

PENGARUH *DINING EXPERIENCE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUSTIC MARKET BY THE LAKE RESTORAN GRAHA NATURA SURABAYA

Jesslyn Meillycent¹, Steven Jonathan Oslan², Adriana Aprilia^{3*}

^{1,2,3}School of Business and Management Universitas Kristen Petra

Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236, Indonesia

*Penulis korespondensi; E-mail: aprilia@petra.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas makanan dan minuman, kualitas layanan, dan lingkungan fisik yang merupakan dimensi dari *dining experience* terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kausal dengan jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 106 sampel. Metode analisa data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan lingkungan fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya, sedangkan kualitas makanan dan minuman memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya.

Kata kunci: *Dining experience*, kualitas makanan dan minuman, kualitas layanan, kepuasan konsumen, Rustic Market by The Lake.

Abstract: This study aims to analyze the effect of food and beverages quality, service quality, and physical environment which are the dimensions of the dining experience on customer satisfaction at Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. This type of research uses causal quantitative methods with the number of samples used as many as 106 samples. This study uses multiple linear regression for processing data. The results showed that the quality of service and the physical environment have a positive and significant effect on customer satisfaction at Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya, while the quality of food and beverages have a positive but not significant effect on customer satisfaction at Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya.

Keywords: *Dining experience*, food and beverage quality, service quality, customer satisfaction, Rustic Market by The Lake.

PENDAHULUAN

Industri *food and beverage* (F&B) merupakan salah satu industri yang mengalami pertumbuhan paling cepat. Dilansir dari laporan Kemenperin (2022), industri makanan dan minuman (F&B) menyumbang setidaknya 37,77% dari keseluruhan Produk Domestik Bruto (PDB) industri nonmigas, terhitung sejak triwulan I tahun 2022. Salah satu industri F&B yakni restoran *Rustic Market by The Lake Graha Natura*. Restoran ini adalah restoran yang menyuguhkan pemandangan danau dikelilingi rumput hijau yang luas dengan konsep pedesaan khas Eropa yang sangat jarang dijumpai di area perkotaan. Saat memasuki restoran ini, pengunjung akan disuguhkan dengan desain bangunan yang diatur dengan gaya Eropa yang khas. Para staf akan mengantarkan konsumen untuk duduk di area yang telah dipilih. Seragam staf *Rustic Market* memiliki berbagai warna dan berganti warna setiap harinya dilengkapi dengan celemek. Desain tempatnya juga unik dan suasana yang nyaman dengan angin di hamparan rumput hijau yang luas. Setiap sudut area di restoran ini juga dapat dijadikan spot foto yang menarik dengan suasana alam pedesaan gaya Eropa yang kekinian. Hal tersebut dilakukan restoran *Rustic Market by The Lake Graha Natura* untuk menunjang ke-

puasan konsumennya agar dapat bersaing dengan restoran lain yang sejenis. Fenomena tersebut membuktikan bahwa daya saing restoran sendiri akan semakin tinggi apabila kepuasan konsumen juga tinggi. Dari sudut pandang konsumen, kepuasan konsumen dapat diukur dari kualitas makanan dan minuman, kualitas layanan dilihat dari perilaku karyawan restoran, serta lingkungan yang mendukung merupakan aspek *dining experience* yang didapatkan konsumen.

Dining experience merupakan serangkaian pengalaman yang dirasakan oleh konsumen saat sedang makan, di mana suasana dan kenyamanan menjadi aspek utama yang dapat mendorong konsumen untuk mengingat restoran yang dikunjungi (Richardson et al., 2019). Peneliti akan menggunakan variabel yang dijabarkan oleh Canny (2014) mengenai *dining experience* yang mengukur 3 variabel yaitu kualitas makanan dan minuman, kualitas layanan, dan lingkungan fisik, yang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Casual Dining Restaurant Jakarta. Hal tersebut juga diungkapkan pada penelitian yang dilakukan oleh Yong et al. (2013) bahwa terdapat 3 variabel yang menentukan potensi terbaik dari kepuasan konsumen, yaitu kualitas makanan dan minuman, kualitas layanan, dan lingkungan restoran. Perbedaan penelitian Canny (2014) dengan penelitian

ini terletak pada objek penelitiannya yaitu jenis restoran pada penelitian ini adalah restoran tematik dengan tema pedesaan Eropa.

