DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062

Pengaruh Ketepatan Waktu Dan Kualitas Hidangan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Amanaia Vimala Hills (PT. Bumi Parahyangan Makmur Abadi) di Bogor

[1]Risky Arif Firmansyah, [2]Abdul Khoir
[1,2] Program Studi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

E-mail: [1]riskyariffirmansyah3@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu dan kualitas hidangan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Amanaia Vimala Hills. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 100 responden konsumen Restoran Amanaia Vimala Hills. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear sederhana dan berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta uji t dan uji F dengan bantuan SPSS versi 27. Ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai t hitung 9,033 > t tabel 1,984 dan signifikansi 0,000 < 0,05 serta kontribusi sebesar 45,4%. Kualitas hidangan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan t hitung 21,328 > 1,984 dan signifikansi 0,000 < 0,05 serta kontribusi sebesar 82,3%. Secara simultan, ketepatan waktu dan kualitas hidangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan F hitung 253,675 > 3,09 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Kedua variabel secara bersama-sama menjelaskan 83,9% variasi kepuasan konsumen.
Kata kunci: *Ketepatan Waktu, Kualitas Hidangan, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

This study aims to determine the effects of timeliness and dish quality, both partially and simultaneously, on customer satisfaction at Amanaia Vimala Hills Restaurant. This study employed a quantitative method, with data collected through questionnaires distributed to 100 customers of Amanaia Vimala Hills Restaurant. Data were analyzed using validity, reliability, classical assumption, simple and multiple linear regression, correlation coefficient, coefficient of determination, t-test, and F-test with the assistance of SPSS version 27. The results indicate that timeliness has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a t-value of 9.033 > 1.984 and a significance value of 0.000 < 0.05, contributing 45.4%. Dish quality also has a positive and significant effect, with a t-value of 21.328 > 1.984 and a significance value of 0.000 < 0.05, contributing 82.3%. Simultaneously, timeliness and dish quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, with an F-value of 253.675 > 3.09 and a significance value of 0.000 < 0.05. Together, the two variables explain 83.9% of the variation in customer satisfaction.

Keyword: *Timeliness, Dish Quality, Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Pastikan Industri makanan dan minuman adalah salah satu sektor yang terus tumbuh dengan cepat. Perkembangan ini dipicu oleh pergeseran perilaku masyarakat yang menjadikan makan di luar bukan hanya sekadar kebutuhan, tetapi juga sebagai aspek dari gaya hidup dan interaksi sosial. Konsumen saat ini lebih memilih Restoran dengan konsep yang nyaman dan memiliki keunikan yang berbeda dari Restoran pada umumnya untuk dibagikan

P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062 DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3

di sosial media mereka, serta kualitas dari segi waktu proses penyajian makanan dan kualitas makanan yang disajikan. Menurut Tuncer (2021) kualitas layanan restoran mencakup berbagai dimensi penting seperti kualitas makanan, kenyamanan, serta ketepatan waktu pelayanan yang secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen. Situasi ini menyebabkan peningkatan kompetisi di antara pelaku usaha kuliner, sehingga perusahaan harus mampu merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka.

Restoran di Indonesia dituntut untuk menyusun strategi yang efektif guna menjaga kelangsungan usaha agar tetap bertahan dan mampu bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat. Tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha kuliner meliputi perubahan tren pasar, meningkatnya jumlah pesaing, serta dinamika selera konsumen yang sulit diprediksi. Menurut Hadi (2025) pertumbuhan industri restoran di Indonesia yang pesat menyebabkan tingkat persaingan yang tinggi, sehingga pelaku usaha harus mampu meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman konsumen untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, menurut Rolando (2025*)* perubahan perilaku konsumen di era digital turut meningkatkan ekspektasi terhadap kualitas layanan dan kecepatan pelayanan, sehingga restoran harus mampu beradaptasi secara cepat terhadap perubahan tersebut.

Sektor kuliner di Indonesia juga mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan meningkatnya tren makan di luar rumah dan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan. Variasi restoran dengan berbagai konsep memberikan lebih banyak pilihan kepada konsumen, sehingga meningkatkan ekspektasi mereka terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan. Menurut Karwini (2026) kualitas layanan dan kualitas makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen serta keberlangsungan bisnis restoran. Oleh karena itu, pelaku usaha industri Restoran di Indonesia perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti ketepatan waktu dalam penyajian makanan serta kualitas hidangan yang disajikan, agar dapat bersaing dan menjaga loyalitas pelanggan.



