

## ***The Influence Of Service Quality And Taste On Consumer Loyalty At Pecel Lele Mama Suka Medan***

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pecel Lele Mama Suka Medan**

**Silvia<sup>1</sup>, Feriani Astuti Tarigan<sup>2\*</sup>, Irwadi<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen, S.T. Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi  
Rekayasa Teknologi, Medan, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

[silvia@gmail.com](mailto:silvia@gmail.com)<sup>1</sup>

\*Corresponding Author

---

#### **ABSTRACT**

*Pecel Lele Mama Suka is located at Jalan Platina VII D No.71, Titi Papan, Medan Deli District, Medan City. However, the tight competition between catfish pecel businesses in Medan City has made Mama Suka's Pecel Lele business experience a decline from year to year. This is known due to poor service quality and also complaints about the taste of Pecel Lele Mama Suka which cannot provide satisfaction. The population in this study are all consumers who make purchases at Pecel Lele Mama Suka whose numbers are not known with certainty or bias. Because the population is unknown, the sampling technique used is the Lemeshow formula. It can be explained that the sample calculation with the Lemeshow formula approach can be used to calculate the number of samples with an unknown population. For the sampling technique used, namely accidental sampling where respondents will be randomly selected into a research sample of 96 respondents. The results showed that there was a partially significant positive influence between Service Quality on Consumer Loyalty at Pecel Lele Mama Suka. There is a partially significant positive influence between Taste on Consumer Loyalty at Pecel Lele Mama Suka. There is a significant and positive influence between the variables of Service Quality and Taste simultaneously on Consumer Loyalty at Pecel Lele Mama Suka.*

**Keywords:** Service Quality, Taste, Consumer Loyalty

#### **ABSTRAK**

Pecel Lele Mama Suka berlokasi di jalan Platina VII D No.71, Titi Papan, Kecamatan Medan Deli, Kota Medan. Namun, ketatnya persaingan antara usaha pecel lele di Kota Medan membuat usaha Pecel Lele Mama Suka mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal tersebut diketahui akibat kualitas pelayanan yang kurang baik dan juga adanya keluhan mengenai cita rasa dari Pecel Lele Mama Suka yang kurang dapat memberikan kepuasan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Pecel Lele Mama Suka yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti atau bias. Karena populasinya tidak diketahui, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Lemeshow. Dapat dijelaskan bahwa perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Untuk teknik sampling yang digunakan yaitu accidental sampling dimana responden akan dipilih secara acak menjadi sampel penelitian sebanyak 96 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pecel Lele Mama Suka. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen pada Pecel Lele Mama Suka. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pecel Lele Mama Suka.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Loyalitas Konsumen

#### **1. Pendahuluan**

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia memiliki kebutuhan dasar yang paling penting, yaitu makanan dan minuman. Kebutuhan akan makanan terus meningkat seiring dengan

pertumbuhan populasi, terutama di daerah perkotaan yang padat penduduk. Peningkatan ini membuka peluang besar bagi usaha di bidang makanan, yang menjanjikan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, para pengusaha perlu mengembangkan usahanya agar dapat terus maju dan berkembang. Pengembangan usaha yang efektif sebaiknya dimulai dari diri sendiri dan memerlukan strategi yang baik agar usaha tersebut dapat bertahan lama dan terus berkembang.

Untuk memastikan perkembangan usaha sesuai dengan tujuan yang diinginkan, sangat penting bagi pengusaha untuk memperhatikan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen adalah bentuk kesetiaan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa secara terus-menerus karena mereka merasa puas. Konsumen yang loyal cenderung merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Mendapatkan loyalitas konsumen sangat penting bagi pengusaha mengingat persaingan antar usaha yang semakin ketat saat ini. Persaingan antar usaha makanan semakin ketat, yang ditunjukkan dengan banyaknya usaha kuliner yang tumbuh dan berkembang. Persaingan ini juga disebabkan oleh meningkatnya konsumsi masyarakat di bagian kuliner.

Untuk unggul dan mempertahankan bisnis serta pelanggannya, setiap pengusaha kuliner harus mampu memberikan nilai tambah yang melebihi para pesaingnya, melalui upaya yang kreatif dan inovatif. Bisnis kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang paling menjanjikan mengingat tingginya permintaan pasar akan makanan dan potensi daya beli masyarakat. Kuliner adalah bisnis komersial yang menyediakan layanan makanan dan minuman yang dikelola secara profesional.