Melihat dari aspek kualitas makanan dan minuman dapat diukur dari variasi menu, rasa, kesegaran, dan temperatur. Dapat pula dilihat dari tampilan makanan yang dihidangkan menarik serta rasa makanan yang dihidangkan juga memuaskan (Ridha, 2022) sehingga dianggap sebagai elemen yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dan merupakan faktor penting dari *dining experience*. Selain itu, kualitas layanan juga diakui sebagai variabel yang paling dominan pada *dining experience* (Canny, 2014). Dapat pula diukur dengan perilaku karyawan yang terdiri dari kompetensi dan keterampilan karyawan dalam menghadirkan sikap ramah menjadi komponen utama dari kualitas layanan (Richardson *et al.*, 2019). Hal tersebut sesuai dengan *dineserv* yang mengukur bukti fisik, empati, daya tanggap, jaminan dan lingkungan fisik (Hansen, 2014). Lingkungan fisik dapat menunjang kepuasan konsumen dengan membantu menciptakan kesan positif antara konsumen dan sebuah objek karena lingkungan yang berbeda dapat menarik para konsumen. Dalam kondisi seperti ini, konsumen menginginkan sebuah pengalaman yang tidak terlupakan dengan suasana yang berbeda dan tidak ingin merasa sedang berada di rumah. Oleh karena itu, tata letak ruangan, desain, warna, dan pencahayaan semuanya mempengaruhi lingkungan fisik (Canny, 2014).

Menurut ulasan beberapa konsumen pada Google Review, tidak hanya lokasinya yang bagus dan nyaman, tetapi makanannya juga enak dan memuaskan. Pelayanan dalam menyajikan makanan juga cepat, namun tiap 5 menit sekali pelayan akan datang untuk mengambil piring dan gelas kosong (Joanita, 2022). Tampilan makanan yang dihidangkan menarik serta rasa dari makanan yang dihidangkan juga memuaskan (Ridha, 2022). Berbagai sudut di Rustic Market by The Lake Graha Natura juga dapat dijadikan spot foto karena memiliki pemandangan yang indah dengan suasananya yang sejuk (Aulia, 2022). Namun, lebih baik mengunjungi restoran ini di luar jam makan siang dan jam makan malam karena antriannya yang cukup panjang (Hadi, 2022). Terutama pada siang hari, udara pada area *indoor* masih terasa panas dikarenakan cuaca di Surabaya yang cenderung panas (Tanaga, 2022). Ulasan terkait antrian dan lingkungan fisik masih ada keluhan dari konsumen.

Berdasarkan observasi dan fenomena yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam *dining experience* yang dapat menentukan kepuasan konsumen *Rustic Market by The Lake Graha Natura* Surabaya.



Gambar 1. Area piknik dekat danau (Sumber: Wisataku.blog)



Gambar 2. Salah satu sudut foto di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya (Sumber: Wisata Milenial)



Gambar 3. Penyajian makanan dan minuman di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya (Sumber: Stephanie Zang)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal dengan populasi pada penelitian ini meliputi seluruh konsumen Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. Sedangkan metode sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Minimal berusia 17 tahun.
2. Pernah berkunjung di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya selama periode 3 bulan terakhir (September – November 2022).

Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan pedoman rumus Lemeshow (2013) untuk menghitung sampel yang diambil dalam penelitian ini. Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini minimum sebanyak 96 responden. Untuk mengantisipasi jawaban responden yang tidak sesuai dengan kriteria maka peneliti memutuskan untuk menyebarkan kuesioner pada 125 responden.

Pengumpulan data berupa kuesioner yang dibuat melalui *google form* dengan skala likert 1-5. Kuesioner yang dibagi menjadi empat bagian yang terdiri dari seleksi atau *screening*, profil responden, pertanyaan mengenai variabel X (kualitas makanan dan minuman, kualitas layanan, dan lingkungan fisik) dan pertanyaan mengenai variabel Y (kepuasan konsumen). Kuesioner penelitian ini didistribusikan secara *on-site* di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya pada area *semi-outdoor* dan *indoor* dengan prosedur terstruktur yakni peneliti mencetak *link google form* yang sudah diubah menjadi *QR code* untuk di scan oleh para responden. Adapun prosedur pengumpulan data yaitu:

- 1) Responden wajib membeli makanan dan minuman di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya.
- 2) Menyebarkan kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditetapkan.
- 3) Menjelaskan secara singkat kepada responden tujuan dari pengisian *experience kuesioner*.
- 4) Meminta kesediaan kepada responden yang sudah selesai makan dan minum untuk mengisi kuesioner.
- 5) Memberikan arahan kepada responden untuk *scan QR code* yang diberikan.
- 6) Memberikan instruksi pengisian kuesioner dan penjelasan secara singkat mengenai bagian-bagian yang harus diisi pada kuesioner.
- 7) Mempersilahkan responden mengisi kuesioner.
- 8) Merekap jawaban responden pada kuesioner.
- 9) Memberikan kode atau label pada jawaban atau data kuesioner yang dianggap valid.
- 10) Menggunakan data yang telah dikumpulkan untuk pengolahan dan analisis.
- 11) Menyusun jawaban dari rumusan masalah yang telah disusun dengan data yang telah diolah dan dianalisis.

