

PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN SARI BENTO DI PONTIANAK

Listiyani

Email: listytan28@gmail.com

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kebijakan kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang diterapkan Restoran Sari Bento di Pontianak, untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kausalitas dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Accidental Sampling. Adapun teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Serta menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.

KATA KUNCI: kualitas makanan, kualitas pelayanan, minat beli konsumen.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin berkembang pesat salah satunya adalah usaha bisnis yang bergerak di bidang kuliner, ditandai dengan munculnya beberapa restoran di Kota Pontianak yang semakin pesat. Semakin menjamurnya berbagai jenis restoran di Kota Pontianak ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya tingkat pendapatan masyarakat yang semakin meningkat mendorong tingkat konsumsi masyarakat juga semakin meningkat serta gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi pula, selain itu masyarakat sekarang ini lebih menyukai hal yang instan. Saat ini masyarakat cenderung memilih restoran sebagai tempat untuk merayakan sebuah *event* atau mengadakan sebuah pertemuan.

Semakin banyak pesaing restoran yang muncul di Kota Pontianak saat ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Perkembangan bisnis yang semakin pesat secara tidak langsung memaksa para pelaku bisnis untuk berpikir keras seperti menyediakan tempat makan yang inovatif dan menyajikan makanan yang berkualitas serta memberikan pelayanan terbaik untuk menarik minat beli para calon konsumennya dan mempertahankan konsumen lama yang sudah loyal dengan restoran tersebut. Minat beli konsumen sangat berperan penting dalam suatu usaha guna untuk meningkatkan

penjualan dalam usaha tersebut. Saat ini restoran yang banyak dijalankan oleh pelaku bisnis di Kota Pontianak adalah restoran yang menyajikan makanan ala Jepang.

Dengan munculnya beberapa restoran yang menyajikan makanan ala Jepang menimbulkan persaingan yang semakin ketat bagi pelaku bisnis. Maka guna memenangkan persaingan ini para pelaku bisnis tersebut harus meningkatkan kualitas makanan yang disajikan dalam restoran misalnya dari segi cita rasa, penampilan, suhu, kesegaran dan aroma terhadap makanan yang disajikan. Selain meningkatkan kualitas makanan, para pelaku usaha juga berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dalam usaha kuliner mereka. Pelaku bisnis selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen agar menciptakan sebuah nilai lebih bagi konsumen sehingga terlihat berbeda dengan pesaing lainnya.

Salah satu restoran yang akan dijadikan objek penelitian oleh penulis adalah Restoran Sari Bento di Pontianak. Restoran Sari Bento merupakan salah satu restoran yang beralamat di Jalan Ahmad Yani, Kompleks Museum Kalbar yang menawarkan aneka makanan ala Jepang dengan harga cukup terjangkau seperti shabu-shabu, chicken steak, aneka ramen dan lainnya dilengkapi dengan lokasi yang cukup luas dan nyaman.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengetahui sejauh mana kualitas makanan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento Pontianak. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak.”

B. KAJIAN TEORITIS

Pelaku bisnis yang menjalankan sebuah bisnis restoran saat ini sangat memperhatikan kualitas makanan dan kualitas pelayanan dikarenakan tingkat persaingan yang semakin ketat. Pelaku bisnis selalu berusaha menyajikan makanan dan memberikan pelayanan yang berkualitas supaya dapat mempertahankan konsumen lama dan menarik minat beli konsumen baru. Dikarenakan saat ini yang dilihat konsumen bukan hanya dari segi harga tetapi juga dilihat dari segi kualitas makanan yang disajikan dan kualitas pelayanan atau cara karyawan melayani konsumen dalam sebuah restoran.

1. Kualitas Makanan

Menurut American Society for Quality Control yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2009: 143): “Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.”

Menurut ISO 9000 yang dikutip oleh Sunyoto dan Susanti (2015: 284): “Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.”

