

## PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA WARUNG MAKAN BANK ONE 2 DI JALAN MASTRIP JEMBER)

Agung Triyono Hariyanto<sup>1</sup>, Sri Wahyuni<sup>1</sup>, Joko Widodo<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember  
e-mail: [Agungvegaz@gmail.com](mailto:Agungvegaz@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 dan untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Bank One 2. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu di Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember. Penentuan jumlah responden menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling* sebanyak 71 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengolahan data menggunakan editing, skoring, dan tabulasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial/statistik meliputi analisis garis regresi linier berganda, analisis varian garis regresi, uji F, koefisien determinasi berganda, uji T, efektivitas garis regresi, dan *standart error of estimates*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember yaitu  $F_{hitung} = 188,892 > F_{tabel} = 3,132$  dengan tingkat signifikansi  $F = 0,000 < \alpha = 0,05$ . Untuk nilai varian garis regresi yaitu sebesar 0,921 yang termasuk dalam kategori sangat kuat. Besarnya persentase pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 secara simultan sebesar 84,8%. sedangkan sisanya yaitu 15,2% dipengaruhi variabel bebas lain yang tidak diteliti seperti harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari konsumen. Untuk variabel bebas yang lebih dominan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu cita rasa ( $X_1$ ) sebesar 57,3183% sedangkan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 27,4896%.

**Kata Kunci:** Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan

---

### PENDAHULUAN

Bisnis makanan adalah suatu usaha yang sering kali diinginkan oleh masyarakat. Alasan memilih bisnis makanan ini tidak lain karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Kesan pertama yang dirasakan pelanggan pada saat pertama kali melakukan pembelian makanan atau mencoba menu makanan baru pasti dinilai melalui cita rasa dari makanan tersebut. Cita rasa bagi pelanggan ialah keunikan dari rasa yang dipunyai dari setiap warung makan. Dimana untuk dapat menilai cita rasa pada suatu makanan dapat dilihat dari aroma, rasa, dan tingkat kematangan (Jones, 2000:109). Hal ini membuktikan bahwa cita rasa yang dimiliki pengusaha kuliner akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan, selain itu kualitas pelayanan juga sangat krusial untuk meraih sebuah kepuasan

Kualitas pelayanan termasuk suatu hal yang perlu diperhatikan untuk menimbulkan ketertarikan pelanggan dalam bidang bisnis makanan. Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan sikap dan cara memperlakukan para pelanggan ketika sedang menikmati menu makanan yang ditawarkan oleh pemilik usaha. Pelayanan hendaknya melebihi dengan apa yang di impikan oleh pelanggan (Tjiptono, 2015:265). Oleh karena itu, setiap pengusaha khususnya dibidang makanan harus selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna untuk memahami harapan dari pelanggan terhadap produk yang dihasilkan guna menimbulkan rasa puas pada pelanggan. Seperti halnya pada warung makan Bank One 2 Jalan Mastrip Jember (Hasil Observasi, 2020).

Persaingan dalam menghadapi antar bisnis makanan, pemilik Bank One harus memiliki strategi khusus agar tetap diminati oleh para pelanggan. Oleh karena itu Bank One memilih konsep warung

makan sebagai warung bebas. Pelanggan bebas mengambil menu makanan sesuai selera dan dengan porsi yang diinginkan. Oleh karena itu akan menjadi ketertarikan tersendiri khususnya dari kalangan mahasiswa. Penggunaan konsep tersebut ditambah dengan tempat yang nyaman, bersih, serta memiliki desain yang unik dan kekinian membuat warung makan Bank One tetap menjadi tempat makan yang banyak diminati oleh kaum milenial dan tidak pernah sepi dari para pelanggan hingga saat ini. Meskipun banyak sekali para pengusaha makanan seperti *junk food* maupun jenis makanan selain menu rumahan, tetapi warung makan Bank One tetap memiliki pelanggan setia (Hasil Observasi, 2020).

Selain cita rasa makanan pada warung makan Bank One 2 Jalan Mastrip Jember yang khas, kualitas pelayanan yang diberikan oleh warung makan tersebut juga sangat diperhatikan. Walaupun konsumen mengambil makanan sendiri, akan tetapi para pegawai tetap mengarahkan dengan sopan dan ramah, serta dengan sigap membantu konsumen jika ada yang kesulitan dalam memilih menu makanan. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan (2020), dengan adanya kondisi saat ini yaitu Pandemi Covid 19 menyebabkan warung makan Bank One 2 Jalan Mastrip Jember membuat pelayanan baru yaitu sistem pelayanan *online*. Adanya sistem pelayanan *online* sangat membantu konsumen terutama mahasiswa dalam membeli makanan pada warung makan Bank One 2 Jalan Mastrip Jember. Sedangkan untuk pembayarannya dengan cara melakukan pembayaran langsung ketika apa yang sudah dipesan telah sampai kepada pelanggan.