Adapun hipotesis yang diajukan pada penelitian ini sebagai berikut:

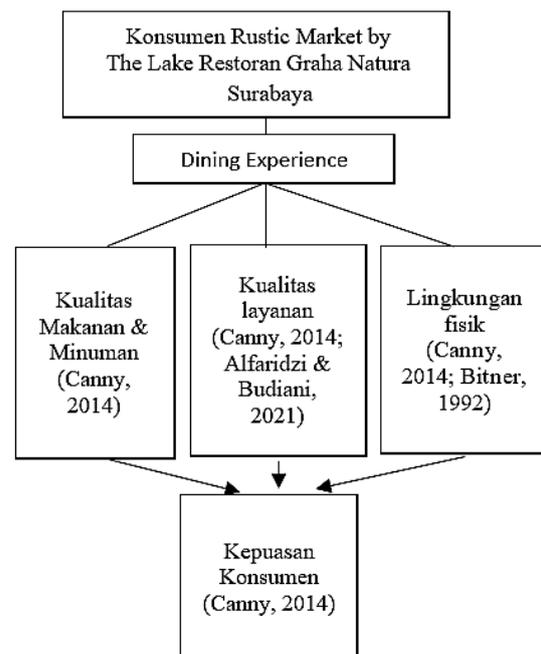
H₁: Kualitas makanan dan minuman pada *dining experience* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Restoran Graha Natura Surabaya.

H₂: Kualitas layanan pada *dining experience* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Restoran Graha Natura Surabaya.

H₃: Lingkungan fisik pada *dining experience* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Restoran Graha Natura Surabaya.

H₄: Variabel kualitas layanan dari *dining experience* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Restoran Graha Natura Surabaya.

Mengacu pada hipotesis, maka kerangka penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan suatu langkah dengan tujuan untuk mengukur ketepatan indikator yang digunakan dalam suatu penelitian. Untuk melakukan uji validitas suatu indikator dapat dilakukan dengan membandingkan nilai kelayakan (r) suatu indikator dengan nilai r tabel yang ditetapkan (Sugiyono, 2013). Nilai r tabel digunakan untuk mendefinisikan batas validitas suatu indikator ditetapkan sebesar $r = 0,361$. Untuk uji reliabilitas, kriteria pengukuran ini dapat

diperoleh ketika nilai *cronbach's alpha* > dari 0,6 maka dapat dikatakan reliabel, tetapi ketika nilai *cronbach's alpha* < dari 0,6 maka dapat dinyatakan tidak reliabel.

Uji validitas dan reliabilitas pada *pilot study* kepada 30 responden yang dilakukan menggunakan *software* SPSS seluruh butir indikator mempunyai nilai *r* di atas 0,361 yang berarti valid dan dapat dilanjutkan untuk digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan berdasarkan uji reliabilitas, semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *cronbach alpha* 0,6 pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas makanan dan minuman	0.781	0.6	Reliabel
Kualitas layanan	0.720	0.6	Reliabel
Lingkungan fisik	0.857	0.6	Reliabel
Kepuasan konsumen	0.692	0.6	Reliabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun Sebanyak 106 data yang didapat, diolah setelah pengisian kuesioner dan pada tabel profil responden peneliti menggunakan ($n = 106$). Dalam penelitian ini profil responden yang dikumpulkan meliputi jenis kelamin, usia, uang saku setiap bulan, biaya sekali makan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya, berapa kali mengunjungi Rustic market by The Lake Graha Natura Surabaya dalam waktu 3 bulan terakhir. Tabel 2 merupakan profil responden pada penelitian ini.

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas adalah wanita sebanyak 65 orang (61,3%). Sisanya adalah pria sebanyak 41 orang (38,7%). Responden yang mendominasi berusia 17-29 tahun sebanyak 95 responden (89,6%) dan yang paling sedikit adalah di bawah 17 tahun dan di atas 54 tahun sebanyak 0 responden (0%). Uang saku setiap bulan didominasi antara Rp. 1.000.000,- hingga Rp. 5.000.000,- sebanyak 67 responden (63,2%) dan yang paling sedikit adalah di atas Rp. 10.000.000,- sebanyak 11 responden (10,4%). Biaya untuk sekali makan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya ini didominasi pada rentang antara Rp. 200.000,- hingga Rp. 300.000,- dengan total 51 responden (48,1%) dan yang paling sedikit di atas Rp. 500.000,- sebanyak 2 responden (1,9%). Untuk berapa banyaknya responden berkunjung ke Rustic market by The Lake Graha Natura Surabaya paling banyak konsumen 1x sebanyak 76 responden (67,9%) dan paling sedikit adalah lebih dari 3x sebanyak 4 responden (3,8%). Konsumen paling lama menghabiskan waktu di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya selama 2-3 jam 70

responden (66%) dan paling sedikit lebih dari 3 jam sebanyak 15 responden (14,2%). Responden paling banyak pergi ke Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya ini bersama teman sebanyak 64 responden (60,4%) dan paling sedikit bersama rekan kerja sebanyak 1 responden (0,9%). Konsumen paling banyak datang ke Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya bertujuan untuk mencari spot foto sebanyak 58 responden (54,7%) dan paling sedikit adalah menghadiri ulang tahun dan mencari teman dengan 1 responden (0,9%).

