

PENGARUH KUALITAS *QUICK SERVICE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *QUICK SERVICE RESTORAN BRAND* LOKAL DI SURABAYA

Mulia Ganda Anthony Gunawan, Hizkia Tyrone Sanders Luntungan
Program Hotel Management, Program Studi Manajemen, School of Business and Management
Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236, Indonesia
Email: ¹d11200423@john.petra.ac.id; ²d11200442@john.petra.ac.id

Abstract

The aim of this research is to analyze the influence of quick service quality on consumer satisfaction at local brand quick service restaurants in Surabaya. The research method used is quantitative research with a likert scale as the measurement method. The population in the research were all consumers who had visited and purchased at local brand quick service restaurants in Surabaya. The number of samples in this study was 103 respondents and sampling used purposive sampling. Data collection was carried out using survey techniques using questionnaires via social media. The analysis tool uses IBM SPSS 26. The results show that physical environmental indicators have a significant positive effect on consumer satisfaction, operational performance indicators have a significant positive effect on consumer satisfaction, employee personnel indicators have a positive but not significant effect on consumer satisfaction, and food quality indicators have a significant positive effect on consumer satisfaction.

Keywords: Quick service quality, customer satisfaction.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas *quick service* terhadap kepuasan konsumen *quick service* restoran *brand* lokal di Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan skala likert sebagai metode pengukurannya. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan membeli di *quick service* restoran *brand* lokal di Surabaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 103 responden dan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik *survey* menggunakan kuesioner melalui media sosial. Alat analisis menggunakan IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator lingkungan fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, indikator kinerja operasional berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, indikator karyawan personel berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan indikator kualitas makanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas quick service, kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Populasi penduduk Indonesia yang tinggi menciptakan banyak peluang usaha namun, di saat bersamaan kompetisi yang terjadi juga sangat ketat. Salah satu kompetisi yang ketat terjadi pada industri *food service*. Riset pasar menunjukkan bahwa *Food service* industri di Indonesia merupakan sektor dengan *competition landscape* yang tergolong tinggi karena terdapat banyak pemain di pasar *food service*. Selama pandemi COVID-19, banyak restoran yang mengalami penurunan penjualan karena pembatasan aktivitas makan di tempat dan penutupan sementara. Namun setelah pandemi berakhir, industri *food service* kembali membaik. Berdasarkan data dari statista.com, *food service*

brand di Indonesia masih didominasi oleh *fast food* restoran. Dari peringkat tiga besar didominasi oleh restoran dengan konsep cepat saji dengan *brand* internasional yaitu McDonald's, KFC, dan Pizza Hut. Pada dasarnya *fast food* restoran adalah jenis restoran yang mengusung konsep *quick service restaurant* (QSR). Industri QSR telah mencapai pertumbuhan yang luar biasa dalam 10 tahun terakhir. QSR adalah sektor yang bertumbuh paling cepat di seluruh dunia dan bahkan masih memiliki potensi pangsa pasar yang lebih luas dan masih dapat berkembang lebih jauh. (Mendocilla et al., 2021). Walker (2021), menjelaskan ciri dari restoran dengan konsep QSR adalah menyajikan makanan dan minuman dalam waktu yang cepat. Layanan *quick service* tidak hanya diterapkan di berbagai restoran dengan *brand* yang sudah terkenal. Layanan *quick service* juga diterapkan di berbagai restoran cepat saji *brand* lokal seperti Mr. suprek, geprek benu, dan lain-lain. *Brand* lokal di Indonesia seperti Mr. suprek yang dimiliki oleh PT Sukses Prestasi Karunia ini berhasil untuk menerapkan konsep *quick service* karena melakukan pelayanan yang sangat baik dan cepat.

Menurut Zhou et al., (2010), *brand* lokal merupakan sebuah merek yang berada pada suatu negara atau di dalam sebuah kawasan geografis. Pada dasarnya kelebihan dari restoran yang beroperasi dengan konsep *quick service* adalah dari sisi penyampaian kualitas layanan. Dalam penelitian Mendocilla et al., (2021), dikembangkan *tools* baru bernama *quick service* yaitu dimensi pengukuran kualitas layanan yang diterapkan pada konteks objek penelitian *quick service* restoran. Terdapat empat indikator dari *quick service* yaitu persepsi lingkungan fisik, persepsi kinerja operasional, persepsi karyawan personel, dan persepsi kualitas makanan. *Tools* ini secara empiris belum banyak dibuktikan pada konsep *quick service* restoran di Surabaya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini peneliti akan mengamati pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada restoran dengan konsep *quick service*. Secara empiris penelitian ini belum banyak dilakukan pada objek *brand* lokal sehingga peneliti mengambil objek *brand* lokal dalam penelitian ini. Peneliti melakukan penelitian "Pengaruh Kualitas *Quick Service* terhadap Kepuasan Konsumen *Quick Service* Restoran *Brand* Lokal di Surabaya" karena peneliti ingin mengetahui apakah konsumen sudah merasa puas terhadap kualitas *quick service* yang diberikan di restoran *brand* lokal di Surabaya.