Gambar 1.1
Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2011-2025

Berdasarkan gambar tren grafik diatas menunjukan bahwa tren pertumbuhan industri makanan dan minuman 5 tahun terakhir periode 2021-2025 mengalami kenaikan setiap tahunnya . Industri restoran dinilai menjanjikan untuk jangka panjang karena memiliki keterikatan erat dengan kebutuhan dasar manusia, yaitu konsumsi pangan.

Selain itu, tren positif industri restoran juga didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis, di mana aktivitas makan tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup dan sarana sosial. Tidak hanya itu, inovasi dalam konsep restoran, seperti hadirnya tema unik, pengalaman dining yang menarik, serta penyesuaian menu dengan tren konsumen (seperti makanan sehat dan lokal autentik), semakin memperkuat daya tarik industri ini. Dengan berbagai faktor pendukung tersebut, industri restoran memiliki prospek yang cerah dan berpotensi terus mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan di masa mendatang.

Restoran Amanaia Vimala Hills adalah salah satu tempat makan yang dikelola oleh PT. Bumi Parahyangan Makmur Abadi, terletak di Sukamahi, Megamendung Ciawi, Bogor, Jawa Barat. Restoran ini mengusung konsep makan

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062

bersama yang menekankan pengalaman bersantap dalam suasana yang nyaman dan hangat dengan tempat dengan pemandangan alam. Restoran Amanaia Vimala Hills menawarkan cita rasa makanan tradisional Indonesia dengan sentuhan modern yang autentik untuk dinikmati berbagai kalangan, mulai dari keluarga hingga rekan kerja. Konsep ini menjadi daya tarik tambahan bagi konsumen yang mencari tidak hanya makanan, tetapi juga pengalaman makan yang berkesan.

Menjaga kualitas makanan secara konsisten bukanlah tugas yang mudah. Restoran Amanaia Vimala Hills, masih terdapat kemungkinan adanya ketidakseragaman dalam rasa, penampilan, dan cara penyajian makanan, terutama saat situasi operasional sedang sibuk. Hal tersebut bisa menyebabkan perbedaan persepsi di antara konsumen dan dapat menurunkan tingkat kepuasan. Oleh karena itu, kualitas makanan menjadi aspek penting yang perlu dipelajari untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1 Data Sales Amanaia Vimala Hillls Periode 2021-2025

Tahun	Target	Aktual	Persentase	Keterangan
2021	Rp. 15.000.000.000	Rp. 19.117.627.670	127,45%	Tercapai
2022	Rp. 20.000.000.000	Rp. 23.028.177.708	115,14%	Tercapai
2023	Rp. 25.000.000.000	Rp. 22.188.303.459	88,75%	Tidak Tercapai
2024	Rp. 25.000.000.000	Rp. 15.930.653.156	63,72%	Tidak Tercapai
2025	Rp. 25.000.000.000	Rp. 11.430.645.835	45,72%	Tidak Tercapai

Sumber: Manajemen Amanaia

Berdasarkan tabel 1.2 Data Sales Amanaia Vimala Hills 2021-2025 menunjukan penurunan performa penjualan periode tersebut. Walaupun ada kenaikan pada tahun 2022 dibandingkan dengan tahun 2021, penjualan kembali menunjukkan penurunan yang signifikan hingga tahun 2025. Penurunan ini menandakan adanya masalah yang patut diperhatikan dengan serius, karena hal ini berkaitan langsung dengan performa bisnis dan kelangsungan usaha restoran.

Penurunan dalam penjualan ini bisa jadi merupakan sinyal adanya ketidakpuasan konsumen terhadap barang atau layanan yang disediakan. Dalam dunia kuliner, keputusan konsumen untuk membeli kembali sangat dipengaruhi oleh pengalaman yang mereka dapatkan sebelumnya. Jika konsumen merasa tidak puas, besar kemungkinan mereka tidak akan kembali atau bahkan memilih untuk pergi ke pesaing. Hal ini dapat berakibat pada berkurangnya jumlah pelanggan serta menurunnya loyalitas dari konsumen.