Analisis Statistik Deskriptif

Peneliti menggunakan analisis statistik deskriptif untuk menginterpretasikan jawaban dari responden mengenai 35 indikator dan mengelompokkan ke dalam 5 kelas tanpa menarik kesimpulan, menjelaskan hubungan antar variabel yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) (dengan nilai 1,00 – 1,80)
2. Tidak Setuju (TS) (dengan nilai 1,81 – 2,60)
3. Cukup Setuju (CS) (dengan nilai 2,61 – 3,40)
4. Setuju (S) (dengan nilai 3,41 – 4,20)
5. Sangat Setuju (SS) (dengan nilai 4,21 – 5,00)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa variabel kualitas makanan dan minuman memiliki nilai *mean* sebesar 4.13 secara keseluruhan yang menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan indikator-indikator pada variabel kualitas makanan dan minuman, selain itu standar deviasi untuk indikator kualitas makanan dan minuman memiliki nilai 0,752 yang berarti menunjukkan jawaban setiap responden bervariasi. Indikator pada variabel kualitas makanan dan minuman yang memiliki nilai *mean* tertinggi sebesar 4.36 ada pada pernyataan X_7 , yaitu "Presentasi (tampilan) makanan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya menarik". Hal ini menegaskan bahwa responden setuju makanan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki presentasi (tampilan) yang menarik.

Mengacu pada Tabel 4 dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai *mean* sebesar 4.23 secara keseluruhan yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan indikator-indikator pada variabel kualitas layanan, selain itu standar deviasi untuk indikator kualitas layanan memiliki nilai 0,722 yang berarti menunjukkan jawaban setiap responden bervariasi. Indikator pada variabel kualitas layanan yang memiliki nilai *mean* tertinggi sebesar 4.40 ada pada pernyataan X_{11} , yaitu "Staf Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki sifat yang ramah". Hal ini menegaskan bahwa responden setuju bahwa staf Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki keramahan yang baik.

Tabel 2. Profil responden

No	Kategori	n	%
Jenis Kelamin			
1	Pria	41	38,7%
2	Wanita	65	61,3%
Usia			
1	Di bawah 17 tahun	0	0%
2	17 - 29 tahun	95	89,6%
3	30 – 41 tahun	4	3,8%
4	42 – 53 tahun	7	6,6%
5	Di atas 54 tahun	0	0
Uang saku setiap bulan			
1	Di bawah Rp. 1.000.000,-	16	15,1%
2	Antara Rp. 1.000.000,- hingga Rp. 5.000.000,-	67	63,2%
3	Antara Rp. 5.000.000,- hingga Rp 10.000.000,-	12	11,3%
4	Di atas Rp. 10.000.000,-	11	10,4%
Biaya sekali makan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya			
1	Di bawah Rp. 200.000,-	39	36,8%
2	Antara Rp. 200.000,- hingga Rp. 300.000,-	51	48,1%
3	Antara Rp. 300.000,- hingga Rp. 500.000,-	14	13,2%
4	Di atas Rp. 500.000,-	2	1,9%
Berapa kali mengunjungi Rustic market by The Lake Graha Natura Surabaya dalam waktu 3 bulan terakhir			
1	1x	72	67,9%
2	2-3x	30	28,3%
3	Lebih dari 3x	4	3,8%
Berapa lama anda menghabiskan waktu saat berada di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya			
1	1 jam	21	19,8%
2	2-3 jam	70	66%
3	Lebih dari 3 jam	15	14,2%
Bersama siapa datang ke Rustic market by The Lake Graha Natura Surabaya			
1	Sendiri	3	2,8%
2	Teman	64	60,4%
3	Pacar	13	12,3%
4	Keluarga	25	23,6%
5	Rekan kerja	1	0,9%
Tujuan datang ke Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya			
1	Mencari spot foto	58	54,7%
2	Urusan bisnis	6	5,7%
3	Berkumpul dengan keluarga	28	26,4%
4	Makan	4	3,7%
5	Berkumpul dengan teman	6	5,4%
6	Kencan	2	1,8%
7	Menghadiri ulangtahun teman	1	0,9%
8	Mencari teman	1	0,9%