TEORI PENUNJANG

***Quick Service* Restoran**

Menurut Mendocilla et al., (2021), *quick service* restoran merupakan jenis restoran yang menyediakan makanan dan minuman dengan layanan yang cepat dan efisien. *Quick service* restoran sering kali menawarkan menu yang sederhana, harga yang terjangkau, dan fokus pada kecepatan pelayanan. QSR juga sering kali beroperasi di bawah sistem waralaba, di mana standar kualitas layanan harus dipatuhi oleh semua restoran dalam jaringan tersebut untuk mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif. Menurut Lim dan Loh (2014), restoran dengan konsep *quick service* juga menargetkan konsumen yang memiliki waktu terbatas dan membutuhkan kecepatan dalam menyajikan makanan yang dipesan. Hal ini juga selaras dengan Singh dan Sarangal (2021) yang menuturkan *quick service* restoran adalah konsep dari operasi restoran yang menyediakan hidangan cepat saji dan layanan konter, sesuai dengan keinginan konsumen saat ini khususnya di segmen anak muda dan para profesional yang bekerja dan dapat menjadi tren karena waktu tunggu yang singkat antara waktu pemesanan di konter hingga layanan untuk makan atau membawa pulang makanan.

Menurut Linardi (2019), terdapat lima indikator kualitas layanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Menurut Bufquin et al., (2017), indikator kualitas layanan dianggap sudah terlalu umum dan tidak memperhitungkan dimensi kualitas makanan yang merupakan salah satu faktor penting dalam industri restoran. Oleh karena itu, konsep kualitas layanan dalam industri *quick service* restoran telah berkembang sebagai hasil dari ekspansi industri yang cepat dan kebutuhan untuk mempertahankan standar yang konsisten di seluruh waralaba. Sehingga *quick service* restoran telah

mengembangkan standar kualitas layanan mereka sendiri agar bertahan dalam lingkungan yang kompetitif. Menurut Mendocilla et al., (2021), terdapat empat indikator *quick service* yaitu:

1. Persepsi lingkungan fisik : suatu penilaian yang dapat diukur dari tempat yang menarik, suasana yang menyenangkan, dan pencahayaan yang memadai.
2. Persepsi kinerja operasional : interaksi langsung antara karyawan dengan konsumen. Dimensi ini diukur dari waktu pelayanan yang sesuai (persiapan pesanan), jumlah karyawan yang cukup untuk melayani konsumen, karyawan yang berpengalaman dan terlatih dengan baik. Pelayanan yang cepat tidak hanya bergantung pada kemampuan karyawan, namun juga pada kinerja proses operasional dan jumlah karyawan yang ditugaskan dalam suatu shift.
3. Persepsi karyawan personel : pelayanan karyawan secara personel dapat dilihat dengan mengukur sikap yang menyenangkan, penampilan, dan sifat yang ramah dari karyawan. Konsumen yang memiliki persepsi positif terhadap karyawan yang berinteraksi dengannya akan cenderung timbul rasa cocok dengan restoran tersebut.
4. Persepsi kualitas makanan : persepsi konsumen terhadap karakteristik makanan yang disediakan oleh suatu restoran. Persepsi tersebut dapat dilihat dari kesegaran makanan, rasa makanan, variasi pilihan menu, serta kepraktisan dan kebersihan kemasan makanan. Kualitas makanan dianggap sebagai salah satu faktor utama dalam keberhasilan restoran karena dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Ryu dan Han, (2010), kepuasan konsumen adalah tingkat di mana harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan yang dimiliki seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2015). Jika kinerja produk atau jasa yang diterima di bawah harapan maka konsumen menjadi tidak puas, dan sebaliknya jika kinerja produk atau jasa yang disampaikan penjual dapat memenuhi harapan maka konsumen puas dan bahkan dapat menjadi sangat puas. Kepuasan konsumen penting karena dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, masukan yang positif dari konsumen, dan keberhasilan suatu restoran (Zena dan Hadisumarto, 2021).

