

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan industri kuliner yang menuntut pelaku usaha untuk mampu meningkatkan kepuasan konsumen melalui penyediaan produk dan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh keragaman menu, suasana tempat, cita rasa, dan harga terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Zona Pedas di kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, dengan data dikumpulkan melalui kuisioner kepada 150 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t), dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial keragaman menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 3,479 dan signifikansi 0,001, suasana tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 2,469 dan signifikansi 0,015, cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 6,246 dan signifikansi 0,000, serta harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 2,923 dan signifikansi 0,004.

Kata Kunci: Keragaman Menu, Suasana Tempat, Cita Rasa, Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study is motivated by the increasingly fierce competition in the culinary industry, which compels business owners to enhance consumer satisfaction by providing products and services that meet customer expectations. The primary objective of this research is to analyze the impact of menu variety, atmosphere, taste, and price on consumer satisfaction at the Zona Pedas restaurant in Umbulsari District, Jember Regency. A quantitative, associative research approach was employed, with data collected via questionnaires from 150 respondents selected through purposive sampling. Data analysis methods included instrument testing (validity and reliability), classical assumption testing, multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test), and the coefficient of determination (R^2) using SPSS version 25 software. The results indicate that, individually, menu variety has a positive and significant effect on consumer satisfaction (t-value: 3.479; significance: 0.001); atmosphere has a positive and significant effect (t-value: 2.469; significance: 0.015); taste has a positive and significant effect (t-value: 6.246; significance: 0.000); and price has a positive and significant effect (t-value: 2.923; significance: 0.004).

Keywords: Menu Variety, Atmosphere, Taste, Price, Consumer Satisfaction