

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA YOOMI *KITCHEN*

TEO BRAMANTO

22612010039

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Cita Rasa secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Yoomi *Kitchen*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh menggunakan teknik purposive sampling dan dihitung menggunakan rumus Lemeshow. Data diolah menggunakan SPSS Versi 21 dengan metode analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung > t tabel sebesar $2,076 > 1,660$, dan cita rasa secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung > t tabel sebesar $7,470 > 1,660$. Secara simultan, kualitas pelayanan dan cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung > F tabel sebesar $78,677 > 3,09$. Nilai R Square sebesar 0,619 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 61,9% dan 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Kepuasan Konsumen

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND TASTE TOWARDS
CUSTOMER SATISFACTION AT YOOMI KITCHEN**

TEO BRAMANTO

22612010039

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality and Taste partially and simultaneously towards Customer Satisfaction at Yoomi Kitchen. This study uses a quantitative approach with a sample of 100 respondents obtained through purposive sampling technique and calculated using the Lemeshow formula. Data were processed using SPSS Version 21 with multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that service quality partially affects customer satisfaction with $t\text{-value} > t\text{-table}$ of $2.076 > 1.660$, and taste partially affects customer satisfaction with $t\text{-value} > t\text{-table}$ of $7.470 > 1.660$. Simultaneously, service quality and taste affect customer satisfaction with $F\text{-value} > F\text{-table}$ of $78.677 > 3.09$. The R Square value of 0.619 indicates that both independent variables explain 61.9% of customer satisfaction, while the remaining 38.1% is influenced by other variables outside this study.

Keywords: *Service Quality, Taste, Customer Satisfaction*