Dalam permasalahan tersebut, peneliti berkeinginan untuk meneliti “Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember)”.

## Landasan Teori

Menurut Winarno (2008:12) cita rasa terdiri dari penampilan dan rasa makanan. Penampilan makanan meliputi warna, konsistensi, bentuk, besar porsi, dan cara penyajian. Penampilan makanan merupakan salah satu faktor utama yang dinilai untuk memilih makanan, sedangkan rasa makanan meliputi aroma, tekstur, dan tingkat kematangan makanan. Adapun indikator cita rasa yaitu: aroma, rasa, dan tingkat Kematangan.

Kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan keberhasilan usaha yang dijalankan. Menurut Sugiarto (2017:39) kualitas pelayanan merupakan suatu penyajian produk sesuai dengan ukuran yang telah ditawarkan oleh penyedia produk. Indikator kualitas pelayanan yaitu *Reliabiliti, Responsiivenss, Assurance, Empaty, Tangibless*, dan sistem Pelayanan *Online*.

Kepuasan ialah suatu kesenangan pelanggan ketika mereka merasakan suatu produk dimana sebanding atau melebihi dari harapan seseorang tersebut (Kotler dan Keller, 2012:138-139). Oleh karena itu para pemilik usaha harus memiliki strategi tersendiri melalui kualitas pelayanan yang diberikan agar menciptakan nilai yang lebih dibandingkan dari pesaing usaha. Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini yaitu pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain, dan kepercayaan tinggi terhadap produk.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam menentukan lokasi menggunakan metode *purposive area* yaitu Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip. Penentuan jumlah dari responden menggunakan teknik *Non Propability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling* sebanyak 71 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode: angket, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Uji instrumen data menggunakan uji validitas. Teknik pengolahan data menggunakan editing, skoring, dan tabulasi. Untuk uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinieritas dan uji normalitas. Analisis data

yang digunakan adalah analisis inferensial/statistik sebagai berikut

1. Analisis garis regresi linier berganda memakai rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

2. Untuk analisis varian garis regresi merupakan efektif tidaknya pengaruh antara untuk variabel X terhadap variabel Y dengan rumus yaitu:

$$R_{y(1,2)} = \sqrt{\frac{a_1 \sum X_1Y + a_2 \sum X_2Y}{\sum Y^2}}$$

3. Untuk uji F, supaya mengetahui signifikansi yang dipengaruhi variabel X terhadap variabel Y secara simultan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R_y^2(1)(N - m - 1)}{m(1 - R_y^2(1))}$$

4. Uji Koefisien Determinasi Berganda yaitu untuk mengetahui berapa besar (%) pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y dengan rumus yaitu:

$$R^2(1) \times 100\% = \dots \%$$

5. Uji T yaitu pengujian untuk mengetahui secara partial dari variabel bebas(X) terhadap variabel terikat(Y). Rumusnya ialah :

$$t_0 = \frac{b_1}{Sb_1}$$

6. Efektivitas Garis Regresi Berganda supaya mengerti sumbangan yang diberikan secara partial oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$r_{xy \times \beta \times 100\% = \dots \dots \dots \%}$$

7. Standart Error Of Estimate dengan rumus sebagai berikut

$$Se = \frac{\sqrt{\sum(Y - \hat{Y})^2}}{N - 2}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Analisis yang telah dikerjakan dapat diketahui bahwa alhasil penelitian dalam ini sudah selaras dengan tujuan hasil akhir yang ingin dicapai oleh peneliti untuk dapat diketahui pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember). dan supaya tahu variabel mana yang lebih dominan di Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember. Untuk uji instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh 29 butir soal angket dalam kategori valid. Untuk hasil analisis inferensial dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Coefficients <sup>a</sup>							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-7,321	2,120		-3,453	,001			
	Cita Rasa	,851	,100	,639	8,492	,000	,897	,717	,402
	Kualitas Pelayanan	,222	,050	,332	4,416	,000	,828	,472	,209

