

PENGARUH CITA RASA DAN VARIASI MENU TERHADAP TINGKAT KEPUASAAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN ANEKA SEBLAK SEI PANAS KOTA BATAM

Miratia Afriani

Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam
miratiaafriani@gmail.com

Tito Pratama

Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam
tito@btp.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of taste and menu variations on the level of consumer satisfaction at Aneka Seblak Sei Panas Restaurant, Batam City. The research used is quantitative research. The population used in this study are consumers who are at Aneka Seblak Restaurant. The sampling technique used is accidental sampling, which is based on chance, which means that consumers buy products at Aneka Seblak Restaurant. The number of samples in this study were 300 respondents who were consumers of Aneka Seblak Restaurant. The data collection method used in this research is by distributing questionnaires. The data analysis technique used in this research is the multiple linear regression method, T test, F test and the determinant coefficient (R²) with SPSS 26 program. The results of the normality test from the Kolmogorov Smirnov test showed that the residual research data had a normal distribution of $0.267 > 0.05$. The results of the multicollinearity test and heteroscedasticity test showed that all variables were free from the symptoms of multicollinearity and heteroscedasticity. The results of the multiple linear test show that all independent variables are positive. That is, if there is an increase of 1%, the value of the dependent variable will also increase. The results of this study indicate that (1) the results of the T test on the taste variable (X₁) are $2.133 > 1.96790301$, Menu variation (X₂) is $4.926 > 1.96790301$. So, it can be concluded that there are taste variables and menu variations partially on the level of consumer satisfaction. (2) There is a simultaneous influence of taste and menu variations on purchasing decisions as evidenced by $F_{count} > F_{table}$, $217,014 > 3.0261$ and getting the percentage contribution (R²) of 59.4% and the remaining 40.6% is influenced by other variables

Keywords: Taste and Menu Variations and Level of Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rasa dan variasi menu terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di Rumah Makan Aneka Seblak. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu berdasarkan kebetulan, artinya konsumen membeli produk di Rumah Makan Aneka Seblak. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 300 responden yang merupakan konsumen Rumah Makan Aneka Seblak. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda, uji T, uji F dan koefisien determinan (R²) dengan program SPSS 26. Hasil uji normalitas dari uji Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa data residual penelitian berdistribusi normal sebesar $0,267 > 0,05$. Hasil uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel bebas dari gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Hasil uji linier berganda menunjukkan bahwa semua variabel bebas bertanda positif. Artinya, jika terjadi kenaikan sebesar 1% maka nilai variabel terikatnya juga akan meningkat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) hasil uji T pada variabel rasa (X₁) adalah $2.133 > 1.96790301$, Variasi Menu (X₂) adalah $4.926 > 1.96790301$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel rasa dan variasi menu secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen. (2) Terdapat pengaruh simultan antara rasa dan variasi menu terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$, $217.014 > 3.0261$ dan mendapatkan persentase kontribusi (R²) sebesar 59,4% dan sisanya 40,6% dipengaruhi oleh variabel lain

Kata kunci: Variasi Rasa dan Menu serta Tingkat Kepuasan

PENDAHULUAN

Makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus terpenuhi setiap harinya agar manusia dapat tetap hidup. Pengertiannya sendiri adalah bahan-bahan yang diperlukan tubuh yang dapat dimakan dan diminum yang berfungsi sebagai penyusun tubuh, sumber energi, dan pengatur metabolisme. Sehingga mutu dari setiap jenis makanan pun sangat penting untuk diketahui karena lewat makanan dapat menentukan tinggi atau rendahnya status sosial masyarakat (Andayani, 2006).

Makanan juga dapat menjadi bagian dari kebudayaan yang mencirikan identitas suatu bangsadan atau suatu daerah yang diciptakan oleh sekelompok manusia didaerahnya. Berdasarkan haltersebut maka makanan yaitu sendiri dapat disebut sebagai makanan tradisional karena diciptakan disuatu daerah tertentu. Salah satu makanan tradisional yang sudah terkenal dikalangan masyarakat adalah Seblak yaitu makanan khas ataukuliner Kota Bandung (Andayani, 2006; Saputra, dkk., 2020).