Tabel 2.1 Data Konsumen Amananaia

Tahun	Jumlah Konsumen
2021	34.325
2022	36.543
2023	39.190
2024	32.077
2025	30.121

Sumber: Manajemen Amanaia

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat diketahui bahwa jumlah konsumen Restoran Amanaia Vimala Hills selama periode 2021–2025 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2021, jumlah pengunjung tercatat sebanyak 34.325 orang, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2022 menjadi 36.543 orang atau meningkat sebesar 6,46%. Peningkatan kembali terjadi pada tahun 2023 dengan jumlah pengunjung mencapai 39.190 orang atau meningkat sebesar 7,24% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2024 jumlah pengunjung mengalami penurunan yang cukup signifikan menjadi 32.077 orang atau turun sebesar 18,15%. Penurunan tersebut berlanjut pada tahun 2025 dengan jumlah pengunjung sebanyak 30.121 orang atau turun sebesar 6,10% dibandingkan tahun 2024.

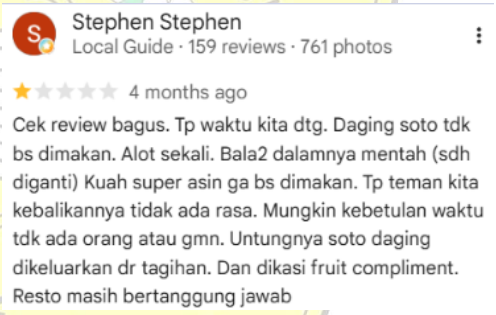
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062 DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3

Penurunan jumlah konsumen yang terjadi pada tahun 2024 dan 2025 menunjukkan adanya kondisi yang perlu diperhatikan oleh pihak Restoran Amanaia Vimala Hills. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kemungkinan permasalahan yang dirasakan oleh konsumen, peneliti melakukan penelusuran awal melalui ulasan konsumen pada Google Review Restoran Amanaia Vimala Hills. Google Review digunakan sebagai salah satu sumber informasi untuk mengetahui pengalaman dan penilaian konsumen secara langsung setelah melakukan kunjungan ke restoran. Berdasarkan penelusuran tersebut, ditemukan beberapa ulasan konsumen yang berkaitan dengan aspek pelayanan dan kualitas makanan yang diberikan oleh restoran. Keluhan-keluhan tersebut menjadi indikasi awal adanya ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan pengalaman yang diterima selama berkunjung.



Gambar 1.2
Ulasan Konsumen Mengenai Ketepatan Waktu (X1)
Sumber: *Google Review*

Berdasarkan hasil penelusuran ulasan konsumen melalui *Google Review* Restoran Amanaia Vimala Hills, ditemukan adanya keluhan terkait ketepatan waktu penyajian makanan. Salah satu konsumen menyampaikan bahwa pelayanan yang diberikan membutuhkan waktu cukup lama, bahkan konsumen tersebut menyebutkan bahwa dirinya datang sekitar pukul 12.00 dan meninggalkan restoran pada pukul 14.45, serta mengeluhkan proses penyajian makanan yang berlangsung lama. Keluhan tersebut menunjukkan adanya pengalaman konsumen yang kurang baik terkait waktu tunggu dalam memperoleh hidangan yang dipesan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa ketepatan waktu penyajian makanan masih menjadi aspek yang perlu diperhatikan oleh pihak restoran. Waktu tunggu yang terlalu lama dapat menimbulkan ketidaknyamanan, terutama ketika konsumen mengharapkan makanan dapat disajikan sesuai dengan waktu yang wajar. Apabila kondisi tersebut terus terjadi, maka dapat memengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan selama menikmati hidangan di Restoran Amanaia Vimala Hills.