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Tabel 1.2 Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
				F Change	Sig. F Change
1	.921 <sup>a</sup>	.848	1,58057	188,892	,000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Cita Rasa

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Dalam analysis di atas, hasilnya sebagai berikut:

1. Analisis garis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -7,321 + 0,851X_1 + 0,222X_2 + e_i$$

2. Nilai varian garis regresi sebesar 0,921 yang dalam kategori sangat kuat antara cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember.
3. Untuk uji besarnya  $F_{hitung} = 188,892 > F_{tabel} = 3,132$  dengan signifikansi  $F = 0,000 < \alpha = 0,05$ . Secara simultan variabel cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember sehingga hipotesis 1 diterima.
4. Untuk koefisien determinasi berganda yaitu untuk melihat besarnya persentase hubungan citarasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember secara simultan sebesar 84,8%. sedangkan sisanya yaitu 15,2% dipengaruhi variabel bebas lain yang tidak diteliti seperti harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari konsumen.
5. Untuk uji T diketahui hasil sebagai berikut:
  - Pada variabel cita rasa ( $X_1$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,492 > 1,994$ ),  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , berarti  $H_0$  tidak ditolak yaitu citarasa ( $X_1$ )
  - Pada variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,416 > 1,994$ ),  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dimana  $H_0$  tidak ditolak.
6. Untuk efektivitas garis regresi yaitu pengaruh paling dominan ialah yaitu cita rasa ( $X_1$ ) sebesar 57,3183% sedangkan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 27,4896%.
7. Standart Error Of Estimate yaitu 1,58057

## Pembahasan

Penelitian yang telah dilakukan memperlihatkan hasil dimana ada hubungan yang akurat cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada warung makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember. Hal tersebut telah memperlihatkan jika tujuan dari penelitian tersebut tercapai dikarenakan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di warung makan Bank One 2 di jalan mastrip Jember. Berdasarkan pendapat Dita Kirana (2018) yang menyatakan bahwa variabel cita rasa serta kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang akurat dalam kepuasan pelanggan.

Uji koefisien berganda dengan aplikasi SPSS menunjukkan hasil yaitu dapat diketahui besarnya persentase pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan di Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember secara simultan adalah sebesar 84,8%, dan sisanya 15,2% yang diakibatkan oleh variabel ( $X$ ) lain seperti harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari konsumen (Zeithmal dan Bitner dalam Laksono, 2015) dalam penelitian ini ada beberapa yang tidak menjadi fokus dalam diteliti ini, dimana hal tersebut dikategorikan tinggi. Menurut Soedarmo (2006:54) kepuasan pelanggan ialah suatu kondisi ketika seorang merasa puas atas barang atau jasa yang diterima. Teori

tersebut sama halnya seperti hasil wawancara dengan informan AM yang menyatakan Cita rasa dan pelayanan dari Warung makan Bank One 2 membuat ia puas karena rasa masakan yang enak dan *fresh* dan para pegawai sopan saat melayani *customer* sehingga jarang sekali mengecewakan pelanggan dilihat dari segi kesegaran makanan dan pelayanannya.

Cita rasa yang khas dan enak serta pelayanan yang memuaskan dari Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember kepada pembeli dapat membuat pembeli merasa senang dan puas, sehingga pembeli tersebut akan menjadi pelanggan Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember tersebut. Rumah makan memang harus menonjolkan atau memberikan sesuatu yang spesial kepada pelanggan baik rasa masakan yang dijual maupun pelayanan yang diberikan. Hal tersebut ditunjukkan dari adanya rasa senang dan puas setelah membeli makanan di warung makan tersebut, pelanggan juga berkeinginan melakukan pembelian ulang pada warung makan Bank One 2 dikarenakan rasa makanan yang sesuai dengan selera pelanggan, serta kualitas pelayanan yang diberikan pihak rumah makan termasuk dalam kategori baik, sehingga para konsumen memutuskan untuk menjadi pelanggan di rumah makan Bank One 2.