Rumah makan merupakan tempat usaha yang melayani tamu yang datang dengan ruang lingkup kegiatannya menyediakan makanan dan minuman yang bersifat komersial (Indah, 2012). Seblak merupakan salah satu jenis jajanan makanan yang di siapkan di tempat penjual seblak yang berasal dari kata "nyeblak" dalam Bahasa Sunda yang mempunyai arti 'megagetkan'. Kata "nyeblak" dipakai untuk mewakili reaksi seseorang kala mencicipi makanan berkuah pedas. Seblak yang dimasak dengan kerupuk yang masih mentah dan bisa menambahkan *topping* sesuai selera lalu dimasak dengan bumbu tertentu. Cita rasa yang dimiliki oleh seblak yaitu rasa gurih dan pedas dan memiliki ciri khas aroma kencur dan bahan lainnya terdiri dari kerupuk, sayuran sawi, telur, yang dimasak dengan menggunakan kencur dan cabai merah kering yang sudah dihaluskan.

Seblak memiliki berbagai macam menu yaitu, seblak basah, seblak lembab dan seblak kering. Menu merupakan salah satu susunan daftar pada makanan yang sudah tersusun dengan harga yang sangat menarik, agar konsumen tertarik dengan menu yang ditawarkan. Salah Satu Menu yang disukai konsumen yaitu Seblak Kerupuk ceker, Seblak Mie Komplit dan Seblak Kerupuk.

Aneka seblak merupakan salah satu jajanan kuliner atau disebut dengan makanan pengganti masa luang yang sangat di minati oleh generasi muda salah satunya di daerah Kota Batam berlokasi yang berada di Jl. Pd. Asri Indah No. 1. Sungai Panas, yang sudah berdiri sejak 2017.

Menu yang disediakan juga bervariasi yakni seblak mie komplit, seblak ceker kerupuk, seblak mie, seblak kerupuk, seblak cuanki. Keunikan pada Rumah Makan Aneka Seblak adalah memiliki cita rasa khas tersendiri salah satu menu yang diminati oleh konsumen yaitu mie seblak komplit dan seblak kerupuk.

Variasi menu Lebih banyak dibandingkan rumah makan seblak di tempat lainnya. Survei awal peneliti melihat Rumah Makan Aneka Seblak ramai pengunjung. Menurut hasil observasi peneliti yang sering berkunjung dan melihat banyak yang antri untuk membeli jajanan aneka seblak tersebut. Menu yang ditawarkan juga sangat diminati oleh konsumen yang ada di Rumah Makan Aneka Seblak. Menu Rumah Makan Aneka Seblak di sajikan begitu menarik dengancita rasa gurih, pedas kuah dari seblak yang membuat rasanya berbeda dari tempat yang lain. Hal ini yang membuat konsumen kembali berkunjung untuk mencoba kembali menu seblak lainnya. Tingkat kepuasan atau disebut dengan pendapat pribadi pada jajanan pada Rumah Makan Aneka Seblak sangat meningkat yakni di kalangan generasi muda salah satunya pada remaja perempuan maupun laki-laki. Pada saat peneliti mengunjungi rumah makan aneka seblak, konsumen berpendapat bahwa mereka sudah melakukan pembelian lebih dari satu kali berkunjung. Hal ini yang membuat konsumen kembali berkunjung karena cita rasa yang khas dari warung aneka seblak tersebut. Selain itu harga yang di tawarkan juga terjangkau di kalangan para remaja.

Penulis bertanya kepada salah satu konsumen yang berada di rumah makan aneka seblak kemudian konsumen memberikan pernyataan bahwa, konsumen yang sudah melakukan pembelian ulang lebih dari satu kali. Cita rasa yang khas dari warung aneka seblak tersebut yang membuat konsumen ingin berkunjung kembali dan harga yang di tawarkan juga terjangkau di kalangan para remaja. Hal ini berpengaruh pada tingkat kepuasan remaja perempuan maupun laki-laki pada usaha kuliner jajanan aneka seblak.