Loyalitas adalah urutan pengulangan atau pemilihan pembelian dari merek yang sama dalam semua kasus pembelian yang didasarkan pada komitmen yang mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang menjadi preferensi secara konsisten (Firmansyah, 2019). Loyalitas Pelanggan merupakan kombinasi antara kemungkinan pelanggan untuk membeli ulang dari pemasok yang sama di kemudian hari dan kemungkinan untuk membeli produk dan jasa perusahaan pada berbagai tingkat harga (Tjiptono dan Diana, 2019).

Peluang usaha dalam industri makanan dan minuman diyakini memiliki prospek yang bagus, salah satunya adalah usaha Pecel Lele. Peluang ini relatif lebih mudah untuk dimulai karena hanya membutuhkan modal yang sedikit dan lebih mudah dijalankan dibandingkan usaha lainnya. Oleh sebab itu, tidak mengherankan jika banyak usaha Pecel Lele yang beroperasi di kota-kota besar seperti Kota Medan, termasuk Pecel Lele Mama Suka.

Pecel Lele Mama Suka berlokasi di jalan Platina VII D No.71, Titi Papan, Kecamatan Medan Deli, Kota Medan. Namun, ketatnya persaingan antara usaha pecel lele di Kota Medan membuat usaha Pecel Lele Mama Suka mengalami penurunan dari tahun ke tahun.

Loyalitas konsumen untuk berkunjung kembali melakukan pembelian semakin hari semakin berkurang sehingga banyak konsumen yang biasanya melakukan pembelian mulai jarang kembali untuk membeli produk dari Pecel Lele Mama Suka. Selain itu konsumen yang biasanya sering datang melakukan pembelian secara rutin untuk beberapa saat ini telah jarang kembali melakukan pembelian yang mana hal ini diketahui akibat kualitas pelayanan yang kurang baik dan juga adanya keluhan mengenai cita rasa dari Pecel Lele Mama Suka yang kurang dapat memberikan kepuasan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Muslima & Ernawati, 2020) mendapatkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Agiesta, et al. 2021) mendapatkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Agustin, 2021) mendapatkan hasil penelitian bahwa cita rasa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Sari. 2018) mendapatkan

hasil penelitian bahwa cita rasa tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi: "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pecel Lele Mama Suka Medan."

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **Pengertian Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas adalah urutan pengulangan atau pemilihan pembelian dari merek yang sama dalam semua kasus pembelian yang didasarkan pada komitmen yang mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang menjadi preferensi secara konsisten (Firmansyah, 2019). Loyalitas Pelanggan merupakan kombinasi antara kemungkinan pelanggan untuk membeli ulang dari pemasok yang sama di kemudian hari dan kemungkinan untuk membeli produk dan jasa perusahaan pada berbagai tingkat harga (Tjiptono dan Diana, 2019). Loyalitas adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif yang tercermin dalam pembelian berulang yang konsisten (Wahyoedi dan Suparso 2019). Loyalitas Pelanggan adalah rasa Loyalitas atau keterikatan konsumen terhadap merek (Lase dan Mali, 2020). Loyalitas Pelanggan merupakan sebuah hasil yang didapatkan dari Kepuasan Pelanggan akan sebuah produk barang atau jasa yang memberikan dampak positif bagi perusahaan seperti pembelian yang berulang-ulang (Sari dan Yasa, 2020).

### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2019). Kualitas Pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan dan juga salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk (Sudarso, 2019). Kualitas Pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Ismainar, 2019). Kualitas Pelayanan adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa yang di konsumsi atau dirasakannya (Santoso, 2019). Menurut Kualitas Pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut (Mutiawati, dkk. 2019).