Menurut Kotler (2000: 394) yang dikutip oleh Alma (2011: 139): “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, *events*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide.”

Menurut Setiyaningrum, Udaya dan Efendi (2015: 87):

“Produk adalah suatu kumpulan atribut fisik, psikis, jasa, dan simbolik yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sebuah produk terdiri atas atribut-atribut, baik yang berwujud (*tangible*) maupun tidak berwujud (*intangible*), termasuk kemasan, warna, harga, kualitas, dan merek ditambah jasa layanan dari penjual dan reputasi.”

Menurut Knight dan Kotschevar yang dikutip oleh Sugianto dan Sugiharto (2013: 3):

Kualitas makanan merupakan suatu tingkatan dalam konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan suatu berstandar produk dan kemudian mengecek poin-poin yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Setiap produk makanan mempunyai standar sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan.

Menurut Canny (2014: 1): Kualitas makanan didefinisikan sebagai makanan yang tepat untuk dikonsumsi yang meliputi beberapa faktor kualitas seperti suhu, kesegaran, rasa serta penampilan yang terkandung dalam sebuah makanan.

Menurut Atmojo (2005: 159-160) mengenai mutu makanan yang perlu diperhatikan adalah:

a. *Flavour* (rasa/bau)

Harus diperhatikan bahwa rasanya harus enak dan baunya pun harus sedap

b. *Consistency* (kemantapan; ketetapan)

Mutu hidangan/menu yang disajikan harus dijaga supaya mantap atau tetap baik, baik mutu, rasa maupun aromanya.

c. *Texture/Form/Shape* (susunan/bentuk/potongan)

Di dalam menyajikan menu lengkap harus ada hidangan yang agak berat (yaitu sop), dilanjutkan dengan hidangan yang agak berat (hidangan utama), dan kemudian disusul dengan hidangan ringan lagi, yakni dessert (atau hidangan penutup).

d. *Nutritional Content* (kandungan gizi)

Makanan yang disajikan tetap harus diperhatikan kandungan gizinya.

e. *Visual appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata)

Di dalam menyusun suatu hidangan perlu diperhatikan penampilannya. Hidangan harus diatur, disusun dengan rapi, seni dan baik agar benar-benar menarik sehingga menimbulkan selera makan bagi para tamu.

f. *Aromatic appeal* (daya penarik lewat bau harum)

Di dalam menyusun suatu hidangan perlu diperhatikan juga aromanya. Makanan yang disajikan harus sedap/harum aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan para tamu.

g. *Temperature* (panas/suhu)

Artinya di dalam menyajikan makanan harus diperhatikan suhunya. Makanan panas harus disajikan dalam keadaan benar-benar panas. Untuk makanan dingin, harus disajikan dalam keadaan dingin dengan piring atau tempat yang dingin pula.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan juga sangat berperan penting dalam sebuah restoran. Untuk itu dalam sebuah restoran diharapkan mampu memberikan pelayanan yang baik untuk konsumen serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

Menurut Tjiptono (2012: 15): “Jasa (*service*) merupakan aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.”

Menurut Kotler (2002: 83): “Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.” Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Menurut Setyaningrum, Udaya dan Efendi (2015: 92):

“Jasa adalah sebuah bentuk produk yang terdiri atas berbagai kegiatan, keuntungan-keuntungan (*benefits*) atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) serta tidak berakibat pada kepemilikan atas sesuatu, seperti kegiatan perbankan, layanan hotel, perjalanan udara, perusahaan ritel, bengkel reparasi, dan salon kecantikan.”

Menurut Tjiptono (2014: 268): “Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.”

Menurut Parasuraman, et al yang dikutip oleh Sunyoto dan Susanti (2014: 288): “Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.”

