0,122 X1 + 0.529 X2$$

Di mana Y = kepuasan konsumen, X1 = Kualitas Makanan X2 = *tangible*

Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 0,622 menyatakan bahwa jika tidak ada penurunan nilai dari variabel kualitas makanan (X1), *tangible* (X2), maka nilai kepuasan konsumen adalah 0.622.
- 2) Koefisien regresi sebesar 0,122 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel X1 akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,122,
- 3) Koefisien regresi sebesar 0.529 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel X2 akan memberikan kenaikan skor sebesar 0.529,

**Uji F**

Elemen	SS	<i>Degree of freedom</i>	MS	F	Sig.
<i>Regression</i>	90,703	2	45,352	176,134	,000
<i>Residual</i>	15,697	62	0,253		
<i>Total</i>	106,400	64			

Sumber: Data primer diolah SPSS 15

Nilai F hitung sebesar 179,134 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka demikian secara simultan variabel bebas mutu produk dan *tangible* signifikan mempengaruhi kepuasan.

### **Determinasi R Square**

Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R square*.

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimates</b>
1	,923	,852	,848	,50316

Dinyatakan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar ,848 atau menyatakan 84,8% kepuasan dipengaruhi oleh mutu makanan dan *tangible* sedangkan sisanya sebesar 0,152 yang menunjukkan sebesar 15,2% diluar model yang digunakan.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Olive Fried Chicken***

Pengujian regresi antara kualitas makanan dengan kepuasan konsumen nilai koefisien sebesar ,122 signifikansi ( $< 0,05$ ) merujuk bahwa ada pengaruh mutu makanan akan kepuasan konsumen *Olive Fried Chicken*. Sependapat dengan riset yang dilakukan oleh (Agusti & Verano, 2022) yang berjudul “Pengaruh kualitas makanan, Mutu Produk akan Kepuasan konsumen (Kfc arjuna Medan Perjuangan)”. Hasil riset merujuk bahwa Mutu Layanan, Mutu Makanan, memiliki keterikatan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### **Pengaruh *Tangible* akan Kepuasan Konsumen *Olive Fried Chicken***

Hasil uji regresi antara *tangible* dengan kepuasan konsumen mendapat nilai koefisien sebesar ,529 signifikansi ( $< 0,05$ ) menunjukkan bahwa ada pengaruh

*tangible* akan kepuasan konsumen *Olive Fried Chicken*. Sependapat dengan riset yang dilakukan oleh (Yonas & Endi, 2018) yang berjudul “Analisis Mutu Layanan, Mutu Makanan, Mutu *Tangible* akan Kepuasan *Consumer* Restoran Kampoeng Kita. Perolehan riset menunjukkan bahwa mutu layanan, mutu makanan dan *mutu tangible* memberikan pengaruh akan kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Makanan dan *Tangible* akan Kepuasan Konsumen *Olive Fried Chicken***

Hasil uji regresi antara kualitas makanan dan *tangible* akan kepuasan konsumen dengan nilai F hitung sebesar 0,179. Dan signifikansi 0,012 ( $< 0,05$ ) menunjukkan bahwa ada pengaruh mutu makanan dan *tangible* terhadap kepuasan konsumen *Olive Fried Chicken*. Sependapat dengan riset yang dilakukan oleh (Yonas & Endi 2018) yang berjudul “Analisis Mutu Layanan, kualitas Makanan, Mutu *Tangible* terhadap Kepuasan konsumen Restoran Kampoeng Kita. Hasil riset menunjukkan bahwa mutu layanan, mutu makanan dan mutu *tangible* memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Simpulan**

Kualitas makanan *Olive Fried Chicken* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumennya. Hasil analisis menunjukkan, semakin memperhatikan kualitas makanan yang dicerminkan oleh dimensi kesegaran, tampilan, rasa, dan inovasi makanan yang baik, maka akan berdampak peningkatan kepuasan konsumen *olive fried chicken*. *Tangible* pada *Olive Fried Chicken* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menunjukkan, semakin memperhatikan *olive fried chicken* maka akan berdampak peningkatan kepuasan konsumen *Olive Fried Chicken*. Kualitas makanan dan *tangible* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun saran yang dapat di berikan untuk *olive fried chicken* sebaiknya memperbaharui dengan memperbanyak sajian porsi makanan yang disediakan, dengan hal tersebut konsumen dapat lebih banyak menikmati hidangan makanannya dan memperbaharui penyajian rasa makanan sehingga konsumen merasakan suatu citarasa makanan yang khas dari *Olive Fried Chicken*.

Pihak *Olive Fried Chicken* sebaiknya memperbaiki dalam hal kepuasan kosumen dalam menyajikan makanan sehingga konsumen tidak membutuhkan waktu lama untuk menunggu, serta memperhatikan layanan lingkungan dalam hal ketersediaan tempat parkir yang memudahkan konsumen, sedangkan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkombinasikan atau menambahkan variabel yang berbeda berkaitan dengan pengaruh terhadap kepuasan konsumen, guna memperluas kajian penelitian seperti variabel *store atmosphere* sebagai bentuk strategi dalam memberikan suasana *Olive Fried Chicken* yang menyenangkan seperti memperhatikan desain bangunan, ruang interior, musik, dan aroma ruangan dan penelitian selanjutnya diharapkan mampu memperluas skala responden agar mampu menghasilkan hasil penelitian yang optimal, serta diharapkan mampu meminimalisir kekuarangan maupun keterbatasan dalam penelitian ini

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Kfcarjo Medan Perjuangan). *Niagawan*, 11(1), 37. <https://doi.org/10.24114/niaga.v11i1.32678>
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Hwang, J., & Ok, C. (2013). The antecedents and consequence of consumer attitudes toward restaurant brands: A comparative study between casual and fine dining restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 32(1), 121–131. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.002>
- Karenila & Kurniawan. (2017). *Analisa Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Niat Berperilaku Melalui Emosi Konsumen Di Domicile Kitchen & Lounge Surabaya*.
- Kotler & Keller. (2018). *Principles of Marketing* (G. Edition (ed.); Edisi 15).
- Oloan & Amalia.(2017) pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk di kota langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan Vol 11 No.3 Universitas Samudra*
- Setiadi, N. . (2018). *Perilaku Konsumen*. Google - Book.
- Sarjono, H., & Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Salemba empat, Jakarta.
- Salsabila. (2021). Determinan Nilai Perusahaan Sebelum dan pada Masa Pandemic COVID-19. *Jurnal Business Economic, Communication, and*

Social Sciences, 3(2), 79-89

Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar* (Cetakan ke). Penerbit PT Rineka Cipta.

Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*, In Media, Yogyakarta.

Tjiptono (2017) *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2017

Tumiwa, J., Lopian, S., & Kumowal, R. (2016). the Effect of Store Brand Image and Service Quality Towards Customer Loyalty At Freshmart Superstore Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 306–315. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i1.11598>

Vincent. (2017). *Production Planning And Inventory Control*. PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta

Wicaksono. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Diponegoro Semarang.

Yonas & Endi (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kampoeng Kita. *Jurnal Ultima Vol 10 No.2* 2018