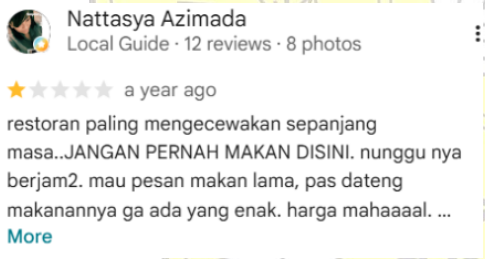


Gambar 1.3 Ulasan Konsumen Kualitas Hidangan (X2)
Sumber: *Google Review*

Selain permasalahan ketepatan waktu penyajian, berdasarkan hasil penelusuran ulasan konsumen melalui *Google Review* Restoran Amanaia Vimala Hills, ditemukan pula keluhan yang berkaitan dengan kualitas makanan. Salah satu konsumen menyampaikan bahwa daging soto yang disajikan memiliki tekstur yang sangat alot sehingga sulit untuk dikonsumsi, sementara bala-bala yang diterima masih mentah pada bagian dalamnya. Selain itu, konsumen juga mengeluhkan cita rasa kuah soto yang dinilai terlalu asin. Bahkan, terdapat perbedaan penilaian rasa antara konsumen

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062

yang satu dengan konsumen lainnya, di mana hidangan yang sama dinilai terlalu asin oleh satu konsumen, sedangkan konsumen lainnya menilai bahwa hidangan tersebut justru kurang memiliki rasa. Keluhan tersebut menunjukkan adanya permasalahan terkait tekstur, tingkat kematangan, cita rasa, serta konsistensi kualitas makanan yang disajikan. Meskipun pihak restoran telah menunjukkan tanggung jawab dengan mengeluarkan menu soto daging dari tagihan dan memberikan *complimentary* fruit sebagai bentuk penanganan keluhan, pengalaman tersebut tetap menunjukkan bahwa kualitas makanan merupakan aspek yang perlu diperhatikan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas makanan yang belum konsisten dapat menimbulkan ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman konsumen, sehingga berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen selama berkunjung ke Restoran Amanaia Vimala Hills.



Gambar 1.4
Ulasan Konsumen Kepuasan Konsumen (Y)
Sumber: *Google Review*

Salah satu aspek yang diduga berpengaruh terhadap situasi ini adalah waktu penyajian makanan yang masih belum memadai. Lamanya waktu tunggu, terutama pada saat puncak, bisa menyebabkan ketidaknyamanan bagi pelanggan dan berimbas pada pandangan mereka terhadap kualitas pelayanan restoran. Selain itu, konsistensi kualitas hidangan yang kurang baik juga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Variasi dalam rasa, penampilan, dan standar penyajian dapat berdampak pada pengalaman bersantap secara keseluruhan.

Masih ada keluhan dari pelanggan, terutama mengenai lama waktu penyajian dan variasi kualitas makanan yang diterima. Hal ini secara tidak langsung berdampak pada pengalaman pelanggan, yang berpengaruh pada belum tercapainya target penjualan secara optimal dan munculnya kecenderungan menurunnya loyalitas pelanggan. Situasi ini menunjukkan bahwa perlu riset dan penilaian yang lebih mendalam terhadap berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan agar mengetahui permasalahan yang ada dan dapat menerapkan strategi yang lebih efektif. Peneliti melakukan pra survei terhadap ketepatan waktu, kualitas hidangan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Amanaia Vimala Hills dengan jumlah responden sebanyak 30 orang yang berkunjung ke Amanaia Vimala Hills.

Waktu penyajian makanan adalah elemen krusial dalam kualitas layanan restoran yang langsung dirasakan oleh konsumen. Kecepatan dan akurasi dalam menyajikan hidangan menunjukkan tingkat profesionalisme serta efisiensi operasional sebuah restoran, khususnya bagi pelanggan yang memiliki waktu terbatas. Menurut Yiğitoğlu (2025:23), menyatakan bahwa waktu tunggu merupakan salah satu aspek utama dalam kualitas layanan yang memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, Menurut Baek (2025) waktu tunggu yang terlalu lama dapat memberikan pengaruh buruk terhadap pengalaman makan dan mengurangi tingkat kepuasan konsumen.

Ketepatan waktu berkaitan tidak hanya dengan cepatnya penyajian, tetapi juga dengan konsistensi dalam memberikan layanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan kepada pelanggan. Pelanggan biasanya memiliki harapan tertentu mengenai berapa lama pelayanan akan berlangsung, sehingga jika ada

P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062 DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3

perbedaan antara waktu yang dijanjikan dan waktu sebenarnya, hal ini dapat menimbulkan rasa tidak puas. Menurut Latifah, R. N., & Rahmawati, E. D. (2025) bahwa ketepatan waktu layanan adalah indikator penting untuk menilai kualitas layanan restoran, karena hal ini secara langsung memengaruhi pandangan pelanggan terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, penyajian yang cepat, akurat, dan konsisten tidak hanya bisa meningkatkan kepuasan tetapi juga membangun citra positif serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap restoran.