Terdapat lima dimensi utama kualitas jasa menurut Parasuraman, et al. yang dikutip oleh Tjiptono (2014: 282):

1. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
 2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
 3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
 4. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
 5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Minat Beli

Minat beli merupakan adanya rasa ketertarikan yang muncul di benak konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa namun belum memutuskan untuk membeli. Minat beli konsumen sangat mendukung perkembangan penjualan dalam sebuah perusahaan. Untuk itu pelaku bisnis selalu berusaha meningkatkan kualitas makanan seperti menyajikan makanan yang berkualitas sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen guna untuk menarik minat beli konsumen baru.

Menurut Assael (2008: 135) yang dikutip oleh Subagio dan Sugiarto (2014: 7): Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap obyek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Mcdaniel (2007: 34) yang dikutip oleh, Rendi Maulana dan Kezia Kurniawati (2014: 5): Minat beli konsumen terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor berdasarkan model hirarki *response* konsumen antara lain:

1. *Attention* (Kesadaran)

Attention merupakan suatu tingkat kepekaan terhadap produk yang dirasakan oleh konsumen, serta pengetahuan terhadap produk baru, dimana wiraniaga dapat menyajikan suatu manfaat bagi konsumen jika menggunakan produk tersebut.

2. *Interest* (Minat)

Penyajian penjualan di mulai dengan menarik perhatian calon konsumen, dimana wiraniaga harus dapat berusaha memikat minat calon pembeli yang dapat menghidupkan keinginannya terhadap produk. Wiraniaga dapat menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti, dan juga harus memilih waktu dan lokasi yang tepat untuk melakukan presentasi.

3. *Desire* (Keinginan untuk Mencoba dan Memiliki)

Setelah menangkap perhatian calon pembeli, wiraniaga dapat memikat minatnya sehingga dapat menimbulkan keinginan akan produk lewat uraian penjualan dimana disini wiraniaga dapat melakukan demonstrasi. Wiraniaga juga dapat menawarkan suatu pembuktian dengan mengadakan test untuk memberikan pengetahuan kepada pelanggan.

4. *Action* (Menimbulkan Tindakan)

Sesudah menerangkan produk dan manfaatnya, wiraniaga harus berusaha menutup penjualan dan mencatat pesanan. Percobaan penutupan juga dapat dilakukan dengan mengeluarkan keberatan pembeli, sehingga wiraniaga dapat berkesempatan untuk menjawab pertanyaan atau keberatan yang diajukan oleh calon konsumen. Selain itu, wiraniaga dapat menawarkan produk, mempresentasikan cirri-ciri produk, keunggulan, manfaat, dan nilai produk yang ditawarkan.

Menurut Ferdinand (2002: 129) yang dikutip oleh Subagio dan Sugiarto (2014:

7): Minat beli dapat didefinisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat Prefensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Berdasarkan kerangka pemikiran penelitian diatas, hipotesisnya adalah:

H₁ : Terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari bento di Pontianak.

H₂ : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak.

C. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kausalitas dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Accidental Sampling. Menurut Sugiyono (2014: 156): “Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.” Jumlah sampel yang diambil sebesar 100 responden. Adapun teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Serta menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.

D. PEMBAHASAN

1. Uji Koefisien Korelasi

Berikut Tabel 1 yang menyajikan hasil uji koefisien korelasi:

TABEL 1
RESTORAN SARI BENTO DI PONTIANAK
HASIL UJI KOEFISIEN KORELASI
Correlations

			X1_Kualitas Makanan	X2_KualitasPelayanan	Y_MinatBeliKonsumen
Spearman's rho	X1_KualitasMakanan	Correlation Coefficient	1.000	.662**	.604**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
		N	100	100	100
	X2_KualitasPelayanan	Correlation Coefficient	.662**	1.000	.717**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
		N	100	100	100
	Y_MinatBeliKonsumen	Correlation Coefficient	.604**	.717**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	100	100	100

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

Sumber : Hasil Output SPSS 22, 2017

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi yang disajikan pada Tabel 1 dapat dijelaskan hubungan antar variabel sebagai berikut:

- a. Dapat dilihat pada Tabel 1 diperoleh nilai koefisien korelasi kualitas makanan (X_1) terhadap variabel minat beli (Y) sebesar 0,604.

b. Dapat dilihat pada Tabel 1 diperoleh nilai koefisien korelasi kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel minat beli konsumen (Y) sebesar 0,717.

c. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi yang disajikan pada Tabel 1 variabel kualitas makanan dan kualitas pelayanan menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak artinya terdapat hubungan antara kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari bento di Pontianak.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut Tabel 2 yang menyajikan hasil uji koefisien determinasi:

TABEL 2
RESTORAN SARI BENTO DI PONTIANAK
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.564	4.886

a. Predictors: (Constant), X2_KualitasPelayanan, X1_KualitasMakanan

b. Dependent Variable: Y_MinatBeliKonsumen

Sumber: Hasil Output SPSS 22, 2017

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi dilihat pada kolom Adjusted R Square diperoleh nilai sebesar 0,573. Hal ini menunjukkan bahwa 57,30 persen minat beli konsumen dipengaruhi oleh kualitas makanan dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar 42,70 persen dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari kualitas makanan dan kualitas pelayanan pada Restoran Sari Bento di Pontianak.

3. Uji Regresi Berganda

Berikut Tabel 3 yang menyajikan hasil uji regresi berganda dan hasil uji t:

TABEL 3
RESTORAN SARI BENTO DI PONTIANAK
HASIL UJI REGRESI BERGANDA DAN HASIL UJI t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.432	2.764		.518	.606
	X1_KualitasMakanan	.273	.105	.245	2.603	.011
	X2_KualitasPelayanan	.630	.105	.564	5.997	.000

a. Dependent Variable: Y_MinatBeliKonsumen

Sumber : Hasil Output SPSS 22, 2017

Berdasarkan hasil uji regresi berganda yang disajikan pada Tabel 3 maka didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,245 X_1 + 0,564 X_2$$

Berikut ini penjelasan hasil uji regresi berganda pada Tabel 3 terhadap tiap variabel:

a) Pengujian Terhadap Variabel Kualitas Makanan

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas makanan diperoleh hasil sebesar 0,245. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas makanan berpengaruh terhadap variabel terikat minat beli konsumen dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,011 yaitu lebih kecil dari 0,05 artinya variabel kualitas makanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak.

b) Pengujian Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil sebesar 0,564. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel terikat minat beli konsumen dan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak.

4. Uji Hipotesis

a. Uji F

Berikut Tabel 4 yang menyajikan hasil uji signifikansi F:

TABEL 4
RESTORAN SARI BENTO DI PONTIANAK
HASIL UJI F PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3108.354	2	1554.177	65.100	.000 ^b
	Residual	2315.756	97	23.874		
	Total	5424.110	99			

a. Dependent Variable: Y_MinatBeliKonsumen

b. Predictors: (Constant), X2_KualitasPelayanan, X1_KualitasMakanan

Sumber : Hasil Output SPSS 22, 2017

Berdasarkan hasil uji F yang disajikan pada Tabel 4 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 65,100. Dengan tingkat kesalahan atau nilai $\alpha = 0,05$ maka didapat nilai F_{tabel} sebesar 3,090. Sehingga nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu $65,100 > 3,090$ dan dilihat dari nilai signifikan yang menunjukkan hasil stimulan F sebesar

0,000 yaitu lebih kecil dari tingkat kesalahan atau nilai $\alpha = 0,05$ artinya variabel kualitas makanan dan kualitas pelayanan secara stimulan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak.