Tabel 3. Hasil tanggapan responden terhadap kualitas makanan dan minuman

Kualitas Makanan dan Minuman				
No	Pernyataan	Mean	Std Deviasi	Keterangan
Kesegaran				
X ₁	Makanan yang disajikan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki aroma yang sedap.	4.09	0.683	Setuju
X ₂	Minuman yang disajikan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya menggunakan bahan yang segar seperti menggunakan buah yang segar untuk jus.	4.25	0.769	Sangat Setuju
Temperatur				
X ₃	Suhu makanan yang disajikan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya sesuai dengan jenisnya (sup dihidangkan dengan keadaan hangat, salad dihidangkan dengan keadaan dingin).	4.19	0.785	Setuju
X ₄	Suhu minuman yang disajikan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya sesuai dengan jenisnya (jus dihidangkan dingin, jenis minuman panas dihidangkan dengan suhu panas).	4.33	0.713	Sangat Setuju

No	Pernyataan	Mean	Std Deviasi	Keterangan
Rasa				
X ₅	Makanan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki rasa yang enak.	4.01	0.804	Setuju
X ₆	Minuman di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki rasa yang enak, contohnya minuman pada menu mixology memiliki campuran rasa yang pas.	3.95	0.909	Setuju
Presentasi (tampilan)				
X ₇	Presentasi (tampilan) makanan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya menarik.	4.36	0.680	Sangat Setuju
X ₈	Presentasi (tampilan) minuman di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya menarik.	4.33	0.674	Sangat Setuju
<i>Mean</i> Kualitas Makanan dan Minuman		4.13	0.752	Setuju

Tabel 4. Hasil tanggapan responden terhadap kualitas layanan

Kualitas Layanan				
No	Pernyataan	Mean	Std Deviasi	Keterangan
Bukti Fisik				
X ₉	Staf Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya berpenampilan rapi.	4.32	0.669	Sangat Setuju
X ₁₀	Seragam staf Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya menarik.	4.12	0.801	Setuju
Empati				
X ₁₁	Staf Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki sifat yang ramah.	4.40	0.629	Sangat Setuju
Daya Tanggap				
X ₁₂	Staf Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya tanggap dalam melayani konsumen.	4.17	0.837	Setuju
Jaminan				
X ₁₃	Staf Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya menguasai pengetahuan menu makanan dan minuman.	4.35	0.620	Sangat Setuju
X ₁₄	Makanan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya disajikan sesuai dengan buku menu atau foto.	4.23	0.655	Sangat Setuju
X ₁₅	Minuman di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya disajikan sesuai dengan buku menu atau foto.	4.21	0.717	Sangat Setuju
X ₁₆	Makanan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya datang pada waktu yang dijanjikan.	4.12	0.777	Setuju
X ₁₇	Minuman di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya datang pada waktu yang dijanjikan.	4.31	0.797	Sangat Setuju
<i>Mean</i> Kualitas Layanan		4.23	0.722	Sangat Setuju

Tabel 5. Hasil tanggapan responden terhadap lingkungan fisik

Kondisi Sekitar (Ambient Conditions)				
X ₁₈	Suhu dalam ruangan <i>indoor</i> Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya nyaman bagi konsumen.	4.24	0.793	Sangat Setuju
X ₁₉	Suhu dalam area <i>outdoor</i> Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya nyaman bagi konsumen.	4.11	0.876	Setuju
X ₂₀	Pencahayaannya pada area <i>indoor</i> Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya nyaman.	4.35	0.650	Sangat Setuju
X ₂₁	Pencahayaannya pada area <i>outdoor</i> Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya nyaman.	4.26	0.747	Sangat Setuju
X ₂₂	Musik yang diputar di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya mendukung suasana restoran.	4.33	0.702	Sangat Setuju
X ₂₃	Area <i>indoor</i> maupun <i>outdoor</i> di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya terbebas dari bau tidak sedap.	4.32	0.697	Sangat Setuju
X ₂₄	Area Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya luas.	4.60	0.612	Sangat Setuju
X ₂₅	Pemandangan danau dan rumput hijau pada area <i>outdoor</i> Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya menarik perhatian.	4.61	0.610	Sangat Setuju

Tata letak dan fungsionalitas (<i>Spatial layouts and functionality</i>)					
X ₂₆	Perabotan yang ada di area <i>indoor</i> Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya berfungsi dengan baik, contohnya Air Conditioner berfungsi dengan baik.	4.34	0.756	Sangat Setuju	
X ₂₇	Perabotan yang ada di area <i>outdoor</i> Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya berfungsi dengan baik, contohnya kipas angin berfungsi dengan baik.	4.47	0.572	Sangat Setuju	
X ₂₈	Jarak antar meja dan kursi di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya luas.	4.41	0.674	Sangat Setuju	
Tanda, symbol, dan artefak (<i>Sign, symbols, artifact</i>)					
X ₂₉	Simbol atau tanda yang dipasang pada lingkungan restoran Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya jelas (bisa terlihat konsumen dengan mudah), contoh: simbol kamar mandi, tanda ruangan <i>outdoor</i> , dan lain-lain.	4.34	0.662	Sangat Setuju	
X ₃₀	Desain interior Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya sesuai dengan tema restoran.	4.46	0.782	Sangat Setuju	
X ₃₁	Perpaduan warna dekorasi restoran Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya serasi dengan tema.	4.43	0.703	Sangat Setuju	
	<i>Mean</i> Lingkungan Fisik	4.34	0.652	Sangat Setuju	