### **Pengertian Cita Rasa**

Cita Rasa adalah atribut dari makanan yang terdiri dari rasa, aroma, rasa dimulut, tekstur, penampilan, dan memiliki suara saat dikunyah (Drummond dan Brefere, 2019). Cita Rasa adalah sebuah selera atau taste dan kesenangan yang dibentuk secara sosial dan budaya (Riyanto, 2019). Cita Rasa merupakan atribut yang intangible yang dapat dipahami dengan benar tidak dengan melalui pengukuran objektif, tetapi dengan interaksi langsung dengan konsumen (Sumarwan, dkk. 2019). Cita Rasa merupakan hasil perpaduan berbagai makanan bumbu yang telah melalui beberapa tahapan pengolahan. Rasa makanan yang dibuat akan dipengaruhi oleh keakuratan bumbu yang diberikan dan cara makanan diproses (Naibaho, 2021). Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan dan pendengaran (Sari dan Sinurat, 2022).

### 3. Metode Penelitian

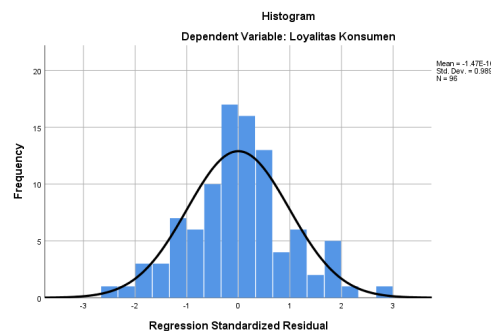
Jenis data didefinisikan sebagai pengelompokan data berdasarkan kriteria tertentu seperti berdasarkan sumbernya dan berdasarkan teknik pengumpulan datanya. Jenis data akan sangat menentukan teknik analisis data (pengolahan data) yang akan digunakan (Yusuf dan Daris, 2019). Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah: data kuantitatif di mana data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan berbagai data lainnya (Wahyudi, 2020).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Pecel Lele Mama Suka yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti atau bias. Karena populasinya tidak diketahui, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus Lemeshow. Dapat dijelaskan bahwa perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Untuk teknik sampling yang digunakan yaitu accidental sampling dimana responden akan dipilih secara acak menjadi sampel penelitian sebanyak 96 sampel penelitian.

### 4. Hasil dan Pembahasan

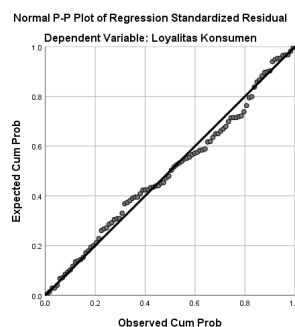
#### Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 1. Histogram Graphic**

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 2. Normal Probability Plot Of Regression Graphic**

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari gambar tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 1. One-Sample Kolmogorov Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57053100
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.054
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

**Tabel 2. Multicollinearity Test**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	1.849	2.069		.894	.374			
	Kualitas Pelayanan	.430	.072	.466	5.979	.000	.618	1.619	
	Cita Rasa	.348	.063	.430	5.517	.000	.618	1.619	

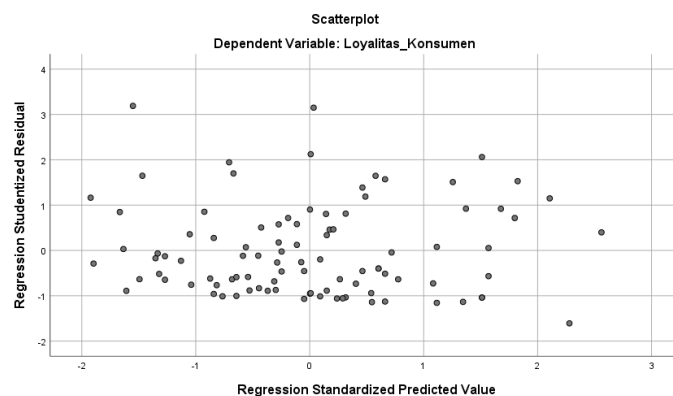
a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 yang dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah pada uji multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 3. Scatterplot Graphic**

Berdasarkan grafik scatterplot yang disajikan dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian berdasarkan masukan dari variabel bebas.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

**Tabel 4. Multiple Linear Regression Analysis Test**

		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.849	2.069		.894	.374		
	Kualitas Pelayanan	.430	.072	.466	5.979	.000	.618	1.619
	Cita Rasa	.348	.063	.430	5.517	.000	.618	1.619

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data diolah, 2024

$$Y = 1,849 + 0,430 X_1 + 0,348 X_2 + e$$

Berdasarkan pada uraian persamaan diatas maka dapat diuraikan berikut:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) = 1,849 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa bernilai 0 maka Loyalitas Konsumen adalah tetap sebesar 1,849.