Para pelanggan pun selalu menjadikan warung makan Bank One 2 sebagai rekomendasi utama warung makan masakan rumahan kepada orang lain, bahkan tidak sedikit dari mereka berkeinginan mengajak saudara maupun teman untuk makan di warung Bank One 2, sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh dari informan (ZN 23th) "*Bahwa saya merasa puas pada masakan warung makan Bank One 2 dan berkeinginan melakukan pembelian ulang setiap kali saya pengen menikmati makanan rumahan*". Bentuk kepuasan yang dirasakan pelanggan diluar faktor tersebut pun dapat diperhatikan dari faktor yang lain dimana pelanggan tetap membeli makanan di warung makan Bank One 2 meskipun ada makanan sejenis di warung makan lain, hal tersebut dikarenakan pelanggan sudah merasa cocok dengan rasa masakan dan pelayanan yang diberikan oleh warung makan Bank One 2.

Dibawah menunjukkan isi wawancara peneliti bersama salah seorang pelanggan warung makan Bank One 2 yang dipilih oleh peneliti sebagai salah seorang responden pada penelitian yang sedang dilaksanakan. "*.....karena adanya rasa enak dan pelayanan yang baik saya merasa puas. Justru karena rasa yang enak dan pelayanan yang memuaskan tersebut saya menjadi pelanggan pada rumah makan itu*" (AM, 22<sup>Th</sup>). Berdasarkan pendapat tersebut nampak jelas jika citarasa dan kualitas pelayanan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan di warung makan Bank One 2.

Hasil penelitian yang selanjutnya bisa diketahui jika pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember yaitu variabel cita rasa sebesar 57,3183%. Cita rasa yang khas dan enak akan menjadi nilai tambah bagi seorang pebisnis dibidang kuliner, seperti halnya pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember. Cita rasa terdiri dari penampilan dan rasa makanan. Penampilan makanan meliputi warna, konsistensi, bentuk, besar porsi, dan cara penyajian (Winarno, 2008:12). Hidangan makanan harus disajikan dengan lezat disertai aroma yang sedap.

Angket penelitian yang telah disebar kepada responden yaitu pelanggan di Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember yang mayoritas adalah mahasiswa dengan cara *onlin* menunjukkan hasil bahwa mayoritas pelanggan menjawab sangat setuju bahwa aroma yang tercium dari makanan di Warung Makan Bank One 2 harum dan nikmat, sehingga dapat meningkatkan selera pelanggan bahkan sebelum mencicipi rasa dari masakan tersebut. Aroma makanan dari warung makan Bank One 2 sangat menggugah selera, dan juga rasa dari makanan pada warung makan Bank One 2 memiliki ciri khas tersendiri yang berbeda dengan warung makan lainnya, oleh karena itulah banyak dari pelanggan yang menentukan keputusan pembelian pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember. Perpaduan rasa dan tingkat kematangan pada menu makanan di Warung Makan Bank One 2 juga sangat tepat, serta *display* atau penyajian makanan yang dihidangkan di warung makan Bank One 2 sangat menarik

minat pelanggan. Dibawah adalah ungkapan salah seorang responden pada penelitian ini.

*“Menurut saya rasa masakan dari bank one 2 itu misal nilai 8 lah alias menengah. Kalau lauk pawknya enak apalagi ayam bumbu balinya super enak banget menurutku, tapi kalau dari segi sayurannya menurutku rasanya kurang tajam. Namun ada positif nya sih dari rasa sayur yang gak terlalu tajam itu karena kesannya segar dan tidak membuat eneg dengan kata lain gak membosankan di lidah. Cita rasa yang khas masakan rumahan sih menurutku” (AM, 22<sup>Th</sup>).*

Observasi yang telah dilaksanakan memperlihatkan jika kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh pihak Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember kepada pelanggan cukup baik. Hal ini ditunjukkan oleh pegawai yang ramah, baik, dan berpakaian sopan, dan juga kondisi warung makan yang bersih dan rapi. Menurut Tjiptono (2015:16) pelayanan adalah suatu perilaku menawarkan dari satu pihak ke pihak lain yang akan menciptakan rasa puas tersendiri terhadap salah satu pihak. Kualitas pelayanan akan dinilai baik oleh pelanggan apabila pemilik usaha setidaknya menyajikan layanan sama seperti yang diharapkan pelanggan, namun sebaliknya apabila pelanggan memperoleh pelayanan kurang dari apa yang diharapkan maka pelayanan tersebut akan dinilai tidak baik oleh pelanggan. Warung makan Bank One 2 memilih konsep warung bebas, yaitu pelanggan bebas mengambil sendiri menu makanan sesuai selera dan dengan porsi yang diinginkan, akan tetapi pegawai warung makan tersebut tetap memberikan pelayanan seperti kasir dan pegawai khusus yang membantu pelanggan dalam mengambil makanan.