b. Uji t

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada tabel 3 diperoleh hasil nilai t hitung untuk X_1 (Kualitas Makanan) sebesar 2,603 dan untuk X_2 (Kualitas Pelayanan) diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 5,997. Berikut ini penjelasan hasil uji t pada Tabel 3.24 terhadap tiap variabel:

a) Pengujian Terhadap Variabel Kualitas Makanan

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil nilai uji t_{hitung} untuk variabel kualitas makanan diperoleh sebesar 2,603. Hal ini menunjukkan bahwa hasil dari t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $2,603 > 1,661$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ yaitu $0,011 < 0,05$ maka H_1 dalam penelitian ini diterima, artinya kualitas makanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak.

b) Pengujian Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa hasil nilai uji t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 5,997. Hal ini menunjukkan bahwa hasil dari t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $5,997 > 1,661$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_2 dalam penelitian ini diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak.

E. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini yang berkaitan dengan variabel kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Restoran Sari Bento di Pontianak maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian besar tanggapan responden menyatakan setuju bahwa Restoran Sari Bento di Pontianak telah menetapkan kebijakan seperti selalu menjaga konsistensi cita rasa makanan, selalu memperhatikan penampilan makanan, suhu makanan yang

disajikan selalu dikontrol dengan baik, kesegaran bahan baku makanan yang selalu terjaga, aroma makanan yang disajikan selalu dikontrol dengan baik.

2. Sebagian besar tanggapan responden menyatakan setuju bahwa Restoran Sari bento di Pontianak telah menetapkan kebijakan seperti karyawan selalu bertindak cepat dan tepat ketika melayani konsumen, karyawan selalu memberikan saran dan alternatif kepada konsumen, karyawan menyajikan makanan yang terjamin aman dan higienis untuk dikonsumsi, karyawan selalu responsif terhadap konsumen, karyawan diwajibkan mengenakan seragam restoran dengan rapi dan bersih pada saat melayani konsumen serta kursi, meja dan peralatan maka dimeja selalu tertata dengan rapi dan bersih untuk menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan pada restoran tersebut.
3. Variabel kualitas makanan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen berdasarkan pengujian secara koefisien korelasi, koefisien determinasi (R^2), regresi berganda, uji f dan t. Dikarenakan dengan kualitas makanan yang baik dan kualitas pelayanan yang baik konsumen akan merasa puas sehingga akan mengunjungi serta membeli makanan dari restoran tersebut.

B. Saran-saran

Dari kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Pihak Restoran Sari Bento hendaknya meningkatkan cita rasa makanan yang disajikan, selalu memperhatikan kebersihan dan penampilan makanan sebelum disajikan kepada konsumen, serta menambah menu makanan baru yang lebih unik dan menarik.
2. Pihak Restoran Sari Bento hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan karyawan dalam melayani konsumen. Karyawan diharapkan memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen, memberikan senyuman ketika melayani konsumen dan mengucapkan terima kasih ketika konsumen beranjak dari restoran, serta kecepatan dan ketepatan karyawan dalam menanggapi permintaan konsumen lebih ditingkatkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Atmotjo, Marsum Widjojo. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Canny, Ivyanno U. February 2014. "Measuring the Mediating Role of Dining Experience Attributes on Customer Satisfaction and Its Impact on Behavioral Intentions of Casual Dining Restaurant in Jakarta." *International Journal of Innovation, Management and Technology*, vol. 5, No. 1, pp.25-29.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, edisi ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, Rendi., dan Kezia Kurniawati. Mei 2014. "Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Website Koren Denim)." *Jurnal Manajemen*, vol.13,no.2, pp.5.
- Setiyaningrum, Ari., Jusuf Udaya, dan Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiarto, Budi Utomo dan Hartono Subagio. 2014. "Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli di Dream of Khayangan Art Resto Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, vol.2,no.1, pp.1-14.
- Sugiharto, Sugiono dan Jimmy Sugianto. 2013. "Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, vol.1.2, pp.1-10.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang dan Fathonah Eka Susanti. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- _____. 2012. *Service Management*, edisi kedua. Yogyakarta: Andi Offset.