2. Koefisien  $X_1(b_1) = 0,430$  menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 0,430. Artinya setiap peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan, maka Loyalitas Konsumen akan meningkat sebesar 43%.
3. Koefisien  $X_2(b_2) = 0,348$  menunjukkan bahwa variabel Cita Rasa berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 0,348. Artinya setiap peningkatan Cita Rasa sebesar 1 satuan, maka Loyalitas Konsumen akan meningkat sebesar 34,8%.

### Koefisien Determinasi

*R Square* ( $R^2$ ) sering disebut dengan koefisien determinasi adalah mengukur kebaikan *goodness of fit* dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik jika  $R^2$  semakin mendekati 1. Suatu sifat penting  $R^2$  adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua  $R^2$  dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Adjusted R Square*.

**Tabel 5.**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 <sup>a</sup>	.651	.643	2.598

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

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data diolah, 2024

Pada tabel diatas mengenai pengujian koefisien determinasi, maka diperoleh nilai R Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,643. Hal ini berarti besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen adalah sebesar 64,3% dan sisanya 35,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti lokasi, promosi, potongan harga, periklanan, kepuasan konsumen dan variabel lainnya.

### Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan  $df_1 = (k-1)$  dan  $df_2 = (n-k)$ . Kriteria: Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 6.**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1168.681	2	584.341	86.572	.000 <sup>b</sup>
	Residual	627.725	93	6.750		
	Total	1796.406	95			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

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

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa nilai  $F_{hitung} (16,464) > F_{tabel} (3,21)$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$  sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pecel Lele Mama Suka.

### Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Kriteria: Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 7.**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	1.849	2.069			.894	.374		
Kualitas Pelayanan	.430	.072	.466		5.979	.000	.618	1.619
Cita Rasa	.348	.063	.430		5.517	.000	.618	1.619

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data diolah, 2024

1. Pada Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  (5,979)  $>$   $t_{tabel}$  (1,985) dengan tingkat signifikan 0,000  $<$  0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pecel Lele Mama Suka.
2. Pada Cita Rasa ( $X_2$ ) terlihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  (5,517)  $>$   $t_{tabel}$  (1,985) dengan tingkat signifikan 0,000  $<$  0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen pada Pecel Lele Mama Suka.

### 5. Penutup

#### Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik peneliti dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan mempunyai nilai  $t_{hitung}$  (5,979)  $>$   $t_{tabel}$  (1,985) dengan tingkat signifikan 0,000  $<$  0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pecel Lele Mama Suka.
2. Cita Rasa mempunyai nilai  $t_{hitung}$  (5,517)  $>$   $t_{tabel}$  (1,985) dengan tingkat signifikan 0,000  $<$  0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen pada Pecel Lele Mama Suka.
3. Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa mempunyai nilai  $F_{hitung}$  (16,464)  $>$   $F_{tabel}$  (3,21) dengan signifikansi 0,00  $<$  0,05 sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen pada Pecel Lele Mama Suka. Nilai R Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,643. Hal ini berarti besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen adalah sebesar 64,3% dan sisanya 35,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

#### Saran

Beberapa saran yang diajukan peneliti untuk perkembangan Pecel Lele Mama Suka antara lain sebagai berikut ini:

1. Pecel Lele Mama Suka diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara meningkatkan kehandalannya dalam menyediakan layanan untuk kebutuhan para konsumen yang berkunjung seperti cepat melayani konsumen, penanganan keluhan secara efektif, penyediaan segala kebutuhan konsumen dan akurasi penyampaian informasi. Selain itu juga diharapkan agar dapat lebih responsif terhadap permintaan kebutuhan konsumen yang datang berkunjung.
2. Pecel Lele Mama Suka diharapkan agar dapat meningkatkan cita rasa makanan yang



diberikan kepada konsumen agar konsumen merasa puas setelah mencobanya. Hal tersebut dapat dimulai dengan meningkatkan berbagai unsur dalam cita rasa seperti rasanya, aroma, tekstur, penampilan dan suara saat dinikmati oleh para konsumen.