Kepuasan konsumen merupakan suatu rarasuka atau kecewa ketika muncul dalam hal

membandingkan sebuah kinerja atau hasil yang diharapkan (kolter, 2016:153). Kepuasan konsumen dikatakan dapat memuaskan konsumen dengan hasil kinerja yang diharapkan konsumen merasa puas dan senang. Hal ini yang membuat konsumen membeli suatu produk secara berulang-ulang kali. Jika sebuah kinerja ini tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka akan menyebabkan konsumen tidak merasa puas dan pada akhirnya konsumen tidak berkunjung kembali. Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul "**Pengaruh Cita Rasa dan Variasi Menu terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Rumah Makan Aneka Seblak Kota Batam**"

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian dengan cara mengumpulkan data-data berbentuk angka yang dapat dihitung, Angka-angka yang diperoleh inilah yang digunakan untuk melakukan analisa keterangan. Metode penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (2006) yaitu : "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan menggunakan pendekatan purposive sampling. Menurut Sugiyono (2014) purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan google form pada bulan November.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) *version* 26. Analisis data dilakukan dengan beberapa tahap yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis yaitu uji t dan uji f, dan uji r^2

PEMBAHASAN

Berdasarkan jenis kelamin, diperoleh jumlah responden perempuan sebanyak 199

orang atau 66,3% dari total jumlah responden dan responden laki-laki sebanyak 101 orang atau 33,7% dari total jumlah responden. Berdasarkan usia, diperoleh 274 orang berusia 17-25th, 37 orang berusia 26-35th, 20 orang berusia 35-45th dan 3 orang berusia >45 tahun. Berdasarkan pekerjaan, diperoleh 197 orang sebagai mahasiswa, 43 orang sebagai pelajar, 60 orang sebagai 5 lainnya.

Hasil -1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual variabel cita rasa, harga, dan kualitas pelayanan yang sebagai variabel independen (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel independen (Y) berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas, penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Adapun ketentuan dalam pengambilan keputusan uji normalitas ini dengan melihat nilai *Sig. Monte Carlo (2-tailed)* > 0,05 maka dinyatakan residual berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Berikut hasil uji normalitas. Hasil uji normalitas dengan menggunakan bantuan program SPSS 26.0. Dengan demikian data tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga bisa dikatakan berdistribusi normal. Nilai *Kolmogorov Smirnov. Sig (2-tailed)*

Hasil-2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilakukan apabila jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Berikut hasil uji multikolonieritas dengan menggunakan program SPSS *version* 26.

Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients: menunjukkan bahwa nilai tolerance pada variabel cita rasa sebesar 0,519 > 0,1 variabel Variasi menu sebesar 0,519 > 0,1 Selanjutnya, kedua variabel tersebut juga memperoleh nilai VIF < 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari multikolonieritas.

Hasil-3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Metode untuk melihat ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dengan menggunakan *Uji Glejser*. Pada uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES1). Adapun

ketentuan dalam uji heteroskedastisitas dengan melihat nilai signifikansi absolut residual $> 0,05$, maka terbebas dari heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan program SPSS version 26.

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel cita rasa sebesar $0,78 > 0,05$, signifikansi variabel variasi menu sebesar $0,595 > 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Hasil-4 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui analisis pengaruh cita rasa dan variasi menu terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Hasil persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa harga lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibandingkan cita rasa dan Variasi menu terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Hasil-5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil-6 Uji Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2 benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Cara melakukan uji t dengan tingkat signifikansi (α) = $0,05$ adalah dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel. Apabila ttabel \leq thitung, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Sedangkan apabila ttabel $>$ thitung, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Berikut hasil uji t pada penelitian ini dengan bantuan program SPSS versi 26.

1. Variabel cita rasa (X1) memperoleh nilai thitung sebesar 4,926 lebih besar dari 1,96790301. Sehingga dapat disimpulkan bahwa cita rasa secara parsial berpengaruh Tingkat Kepuasan di Rumah Makan Aneka Seblak
2. Variabel harga (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,133 lebih besar dari 1,96790301. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan di Rumah Makan Aneka Seblak.

Hasil-7 Uji F

Uji F bertujuan untuk untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen

secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan uji F *test* yaitu dengan cara membandingkan antara Fhitung dengan Ftabel. Apabila Ftabel \leq Fhitung, maka Ho diterima dan Ha ditolak, apabila Ftabel $>$ Fhitung, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Berikut adalah hasil uji F yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26.

Hasil Uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 217.014. artinya variabel cita rasa dan variasi menu terhadap tingkat kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan.