Menurut Ryu dan Han, (2010), terdapat tiga indikator kepuasan konsumen yaitu :

1. Kualitas yang dirasakan : indikator ini berkaitan dengan pengalaman konsumen dalam mencoba produk atau layanan yang mereka terima. Apabila produk atau layanan tersebut memiliki kualitas yang memuaskan, konsumen biasanya akan memberikan penilaian yang baik.
2. Nilai yang dirasakan : indikator berkaitan dengan tingkatan manfaat yang diterima oleh konsumen terhadap harga yang dibayarkan. Kepuasan konsumen dapat meningkat apabila konsumen merasa mendapatkan nilai yang sebanding dengan harga yang dibayarkan.
3. Kesesuaian harapan : indikator ini merupakan tahap awal sebelum konsumen menikmati nilai dan kualitas dari produk atau layanan tersebut. Konsumen cenderung akan merasa puas jika produk atau layanan yang diterima dapat memenuhi atau melebihi harapan yang sebelumnya.

Hubungan Lingkungan Fisik dan Kepuasan Konsumen

Lingkungan fisik memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen, lingkungan fisik yang dimaksud dapat berupa kenyamanan tempat duduk, tata letak, fasilitas, dan kebersihan restoran. Lingkungan fisik yang menyenangkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan perilaku positif konsumen (Ryu dan Han, 2010). Menurut Mendocilla et al., (2021), dimensi lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh Saneva dan Chortoseva (2020), yang menyatakan bahwa lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan hal tersebut merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesa yang dapat diambil yaitu :

H1: Kualitas lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Quick Service* restoran Surabaya

Hubungan Kinerja Operasional dan Kepuasan Konsumen

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mendocilla et al., (2021), menyatakan bahwa kinerja operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di industri restoran cepat saji. Menurut Ryu dan Han, (2010), kinerja operasional karyawan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Saneva dan Chortoseva (2020), menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kinerja karyawan dengan kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesa yang dapat diambil yaitu :

H2: Kualitas kinerja operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Quick Service restoran Surabaya

Hubungan Karyawan Personel dan Kepuasan Konsumen

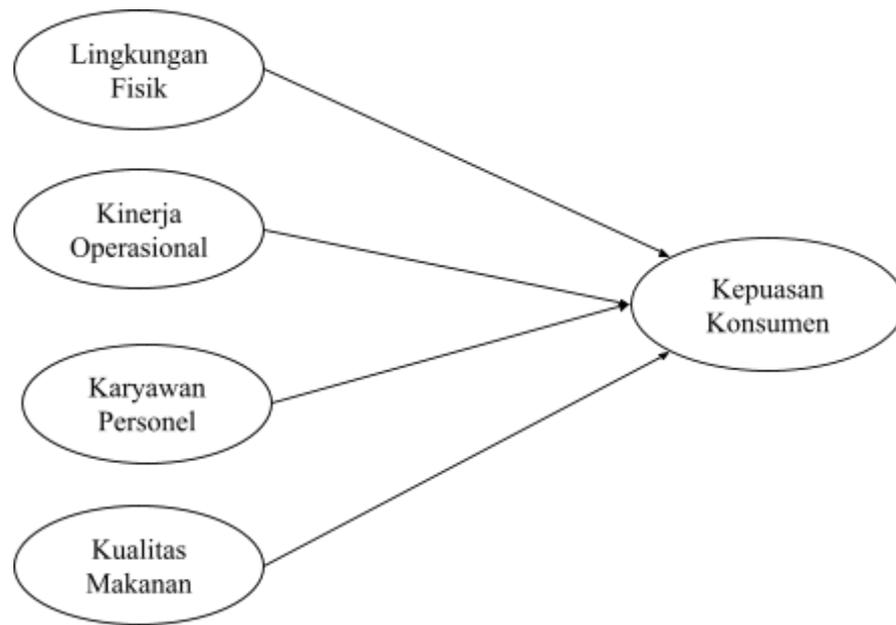
Menurut Saneva dan Chortoseva (2020), perilaku karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perilaku karyawan yang ramah, dan profesional dapat meningkatkan kepuasan konsumen di restoran. Pada penelitian yang dilakukan oleh Nam et al., (2011), menyatakan bahwa perilaku karyawan termasuk karyawan yang berkompotensi, sikap yang ramah, dan responsivitas memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Menurut Mendocilla et al., (2021), menyatakan bahwa perilaku dan sikap karyawan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Konsumen cenderung memberikan penilaian terhadap karyawan yang berinteraksi dengan mereka. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesa yang dapat diambil yaitu:

H3: Kualitas karyawan personel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Quick Service restoran Surabaya

Hubungan Kualitas Makanan dan Kepuasan Konsumen

Menurut Mendocilla et al., (2021), kualitas makanan dianggap penting karena memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Saneva dan Chortoseva (2020), juga menyatakan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran cepat saji. Menurut Saneva dan Chortoseva (2020), dimensi kualitas makanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas rasa, presentasi, dan kebersihan bahan makanan. Hal ini didukung oleh Ryu dan Han, (2010), dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas makanan dengan kepuasan konsumen di restoran cepat saji. Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesa yang dapat diambil yaitu :

H4: Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Quick Service restoran Surabaya



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sekaran dan Bougie (2019), menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data berbentuk kuantitatif, di mana data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka-angka. Jenis penelitian kuantitatif ini adalah penelitian kausal, karena peneliti menganalisa mengenai pengaruh atau hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen restoran *quick service brand* lokal di Surabaya. Peneliti memilih teknik *judgemental sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability* untuk menarik sampel. Teknik *non probability* bermaksud untuk tidak memberikan setiap populasi peluang yang sama untuk menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2019), teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Oleh karena itu, adapun syarat yang ditetapkan peneliti untuk dipenuhi responden agar dapat menjadi sampel dari penelitian ini. Syarat atau kriteria sampel yang ditetapkan oleh peneliti yaitu, berumur 17 tahun keatas dan yang pernah makan di *quick service restoran brand* lokal selama 3 bulan terakhir (November 2023 - Januari 2024). Adapun total jumlah responden yang terkumpul sebanyak 120 responden dan yang memenuhi kriteria sampel sebanyak 103 orang. Terdapat 17 responden yang tidak dapat digunakan karena tidak memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* dengan menggunakan *link form* melalui media sosial seperti *Line*, *WhatsApp*, dan *Instagram*.

Dalam penelitian ini, responden mengisi tiga bagian yang terdiri dari *screening*, data demografi dan 15 indikator yang terdiri dari kualitas *quick service* dan kepuasan konsumen. Pada bagian 15 indikator, responden memilih satu dari beberapa pilihan yang telah disediakan dalam bentuk skala *likert* yaitu angka 1 menunjukkan Sangat Tidak Setuju (STS), angka 2 menunjukkan Tidak Setuju (TS), angka 3 menunjukkan Cukup Setuju (CS), angka 4 menunjukkan Setuju (S), dan angka 5 menunjukkan Sangat Setuju (SS). 15 indikator yang terdiri dari kualitas *quick service* dan kepuasan konsumen dibentuk peneliti berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mendocilla et al., 2021; Ryu dan Han., 2010.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Profil Demografis Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin			Pendapatan		
Wanita	53	51.4%	Dibawah Rp 3.500.000,-	46	44.6%
Pria	50	48.5%	Rp 3.500.001 - Rp 7.000.000,-	21	20.3%
Total	103	100%	Rp 7.000.001 - Rp 10.000.000,-	13	12.6%
Usia			Rp 10.000.001 - Rp 15.000.000,-	4	3.8%
17 - 25	50	48.5%	Rp 15.000.001 - Rp 20.000.000,-	7	6.7%
26 - 35	9	8.7%	Diatas Rp 20.000.000,-	12	11.6%
36 - 45	18	17.4%	Total	103	100%
46 - 55	19	18.4%			
> 55	7	6.7%			
Total	103	100%			
Pekerjaan					
Pelajar / Mahasiswa	46	44.6%			
Pegawai Negeri / Pegawai Swasta	19	18.4%			
Wirausaha	28	27.1%			
Profesional (Pengacara, Dokter, dll)	4	3.8%			
Ibu Rumah Tangga	5	4.8%			
Pensiunan / Tidak Bekerja	1	0.97%			
Total	103	100%			

Peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap 30 responden yang telah sesuai dengan syarat atau kriteria sampel. Uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS dengan *Bivariate Pearson Correlation*. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat merupakan data yang valid atau tidak. Kuesioner dinyatakan valid jika nilai koefisien korelasi hitung (r hitung) lebih besar dari r tabel (r hitung $>$ r tabel) atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (Sugiyono, 2019). Dari hasil uji validitas, dapat disimpulkan indikator variabel penelitian valid. Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas yang diukur dari nilai *Cronbach Alpha*. Jika koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6 maka pernyataan dinyatakan andal atau reliabel secara keseluruhan (Sugiyono, 2019). Dari hasil uji reliabilitas, seluruh variabel pada penelitian ini memiliki hasil yang reliabel.