Angket penelitian yang telah disebar secara *online* kepada responden yaitu pelanggan Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember yang mayoritas adalah mahasiswa menunjukkan hasil bahwa mayoritas pelanggan menjawab sangat setuju jika pelayanan yang diberikan pegawai sangat cepat, sehingga tidak perlu menunggu lama. Para pegawai juga sopan saat melayani pelanggan dan juga pihak warung makan dapat memberikan keterangan yang lengkap mengenai menu yang dijual dengan baik. Pihak warung makan pun bisa memberi pelayanan yang sama dengan kebutuhan pelanggan serta dapat dengan cepat menanggapi komplain atau keluhan yang dilakukan oleh pelanggan, selain itu pihak warung makan juga menjual makanan dan minuman dengan bahan yang berkualitas.

Pihak warung makan dapat memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa puas. Pihak warung makan juga dapat menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan, fasilitas dan peralatan yang digunakan pada warung makan lengkap dan bersih, serta pegawai pada warung makan tampil bersih dan menarik. Keunggulan yang dimiliki oleh warung makan Bank One 2 utamanya menghadapi masa Pandemi Covid 19 seperti sekarang yaitu penyediaan layanan *Delivery Order* kepada para konsumen mulai warung buka sampai tutup. Pelayanan *Delivery Order* dilakukan secara cepat tidak perlu mengantri lama, dan juga pada pelayanan *Delivery Order* makanan dikemas dengan bersih dan aman.

Menu makanan yang berkualitas merupakan menu yang memiliki *taste* yang nikmat serta sama seperti ekspektasi pelanggan serta memiliki ciri khas sendiri sehingga pelanggan merasa puas, seperti halnya dengan menu makanan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember, sedangkan menurut Hartono (2004:7) makanan dengan tampilan dan cita rasa yang menarik akan menggugah selera pelanggan untuk menikmatinya, dan akan memberikan respon yang positif jika makanan tersebut sesuai dengan keinginannya. Berdasarkan pendapat diatas maka dapat diketahui bahwa cita rasa memang menjadi pertimbangan utama pada tingkat kepuasan pelanggan di Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Muhammad Miftahul Munir (2014) yaitu dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa 79,3% yang diperoleh dari cita rasa dan pelayanan, dan sisa 20,7% dijabarkan oleh variabel independent yang tidak diukur, dalam parsial variabel cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 42,2%, dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 37,1%.

Keunggulan yang dapat dibedakan dengan penelitian lain ialah pada penelitian ini memberikan pelayanan secara *online* dengan sistem *delivery order* dikarenakan adanya pandemi Covid 19, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya melayani pembelian langsung di rumah makan saja. Adanya pelayanan *delivery order* tentu saja akan banyak menarik minat pembeli untuk membeli makanan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember.

Pemaparan diatas menyimpulkan bahwa variabel cita rasa dan kualitas pelayanan merupakan hal penting dalam berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember. Hasil penelitian dan pembahasan membuktikan adanya signifikan antara cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember. Hal ini membuktikan penelitian telah sesuai tujuan dikarenakan hasil penelitian membuktikan adanya signifikansi antara variabel bebas kepada kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember. Cita rasa ialah yang paling dominan dalam Penelitian pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember.

## **PENUTUP**

Mengacu pada analisis data dan pembahasan terkait cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember maka dapat dikatakan adanya signifikansi cita rasa dan pelayanan kepada kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember yaitu sebesar 84,8%. Sedangkan untuk pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Makan Bank One 2 di Jalan Mastrip Jember yaitu pada variabel cita rasa sebesar 57,3183%.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Hartono, Jogiyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Jones, W. 2000. *Food quality analysis*. Oregon: Noni Blessing Holdings
- Kirana, Dita. 2018. *Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Rumah Makan "Kedai Sambel Bandel" di Magetan*. Skripsi. Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Kotler, Philip., K. L. Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.
- Muhammad Miftahul M, M. 2014. *Analisis Pengaruh Citarasa Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet Cabang Kartosuro (Solo) Di Pekanbaru*. Skripsi. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau.
- Siswanto, 2018. *Gizi Masyarakat*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Soedarmo, Hartoto. 2006. *Menjadi Kaya dengan UKM Otomotif Roda Dua*. Tangerang: AgroMedia.
- Sugiarto, E. 2017. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Winarno, F.G. 2008. *Kimia Pangan dan Gizi*. Bogor: M-Biro Press.