Hasil -8 Hasil uji Koefisien Determinasi (R²)

Bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi dengan melihat nilai R². Untuk mencari nilai koefisien determinasi ini, penulis menggunakan bantuan program SPSS versi 26. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi.

Hasil koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa nilai R² pada penelitian ini sebesar 0,594 atau jika dalam bentuk persen ($0,594 \times 100$) menjadi 59,4%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa cita rasa dan variasi menu memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen di Rumah Makan Aneka Seblak Kota Batam sebesar 59,4%. Sedangkan sisanya 40,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan.

Cita Rasa Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Cita Rasa merupakan cara untuk pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan yaitu dari rasa, bau, rangsangan mulut, tekstur dan suhu tersebut. Cita rasa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu cara konsumen memilih makanan yang dibedakan dari penampakan bau, rasa, tekstur dan suhu, rangsangan mulut yang dimiliki oleh produk makanan di Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam. Sehingga berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen.

Hal ini dibuktikan pada hasil uji T yang menunjukkan bahwa variabel cita rasa memperoleh nilai thitung sebesar 2,133 $>$ 1,96790301 Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa cita rasa berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasaa

konsumen di Rumah Makan Aneka Seblak Kota Batam.

Hal ini juga diimbangi dengan hasil tanggapan responden yang positif dapat dilihat ditabel 4.3 menunjukkan bahwa pernyataan nomor 13 dan 14 dengan indikator tekstur yaitu "tekstur makanan dari Rumah Makan Aneka Seblak sangat disukai konsumen" mendapatkan nilai tertinggi sebesar (90%). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung terhadap pengunjung Rumah Makan Aneka Seblak memang tekstur dari seblak sangat diminati konsumen, dari kuah yang kental dan kerupuk seblak yang kenyal. Selanjutnya, pada indikator rasa dengan pernyataan nomor 5 "Aroma dari "seblak di Rumah Makan Aneka Seblak menggugah selera" memperoleh nilai sebesar (88%). Produk yang disajikan di Rumah Makan Aneka Seblak memang memiliki aroma yang menggugah selera pada saat disajikan.

Untuk indikator Aroma dengan pertanyaan nomor 1 "Rasa yang dimiliki dari rumah makan aneka seblak menggugah selera" memperoleh nilai 87%. Hal ini diimbangi dengan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis bahwa Rasa produk yang disajikan sesuai standar, tidak terlalu asin/manis/pahit bahkan tidak memiliki aroma tajam yang dapat mengubah rasa. Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Dimas dipo ismoyo (2017) dengan judul "Pengaruh variasi menu dan cita rasa terhadap makanan buffet dinner terhadap tingkat kepuasan konsumen tamu restoran gris di crowne plaza semarang.", yang sama-sama menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Variasi Menu Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen

Variasi Menu variasi menu merupakan jenis makanan yang disajikan dalam sebuah usaha dengan mencakup perbedaan bentuk dan ukuran yang disajikan. Variasi menu yang beranekaragam akan memberikan peningkatan dalam tingkat kepuasan konsumen dalam suatu produk. Pada penelitian ini tabel 4.11 hasil uji T variabel harga memperoleh nilai thitung sebesar $4,926 > 1,96790301$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Variasi menu berpengaruh

secara parsial terhadap Tingkat kepuasan konsumen di Rumah Makan Aneka Seblak Kota Batam. Hasil ini diimbangi pada tabel 4.4 hasil tanggapan responden terhadap variasi menu memperoleh nilai rata-rata sebesar (86%) dengan kategori sangat setuju. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada pelanggan yang berkunjung ke Rumah Makan Aneka Seblak ini mengatakan bahwa Variasi menu yang diberikan beranekaragam menyuguhkan disajikan sehingga konsumen merasa puas dengan menu rumah makan seblak. Penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu dari Dimas dipo ismoyo (2017) dengan judul "Pengaruh variasi menu dan cita rasa terhadap makanan buffet dinner terhadap tingkat kepuasan konsumen tamu restoran gris di crowne plaza semarang."