Tabel 2
Analisa Deskriptif

Pernyataan	Indikator	Mean	Standard Deviation	Kategori
Tempat restoran menarik	LF1	4.068	0.718	Setuju
Suasana restoran menyenangkan	LF2	4.058	0.777	Setuju
Pencahayaan ruangan di restoran tidak berlebihan atau menyalakan mata	LF3	4.175	0.706	Setuju
	Total	4.100		
Waktu untuk mempersiapkan pesanan relatif cepat	KO1	4.282	0.733	Sangat Setuju
Karyawan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan	KO2	4.252	0.776	Sangat Setuju
Jumlah karyawan cukup untuk melayani konsumen	KO3	4.204	0.732	Setuju
	Total	4.246		

Karyawan ramah dalam memberikan pelayanan	KP1	4.320	0.770	Sangat Setuju
Karyawan selalu berbicara dengan baik dan sopan	KP2	4.427	0.709	Sangat Setuju
Pakaian yang dikenakan karyawan rapi dan bersih	KP3	4.359	0.655	Sangat Setuju
Total		4.368		
Makanan yang disajikan enak	KM1	4.388	0.675	Sangat Setuju
Varian menu makanan beragam	KM2	4.058	0.725	Setuju
Kemasan makanan untuk <i>take away</i> praktis dan higienis	KM3	4.233	0.689	Sangat Setuju
Total		4.226		
Saya merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan	KK1	4.282	0.633	Sangat Setuju
Saya merasa puas terhadap manfaat dari layanan quick service restoran brand lokal	KK2	4.262	0.671	Sangat Setuju
Saya merasa puas setelah mengunjungi quick service restoran brand lokal karena sesuai dengan ekspektasi	KK3	4.204	0.632	Setuju
Total		4.249		

Dari hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai mean kualitas *quick service* sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan kualitas *quick service* restoran di Surabaya dianggap baik oleh responden. Pernyataan dengan nilai tertinggi dari masing-masing variabel adalah LF3 “pencahayaan ruangan di restoran tidak berlebihan atau menyilaukan mata”, KO1 “waktu untuk mempersiapkan pesanan relatif cepat”, KP3 “pakaian yang dikenakan karyawan rapi dan bersih”, dan KM1 “makanan yang disajikan enak”. Pada kepuasan konsumen, pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah KK1 “saya merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan”. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dilihat dari kualitas layanan yang diberikan oleh *quick service* restoran di Surabaya. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai paling rendah secara keseluruhan adalah LF2 “suasana restoran menyenangkan”, dan KM2 “varian menu makanan beragam”. Hal ini menunjukkan bahwa suasana restoran dan varian menu makanan kurang bagi responden.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Multikolinearitas
	Tolerance	VIF	
Lingkungan Fisik	0.614	1.629	Tidak
Kinerja Operasional	0.577	1.734	Tidak
karyawan Personel	0.513	1.951	Tidak
Kualitas Makanan	0.583	1.715	Tidak

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Hal ini dapat dilihat dari *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 maka menunjukkan adanya multikolinearitas, sebaliknya jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 berarti menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2021).

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Heteroskedastisitas
Lingkungan Fisik	0.203	Tidak
Kinerja Operasional	0.208	Tidak
Karyawan Personnel	0.199	Tidak
Kualitas Makanan	0.578	Tidak

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastis atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikansi < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