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan peneliti terhadap 30 responden melalui *Lark Form*, masih ditemukan beberapa permasalahan terkait ketepatan waktu penyajian di Restoran Amanaia Vimala Hills, berikut hasil pra survei variabel ketepatan waktu penyajian (X1):

Tabel 1.2
Pra Survei Ketepatan Waktu (X1)

INDIKATOR	PERNYATAAN	SETUJU	%	TIDAK SETUJU	%
Ketepatan Waktu Pelayanan	Apakah makanan dan minuman disajikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan oleh restoran?	13	43 %	17	57 %
Ketepatan Waktu Proses Pelayanan	Waktu tunggu pesanan di restoran ini tergolong cepat?	5	17 %	25	83 %
Efisensi Waktu Proses Pelayanan	Pesanan saya datang tanpa keterlambatan yang menggganggu?	15	50 %	15	50 %
Ketepatan Informasi Waktu kepada Pelanggan	Proses pelayanan dari pemesanan hingga penyajian berjalan tepat waktu?	8	27 %	22	73 %
Konsistensi Ketepatan Waktu Pelayanan	Restoran mampu mengelola waktu penyajian dengan baik meskipun dalam kondisi ramai?	9	30 %	21	70 %

Sumber: Pra Survei (2026)

Berdasarkan hasil pra survei, terlihat bahwa ketepatan waktu penyajian di Restoran Amanaia Vimala Hills masih belum optimal. Mayoritas responden menyatakan tidak setuju bahwa makanan disajikan sesuai waktu yang dijanjikan (57%) dan waktu tunggu tergolong cepat (83%), yang menunjukkan adanya masalah utama pada lamanya waktu pelayanan. Selain itu, proses pelayanan dari pemesanan hingga penyajian juga dinilai belum tepat waktu (73%), serta belum mampu menyesuaikan dengan kondisi ramai (70%), sehingga mengindikasikan kurangnya efisiensi operasional saat beban meningkat.

Sementara itu, pada indikator pesanan datang tanpa keterlambatan menunjukkan hasil yang seimbang (50% setuju dan 50% tidak setuju), yang menandakan adanya ketidakkonsistenan dalam pelayanan. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa aspek ketepatan waktu masih menjadi kelemahan yang berpotensi menurunkan kepuasan konsumen dan perlu menjadi perhatian utama bagi pihak restoran.

Kualitas hidangan adalah elemen penting yang memengaruhi penilaian

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062

pelanggan terhadap sebuah restoran. Aspek ini mencakup rasa, penampilan, kebersihan, ukuran porsi, dan konsistensi dalam penyajian. Pelanggan biasanya berharap ada standar kualitas yang terjaga setiap kali mereka berkunjung. Jika kualitas makanan memenuhi harapan mereka, maka pengalaman yang diperoleh akan sangat positif dan meningkatkan kepuasan.

Kualitas hidangan berhubungan dengan kemampuan restoran untuk menjaga standar bahan baku, metode pengolahan, dan penyajian yang menarik serta bersih. Menurut Karwini (2026) kualitas makanan berkontribusi besar terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan tidak hanya mengevaluasi rasa makanan, tetapi juga keseluruhan pengalaman yang mereka terima dari makanan yang dikonsumsi. Jika kualitas hidangan yang disajikan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka akan tercipta pengalaman positif, meningkatkan kepuasan, serta mendorong pelanggan untuk kembali dan merekomendasikan restoran kepada orang lain.