Tabel 6. Hasil tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen

Kepuasan Konsumen					
No	Pernyataan	Mean	Std Deviation	Keterangan	
Ekspetasi					
Y ₁	Saya merasa puas dengan makanan, layanan, dan lingkungan fisik yang ada di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya.	4.44	0.570	Sangat Setuju	
Y ₂	Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya sesuai dengan ekspektasi saya.	4.24	0.659	Sangat Setuju	
Perasaan					
Y ₃	Saya merasa senang dapat mengetahui dan berkunjung ke Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya.	4.35	0.678	Sangat Setuju	
Pengalaman Selama di Restoran					
Y ₄	Saya mempunyai kesan yang baik di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya.	4.46	0.603	Sangat Setuju	
	<i>Mean</i> Kepuasan Konsumen	4.32	0.627	Sangat Setuju	

Tabel 7. Hasil uji regresi linier berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.488	1.559		0.964	0.342
1 Kualitas makanan dan minuman	0.078	0.045	0.156	1.174	0.085
2 Kualitas layanan	0.135	0.051	0.274	2.672	0.009
3 Lingkungan fisik	0.185	0.046	0.388	4.042	0.000

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa variabel lingkungan fisik memiliki nilai *mean* sebesar 4.34 secara keseluruhan yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan indikator-indikator pada variabel lingkungan fisik, selain itu standar deviasi untuk indikator lingkungan fisik memiliki nilai 0,625 yang berarti menunjukkan jawaban setiap responden bervariasi. Indikator pada variabel lingkungan fisik yang memiliki nilai *mean* tertinggi sebesar 4.61 ada pada pernyataan X₂₅, yaitu "Pemandangan danau dan rumput hijau pada area *outdoor* Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya menarik perhatian". Hal ini menegaskan bahwa responden sangat setuju pada area *outdoor* Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya, pemandangan

danau dan rumput hijau menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki nilai *mean* sebesar 4.32 secara keseluruhan yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan indikator-indikator pada variabel kepuasan konsumen, selain itu standar deviasi untuk indikator kepuasan konsumen memiliki nilai 0.627 yang berarti menunjukkan jawaban *mean* tertinggi sebesar 4.46 ada pada pernyataan Y₄, yaitu "Saya mempunyai kesan yang baik di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya". Hal ini menegaskan bahwa responden sangat setuju Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memberikan kesan yang baik kepada konsumennya.

Dapat disimpulkan persamaan dari penelitian ini $Y = 1.488 + 0.078X_1 + 0.135X_2 + 0.185X_3$ dan menunjukkan bahwa semua variabel *dining experience* masing masing memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar koefisien regresi dengan keterangan sebagai berikut nilai (konstanta) menunjukkan nilai sebesar 1.488 artinya jika nilai variabel independen adalah nol, maka variabel dependen bernilai 1.488. Dalam penelitian ini jika pengaruh kualitas makanan dan minuman, kualitas layanan, dan lingkungan fisik bernilai nol, maka kepuasan konsumen bernilai sebesar 1.488, Nilai koefisien regresi variabel kualitas makanan dan minuman (X_1) = 0.078, artinya jika nilai kualitas makanan dan minuman mengalami kenaikan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.078 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X_2) = 0.135, artinya jika nilai kualitas layanan mengalami kenaikan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.135 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap, Nilai koefisien regresi variabel lingkungan fisik (X_3) = 0.185, artinya jika nilai lingkungan fisik mengalami kenaikan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.185 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Tabel 8. Hasil uji t

Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.
Kualitas makanan dan minuman (X_1)	1.740	1.983	0.085
Kualitas Layanan (X_2)	2.672	1.983	0.009
Lingkungan Fisik (X_3)	4.042	1.983	0.000

Berdasarkan Tabel 8, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas makanan dan minuman mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.085 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga variabel kualitas makanan dan minuman (X_1) memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dinyatakan ditolak.
2. Variabel kualitas layanan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.009 yang berada di bawah 0.05, sehingga variabel kualitas layanan (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dinyatakan diterima.
3. Variabel lingkungan fisik mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.000 yang berada di bawah 0.05, sehingga variabel lingkungan fisik (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dinyatakan diterima.