Cita Rasa dan Variasi Menu Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen

hasil uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 217.014 sedangkan Ftabel yang didapatkan dari hasil perhitungan melalui Microsoft Excel sebesar 3.0261. Sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$, $217.014 > 3.0261$ yang berarti variabel cita rasa dan variasi menu dalam penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Aneka Seblak. Selanjutnya, pada tabel 4.14 nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,591. Artinya, nilai tersebut memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Aneka Seblak sebesar 59,4%. Sedangkan sisanya 40,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Cita rasa berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan konsumen di Rumah Makan Aneka Seblak Kota Batam. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan Cita Rasa yang ditawarkan oleh Rumah Makan Aneka Seblak Kota Batam dimana Cita Rasa yang ditawarkan memiliki Bau, Rasa, Rangsangan Mulut, Suhu, dan Tekstur dengan sesuai keinginan konsumen.
2. Variasi menu berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan konsumen di Rumah

- Makan Aneka Seblak Kota Batam. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan Variasi yang ditawarkan oleh Rumah Makan Aneka Seblak di Kota Batam dimana variasi menu yang ditawarkan berbagai macam, sesuai dengan cita rasa dan variasi menu sesuai dengan manfaat memberi rasa kenyang, sesuai dengan keinginan konsumen.
3. Cita Rasa dan Variasi Menu secara bersama-sama berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pembelian di Rumah Makan Aneka Seblak Kota Batam, karena kedua faktor tersebut merupakan faktor penting yang tentunya harus diperhatikan dan dimaksimalkan fungsinya agar tingkat kepuasan konsumen juga ikut meningkat terutama dimasa pandemi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, Shiva (2015). Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Semangat Kerja Karyawan Pada PT. Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Belmera Medan.
- Astuti, Nur'aini Farida Kusuma (2017). Evaluasi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Sanitasi Air Pada Rumah Makan Bale Sambal Cabang Imogiri Barat. *Fakultas Agroindustri Studi Teknologi Hasil Pertanian*.
- Abdillah, W. (2018). Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi Pemodelan Teoritis, Pengukuran dan Pengujian Statistis. (R. I. Utami, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Durimiayti (2020). Pengaruh cita rasa Bibimbab terhadap kepuasan konsumen di Myoung- Ga Restaurant Kota Batam
- Erika. (2021). Menyambar Peluang Usaha Mie Seblak: Apa Saja Perlu disiapkan?. *Artikel*. <https://bisnisukm.com/menyambar-peluang-usaha-mie-seblak-apa-saja-perlu-disiapkan.html>
- Euis Hanifah (2016). Pengaruh Kreativitas Guru Dalam Proses Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Siswa Mata Pelajaran Ekonomi. *Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Akutansi*.
- Furqan Al afif (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap dan harga terhadap tingkat kepuasan konsumen di rumah makan pondok the telur uda oyen
- Imantoro, F., Suharyono, & Sunnarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie Di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 180–187.
- Muhammad Rezha Pahlawan, Abdul Rahman Laba, Erlina Pakki, Hardiyono, Nurlia. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Makassar. *Journal Of Business Administration Vol 3, No2, September 2019, hlm, 228-244*.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen*, 1(2), 57–68.
- Riana Wulandari, Sigit Wibowo, Ary Yunanto. (2020) Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Studi Pada Industri Perbankan . *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi* Vol 22(2), 144-157

Putri Hadiyanti Pratiwi. (2021). Analisis Perhitungan Pajak Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Usaha Seblak Mewek Kedungwaru Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*. <https://Makanan-Indonesia.Weebly.Com/Home/Apa-Itu-Seblak>

Ria Intani T. (2014). Kiat Penjualan Makanan Tradisional Dalam Menembus Pasar. Balai pelestarian nilai budaya bandung.

Stefanie P. Atteng, Fransiska Maria A. Nana, Rossa Kamila, Izma Aliyyatussaadah, Rahayu Setio Asih. (2021). Tren Kuliner Seblak Sebagai Faktor Pendukung Perekonomian Masyarakat di Era

Milenial. *Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan* Vol. 1

Sofarini Dini, Candra (2020). Introduksi “Seblak” Instan Untuk Dasa Wisma 10 Berlina Jaya 3 Landasan Ulin, Banjarbaru. *Fakultas Perikanan Dan Kelautan Universitas Lambung Mangkurat, Jalan A. Yani Km 36, Banjarbaru, Indonesia*. Vol 2
Safitri, Silvi Alfianis. (2018). Identifikasi Tingkat Kepuasan

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung. Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.