Tabel 5
Hasil Uji R - Square dan Uji F

R Square	F hitung	Signifikansi
0.568	32.271	0.000

Tabel 5 menunjukkan nilai *R-Square* dari variabel kepuasan konsumen. Uji *R-Square* dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen. Nilai *R-Square* berkisar antara 0 sampai 1. Nilai *R-Square* dikatakan baik jika diatas 0,5. Jika nilai *R-Square* semakin tinggi maka model penelitian memiliki kemampuan memprediksi semakin baik. Nilai *R-Square* model penelitian ini sebesar 0.568, artinya kualitas *quick service* sebagai variabel independen memiliki kemampuan dalam menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 56.8%. Sedangkan sisanya 43.2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji F digunakan untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh kualitas *quick service* secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dikatakan signifikan jika signifikansi < 0.05 atau nilai f hitung $> f$ tabel (Sugiyono, 2022). Tabel 5 menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari 2.78 dan signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Maka dapat dikatakan bahwa lingkungan fisik, kinerja operasional, karyawan personnel, dan kualitas makanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 6
Hasil Uji T

Hipotesis	variabel	koefisien regresi (B)	Std. Error	T hitung	Sig.	kesimpulan	Keterangan
	(Constant)	1.498	0.998	1.502	0.136		
H1	Lingkungan Fisik	0.175	0.081	2.179	0.032	(+) Signifikan	Diterima
H2	Kinerja Operasional	0.208	0.080	2.594	0.011	(+) Signifikan	Diterima
H3	Karyawan Personnel	0.120	0.083	1.444	0.152	(+) Tidak Signifikan	Ditolak
H4	Kualitas Makanan	0.384	0.088	4.373	0.000	(+) Signifikan	Diterima

Tabel 7 menunjukkan hasil signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Dalam

penelitian ini, peneliti melihat nilai koefisien regresi dan signifikansi. Hipotesis dikatakan signifikan jika $Sig < 0.05$. Berikut persamaan regresi linier berganda :

$$Y = 1.498 + 0.175 (LF) + 0.208 (KO) + 0.120 (KP) + 0.384 (KM) + e$$

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan memiliki koefisien regresi lebih tinggi dibandingkan dengan variabel lingkungan fisik, kinerja operasional, dan karyawan personel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen di *quick service* restoran *brand* lokal di Surabaya.

Pengaruh Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis pertama (H1) “lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *quick service* restoran *brand* lokal Surabaya” dalam penelitian ini diterima. Dasar dari hasil ini terjadi karena kondisi lingkungan fisik restoran sangat berpengaruh pada suasana hati hingga kepuasan konsumen terpenuhi. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mendocilla et al., (2021) dan Ryu dan Han, (2010) yang menyatakan bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas lingkungan fisik maka semakin puas konsumen.

Lingkungan fisik memiliki peran penting terhadap kepuasan konsumen di restoran. Hasil pengujian analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator yang memiliki nilai mean paling tinggi adalah pernyataan “pencahayaan ruangan di restoran tidak berlebihan atau menyilaukan mata”. Hal ini berarti pencahayaan ruangan yang disediakan di restoran *quick service brand* lokal sudah baik. Sehingga konsumen masuk dalam kategori puas dengan aspek lingkungan fisik di restoran *brand* lokal Surabaya. Sedangkan indikator yang memiliki nilai mean yang paling rendah adalah pernyataan “suasana restoran menyenangkan”. Hal ini dapat terjadi karena konsumen merasa kurang puas terhadap suasana di restoran *quick service brand* lokal Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa suasana di restoran *brand* lokal perlu ditingkatkan agar konsumen merasa lebih puas terhadap restoran tersebut. Meningkatnya faktor-faktor lingkungan fisik dapat memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen dan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen secara statistik signifikan.

Pengaruh Kinerja Operasional terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) “kinerja operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *quick service* restoran *brand* lokal Surabaya” dalam penelitian ini diterima. Dasar dari hasil ini terjadi karena karyawan yang memberikan layanan yang cepat, efisien, dan profesional dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan secara keseluruhan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mendocilla et al., (2021) yang menyatakan bahwa kinerja operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di industri restoran cepat saji.

Hasil nilai mean menunjukkan indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah pernyataan “waktu untuk mempersiapkan pesanan relatif cepat”. Hal ini berarti konsumen masuk dalam kategori puas dengan aspek kinerja operasional yang ada di *quick service* restoran *brand* lokal Surabaya. Lim dan Loh (2014), menyatakan waktu untuk mempersiapkan pesanan konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap layanan cepat saji. Ketidakpuasan dapat muncul jika waktu tunggu terlalu lama. Meningkatnya faktor-faktor dari kinerja operasional dapat memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen dan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen secara statistik signifikan.