Melalui hasil uji *t test* dapat diketahui bahwa terdapat 1 variabel yang dinyatakan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, variabel lainnya yaitu kualitas layanan dan lingkungan fisik dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel kualitas makanan dan minuman berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, nilai koefisien regresi variabel kualitas makanan mengalami kenaikan, maka kepuasan konsumen akan meningkat namun hasil uji t dalam penelitian ini ditolak. Berdasarkan hasil penelitian ini, *mean* pada kualitas makanan dan minuman secara keseluruhan baik dalam merespon kualitas makanan dan minuman di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. Indikator variabel kualitas makanan dan minuman yang tertinggi adalah tampilan makanan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki tampilan yang menarik. Namun, hasil analisa menunjukkan tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas makanan dan minuman meskipun sudah baik namun tidak menentukan kepuasan konsumen selama konsumsi di restoran ini. Mengingat suasana dan kondisi Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya yang berbeda dengan kebanyakan restoran di yang ada di Surabaya, di mana konsumen ketika menuju pintu masuk sudah dihadapkan dengan suasana pedesaan Eropa yang dapat dirasakan konsumen. Konsumen mendapatkan kesan pertama yang begitu menarik perhatian dengan lingkungan fisik terutama di *outdoor* restoran, sehingga segera ingin berfoto di sudut-sudut yang tersedia. Hal inilah yang membentuk persepsi konsumen terhadap lingkungan fisik yang kuat dibandingkan dengan kualitas makanan dan minuman yang dinikmati di restoran ini.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Canny (2014) pada *casual dining restaurant* di Jakarta; Andika & Sudarwanto (2021) pada Kebun Coklat Café dan Resto di Balongbendo; Evirasanti et al. (2016) di Mentis Restoran; Suhartanto (2018) di Hotel Manohara Center of Borobudur Study. Hal ini disebabkan Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki konsep restoran tematik yang berbeda dengan restoran yang ada pada penelitian Canny (2014) yang mengangkat konsep *Casual Dining Restaurant*. Pada Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya ini konsumen lebih fokus pada lingkungan fisik yang lebih

dijual oleh pihak restoran untuk berfoto-foto dan mengakibatkan kualitas makanan dan minuman berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sudah dikondisikan oleh pihak Rustic Market by The Lake Graha Natura dengan memberlakukan minimal transaksi pada saat *weekend* karena restoran cenderung sangat ramai saat *weekend*. Penelitian-penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kualitas makanan dan minuman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, temuan pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Margo & Pratiknyo (2021) di restoran Surabaya pada era *new normal* yang menemukan bahwa kualitas makanan dan minuman berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran Surabaya pada Era *New Normal*.

Hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan koefisien regresi dapat dinyatakan bahwa kepuasan konsumen akan meningkat. Hasil uji t dalam penelitian ini diterima dan berdasarkan *mean* pada kualitas layanan yaitu secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju mengenai variabel kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya sudah baik. Indikator kualitas layanan yang tertinggi yaitu staf Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya memiliki sifat yang ramah. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa hipotesis (H₂) yang berbunyi “Kualitas layanan pada *dining experience* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Restoran Graha Natura Surabaya” diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Canny (2014) pada *casual dining restaurant* di Jakarta yang menyatakan bahwa kualitas layanan adalah faktor terpenting dalam variabel *dining experience* yang mempengaruhi kepuasan konsumen; Margo & Pratiknyo (2021) di restoran Surabaya pada era *new normal*; Andika & Sudarwanto (2021) pada Kebun Coklat Café dan Resto di Balongbendo; Alfaridzi & Budiani (2021) pada rumah makan X yang berada di Kabupaten Jombang; Evirasanti et al. (2016) di Mentis Restoran; Skawanti & Suhendar (2022) di restoran Raisha Butik Hotel Bogor; Suhartanto (2018) di Hotel Manohara *Center of Borobudur Study*; Lestari (2020) di Waroeng Steak and Shake cabang Margonda, dimana penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis 3 menyatakan variabel lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel lingkungan fisik berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan koefisien regresi kepuasan konsumen akan meningkat dan hasil uji t menunjukkan bahwa ling-