3. Pecel Lele Mama Suka diharapkan agar dapat meningkatkan loyalitas konsumennya agar Pecel Lele Mama Suka dapat terus menjadi urutan pilihan pertama bagi para konsumen ketika sedang mencari tempat menikmati tempat makan. Selain itu juga dapat membuat Pecel Lele Mama Suka lebih sering direkomendasikan kepada konsumen lainnya. Hal tersebut dapat Pecel Lele Mama Suka lakukan dengan meningkatkan kualitas layanan dan cita rasa yang diberikan kepada para konsumen yang datang berkunjung.

#### Daftar Pustaka

- Amin, Fadillah. (2019). *Antologi Administrasi Publik dan Pembangunan*. Malang: UB Press.
- Dewi Agustin, Ute Chairuz Nasution dan Sri Andayani (2020). Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada "Rm Bebek Ht Di Surabaya.
- Drummond, K. E., dan Brefere, L. M. (2019). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professionals*. Penerbit John Wiley & Sons Incs, Canada.
- Duli, Nikolaus. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Enterprise, Jubilee. (2020). *Lancar Menggunakan SPSS Untuk Pemula*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Fathoroni, Annisa, Nuraini Siti Fatonah, Roni Andarsyah dan Noviana Riza. (2020). *Buku Tutorial Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Dosen Menggunakan Metode 360 Degree Feedback*. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.
- Fatma, Andi Irmayana, Dila Dwiyaniti, Angela Ghiriani Patricia (2023). Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Ghodang, Hironymus. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur Dengan SPSS*. Medan: Penerbit Mitra Grup.
- Herlina, Vivi. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Grasindo.
- Ismainar, Hetty. (2019). *Manajemen Unit Kerja*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Penerbit Thema Publishing, Yogyakarta.
- Larasati, Sri. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish Publisher
- Marsam. (2020). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kompetensi, dan Komitmen Terhadap Kinerja Pegawai pada Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Yapis Cabang Kabupaten Biak Numfor*. Pasuruan: Qiara Media.
- Mulyono. (2020). *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Muslima dan Sri Ernawati (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Percetakan Pena Karya Kota Bima
- Mutiawati, C., dkk. (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Neolaka, Amos dan Grace Amialia Neolaka. (2019). *Landasan Pendidikan (Dasar Pengenalan Diri Sendiri Menuju Perubahan Hidup*. Depok: Kencana.
- Piter Tiong (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati di Makassar.

- Qamar, N., & Farah, S. R. (2020). *Metode Penelitian Hukum Doktrinal dan Non Doktrinal*. Makassar: Social Politic Genius.
- Rini Ratna Nafita Sari (2018). Pengaruh Cita Rasa, Harga, Dan Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Kedai Mie Djoedes Pare).
- Riyanto, S., & Aglis, A. H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Santoso, M. (2019). *Loyalitas Nasabah PDBANK PERKREDITANRAKYAT Wilayah Cirebon*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sari, A. R. P., dan Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Jakarta : Klaten.
- Sudarso, Adriasan. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi Dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sudarsono, Heri. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Media.
- Sugiyono. (2018). *Metode Riset Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sujana, I Wayan. (2019). *Upacara Nyiramag Layon di Merajan Pada Pasek Gede Jong Karem Desa Adat Kapal Kecamatan Mengwi Kabupaten Badug*. Bali. Nilacakra.
- Sumarwan, Ujang., Puspitawati, Herian, Hariadi, Agustinus, & Gazali, Muhammad. (2019). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Tjiptono, Fandy., dan Gregorius, Chandra. (2019). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2019). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Wahyoedi, Soengeng dan Saporso. (2019). *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religitas, Kualitas Pelayanan, Trust dan Loyalitas*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Wahyudi, S. T. (2020). *Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan*. Penerbit UB Press. Jakarta.
- Willyanto Agiesta, Achmad Sajidin dan Perwito (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Lokal Bandung Raya.
- Yuliatwati, L., dkk. (2019). *Pertolongan Pertama Pada Waktu Kuantitatif: Panduan Praktis Menggunakan Softwar JASP*. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Yusuf, M., dan Lukman, D. (2018). *Analisis Data Penelitian Teori & Aplikasi Dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press.