Pengaruh Karyawan Personel terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan karyawan personel berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) “karyawan personel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *quick service* restoran *brand* lokal Surabaya” dalam penelitian ini ditolak. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryu dan Han, (2010) yang menyatakan pengaruh karyawan personel terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan. Pelayanan yang ramah dan profesional dari karyawan dapat meningkatkan pengalaman konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Mendocilla et al., (2021), juga menyatakan interaksi antara karyawan dan konsumen selama pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada persepsi konsumen terhadap kualitas layanan restoran cepat saji.

Karyawan personel berpengaruh positif namun tidak signifikan dalam penelitian ini dapat dikarenakan konsumen cenderung hanya ingin mendapatkan sistem yang cepat dan makanan yang enak dari layanan *quick service* restoran tanpa perlu membangun hubungan karyawan personel. Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh karyawan secara personel sudah dianggap baik oleh konsumen. Hal ini terlihat dari indikator-indikator karyawan personel yang memiliki nilai rata-rata yang baik. Hasil nilai mean paling tinggi adalah pernyataan “karyawan selalu berbicara dengan baik dan sopan”. Hal ini berarti konsumen masuk dalam kategori puas dengan aspek karyawan personel. Dapat disimpulkan bahwa interaksi antara karyawan dengan konsumen adalah salah satu hal yang dipertimbangkan untuk menilai kualitas *quick service* restoran *brand* lokal di Surabaya. Aspek-aspek yang terdapat di karyawan personel memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen. Namun, hubungan antara karyawan personel dan kepuasan konsumen tidak cukup kuat secara statistik untuk dianggap sebagai hubungan yang nyata atau signifikan.

Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis keempat (H4) “kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *quick service* restoran *brand* lokal Surabaya” dalam penelitian ini diterima. Dasar dari hasil ini terjadi karena makanan yang enak dan berkualitas dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap restoran tersebut sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mendocilla et al., (2021) dan Ryu dan Han, (2010) menyatakan kualitas makanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Mendocilla et al., (2021), dalam industri restoran cepat saji (QSR), kualitas makanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap layanan. Konsumen cenderung memberikan penilaian positif terhadap restoran yang menyajikan makanan yang lezat dan berkualitas. Oleh karena itu, menjaga kualitas makanan yang disajikan merupakan hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Hasil nilai mean menunjukkan indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah pernyataan “makanan yang disajikan enak”. Hal ini berarti menunjukkan bahwa konsumen secara konsisten menilai kelezatan makanan sebagai hal yang paling penting dalam kualitas *quick service* restoran. Sehingga konsumen masuk dalam kategori puas dengan aspek kualitas makanan yang ada di *quick service* restoran *brand* lokal Surabaya. Sedangkan indikator yang memiliki nilai mean paling rendah adalah pernyataan “varian menu makanan beragam”. Hal ini berarti konsumen merasa kurang puas terhadap keragaman varian menu dari restoran *quick service brand* lokal Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa varian menu makanan perlu ditingkatkan agar kepuasan konsumen dapat meningkat. Meningkatnya kualitas makanan dapat memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen dan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen secara statistik signifikan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan yaitu indikator lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, indikator kinerja operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, indikator karyawan personel berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan indikator kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di *quick service* restoran *brand* lokal di Surabaya. Indikator karyawan personel memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan konsumen namun, indikator ini tidak memiliki tingkat signifikansi yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran terutama bagi beberapa restoran *quick service brand* lokal di Surabaya maupun bagi penelitian selanjutnya yang akan mengambil topik yang sama. Bagi restoran peneliti menyarankan pihak restoran untuk meningkatkan kualitas *quick service* restoran agar kepuasan konsumen semakin meningkat. Hal ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan suasana restoran agar menyenangkan dengan memberikan latar musik. Selain itu restoran perlu menjaga konsistensi dalam mempersiapkan makanan untuk konsumen agar konsumen merasa puas dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Bagi penelitian selanjutnya, peneliti berharap penelitian ini dapat membantu penelitian selanjutnya yang meneliti tentang variabel yang berkaitan yaitu kualitas *quick service* restoran, dan kepuasan konsumen. Peneliti juga menyarankan peneliti selanjutnya dapat difokuskan pada generasi Z sebagai subjek penelitian karena mayoritas responden pada penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa yang berumur 17-25 tahun. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel-variabel lain yang berkaitan seperti minat beli ulang dan harga.