kungan fisik dinyatakan mempunyai pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil *mean* lingkungan fisik secara keseluruhan responden menjawab sangat setuju mengenai variabel lingkungan fisik. Indikator variabel lingkungan fisik yang tertinggi bahwa pemandangan danau dan rumput hijau pada area *outdoor* Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya menarik perhatian. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa hipotesis (H₃) yang berbunyi “Lingkungan fisik pada *dining experience* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Restoran Graha Natura Surabaya” diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Canny (2014) pada *casual dining restaurant* di Jakarta; Margo & Pratiknyo (2021) di restoran Surabaya pada era *new normal*; Andhika & Sudarwanto (2021) pada Kebun Coklat Café dan Resto di Balongbendo; Evirasanti et al. (2016) di Mentis Restoran; Suhartanto (2018) di Hotel Manohara *Center of Borobudur Study*, dimana hasil dari penelitian terdahulu bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen ditolak. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa lingkungan fisik mendapatkan nilai tertinggi. Hal ini didukung dengan observasi peneliti langsung datang ke Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. Peneliti menemukan bahwa mayoritas tujuan konsumen berkunjung karena tertarik dengan pemandangan danau dan rumput hijau pada area *outdoor* Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. Dimana pada sosial media Instagram, Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya dijuluki konsumen sebagai restoran yang *Instagramable*. Hal ini menunjukkan bahwa restoran tersebut memiliki banyak sudut foto yang bagus dan cocok untuk dijadikan konten di sosial media Instagram. Hal tersebut juga didukung oleh data pada profil responden yang menyatakan bahwa sebesar 54,7% konsumen paling banyak datang dengan tujuan berfoto pada sudut-sudut foto yang menarik. Dimana mayoritas konsumen yang berkunjung adalah wanita sebesar 61,3% dengan mayoritas usia 17-29 tahun. Oleh karena itu, hipotesis (H₄) yang berbunyi “Kualitas layanan dari *dining experience* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Restoran Graha Natura Surabaya” ditolak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas makanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. Hal ini didukung data bahwa konsumen datang ke

restoran ini dengan tujuan utama berfoto, meskipun tampilan makanan dan minumannya menarik.

2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan keramahan staf restoran ini dalam melayani konsumen.
3. Lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. Hal ini dikuatkan dengan data bahwa konsumen sangat terkesan dengan danau dan rumput hijau yang terbentang sehingga konsumen merasakan suasana yang berbeda dengan restoran lainnya yang ada di Surabaya ketika menyantap makanan dan minuman.
4. Lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Rustic Market by The Lake Graha Natura Surabaya. Hal ini terbukti bahwa konsumen datang ke restoran ini untuk mencari sudut-sudut foto yang *instagramable* yang akan diunggah di media social konsumen.

Adapun saran pada penelitian ini adalah:

1. Mengingat variabel lingkungan fisik yang mempunyai pengaruh paling dominan, pihak manajemen dapat melakukan perawatan secara berkala terhadap fasilitas di area *outdoor* khususnya sehingga sudut-sudut foto terlihat terawat, bersih, rapi dan menarik sebagai latar foto yang *instagrammable*.
2. Mempertimbangkan kenyamanan bagi konsumen yang bersantap di area *outdoor* untuk diberikan semacam kanopi agar lebih nyaman terhadap panas yang menyengat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaridzi, M. F., & Meita S. B. (2021). Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan X. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(8), 17-31
- Andika, I. S., & Tri S. (2021). Pengaruh atribut dining experience terhadap kepuasan pelanggan pada Kebun Coklat Cafe & Resto Balongbendo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1069-1075.
- Canny, I. U. (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*, 5(1), 25- 29.
- Evirasanti, M., Rahyuda, K., & Kerti Yasa, N. N. (2016). Pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan dan behavioral intentions (Studi di Metis Restaurant). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(12), 4331-4358
- Hansen, K.V. (2014). Development of SERVQUAL and DINESERV for measuring meal experiences in eating establishments. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(2), 116 - 134.
- Kementerian Perindustrian. (2022, July 5). *Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*. Retrieved from <https://www.kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri%20Makanan-danMinuman-Tembus-37,77-Persen>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *According to Kotler & Keller: Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Lestari, N. E. P. (2020). Hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Waroeng Steak and Shake Cabang Margonda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 18(2), 107-115.
- Margo, J. S., & Pratiknyo, C. (2020). Pengaruh dining experience terhadap kepuasan konsumen di Restoran Surabaya pada era new normal. *Jurnal Hospitality dan Manajemen*, 9(1), 1-16.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi*, 7(2), 113-125
- Richardson, S., Lefrid, M., Jahani, S., Munyon, M. D., & Rasoolimanesh, S. M. (2019). Effect of dining experience on future intention in quick service restaurants. *British Food Journal*, 121(11), 2620-2636.
- Skawanti, J. R., & Suhendar, R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Raisha Butik Hotel Bogor. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 111- 121.
- Suhartanto, A. Y., & Hidayat, A. (2018). Pengaruh kualitas lingkungan fisik, makanan, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra restoran, dan word of mouth (Studi kasus pada Hotel Manohara Center of Borobudur Study). *Seminar Nasional dan The 5th Call for Syariah Paper*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan & Keahlian*. (6th ed.). Surabaya, Indonesia: Selemba Empat.
- Yong, C. K., Siang, D. O. C., Lok, T. Y., & Kuan, W. Y. (2013). Factors influencing dining experience on customer satisfaction and revisit intention among undergraduates towards fast food restaurants. (Unpublished doctoral dissertation) *Bachelor of International Business (HONS)*. University Tunku Abdul Rahman, Petaling Jaya, Malaysia.