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan peneliti terhadap 30 responden melalui *Lark Form*, masih ditemukan beberapa permasalahan terkait kualitas hidangan di Restoran Amanaia Vimala Hills, berikut hasil pra survei variabel kualitas hidangan (X2):

Tabel 1.3
Pra Survei Kualitas Hidangan (X2)

INDIKATOR	PERNYATAAN	SETUJU	%	TIDAK SETUJU	%
Rasa Makanan	Apakah rasa makanan yang disajikan sesuai dengan harapan anda?	15	50 %	15	50 %
Tampilan/ Penyajian Makanan	Apakah Penyajian makanan terlihat menarik dan menggugah selera?	20	66 %	10	34 %
Kesegaran Bahan Makanan	Kualitas bahan makanan yang digunakan terasa baik dan segar?	23	77 %	7	23 %
Kebersihan Makanan	Porsi makanan yang diberikan sesuai dengan harga yang dibayarkan?	7	23 %	23	77 %
Konsistensi Kualitas Makanan	Konsistensi rasa dan kualitas makanan tetap terjaga setiap kali berkunjung?	20	66 %	10	34 %

Sumber: Pra Survei (2026)

Berdasarkan hasil pra survei di atas, terlihat bahwa kualitas hidangan yang diberikan kepada pelanggan belum sepenuhnya optimal. Sebagian besar responden menyatakan tidak setuju bahwa porsi makanan yang diberikan sesuai dengan harga yang dibayarkan, yaitu sebesar 77%, serta masih terdapat 50% responden yang menyatakan bahwa rasa makanan yang disajikan belum sesuai dengan harapan mereka. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kualitas hidangan yang diterima dengan harapan pelanggan, khususnya dalam hal kesesuaian porsi dan rasa makanan.

Namun demikian, terdapat beberapa aspek yang dinilai cukup baik oleh responden, seperti penyajian makanan yang terlihat menarik dan menggugah selera serta konsistensi rasa dan kualitas makanan yang masing-masing memperoleh persentase persetujuan sebesar 66%. Selain itu, kualitas bahan makanan yang digunakan

P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062 DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3

juga memperoleh persetujuan sebesar 77%. Meskipun demikian, masih terdapat responden yang memberikan penilaian kurang positif pada setiap aspek tersebut. Dengan demikian, kualitas hidangan masih perlu diperhatikan dan ditingkatkan, terutama pada kesesuaian porsi dengan harga serta rasa makanan agar dapat memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen adalah salah satu tolak ukur penting untuk menilai seberapa sukses sebuah restoran dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggannya. Rasa puas ini muncul dari penilaian pelanggan setelah mereka membandingkan harapan yang dimiliki sebelum menikmati produk atau layanan dengan pengalaman yang dirasakan setelahnya.

Selain itu, menurut Habib, S. N., Islam, T., & Parvin, M. H. (2025), kepuasan konsumen berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan serta meningkatkan kemungkinan terjadinya word of mouth positif. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya berdampak pada pengalaman individu, tetapi juga pada keberlanjutan bisnis secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil pra survei mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang diteliti, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden melalui *Lark Form* terkait kepuasan konsumen di Restoran Amanaia Vimala Hills, berikut hasil pra survei variabel Kepuasan Konsumen (Y):

Tabel 1.4
Pra Survei Kepuasan Konsumen (Y)

INDIKATOR	PERTANYAAN	SETUJU	%	TIDAK SETUJU	%
Perasaan Puas	Apakah anda merasa puas dengan pengalaman makan di restoran ini?	11	36 %	19	64 %
	Apakah Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan ?.	10	34 %	20	66 %
	Apakah anda bersedia kembali berkunjung ke restoran ini di masa mendatang?	23	76 %	7	24 %
Rekomendasikan Kepada Orang Lain	Apakah anda akan merekomendasikan restoran ini kepada orang lain?	17	57 %	13	43 %
Terpenuhinya Harapan Konsumen	Apakah restoran ini memenuhi ekspektasi anda?	12	40 %	18	60 %

Sumber: Pra Survei (2026)

Berdasarkan hasil pra survei diatas, terlihat bahwa tingkat kepuasan konsumen belum sepenuhnya optimal. Sebagian besar responden menyatakan tidak puas terhadap pengalaman makan secara keseluruhan (64%) serta pelayanan yang diberikan (66%), yang menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan pelanggan. Selain itu, sebanyak 60% responden juga menyatakan bahwa restoran belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi mereka.

Namun demikian, terdapat temuan yang menarik di mana mayoritas responden menyatakan bersedia untuk kembali berkunjung (76%) dan merekomendasikan restoran kepada orang lain (57%). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun tingkat kepuasan saat ini belum maksimal, restoran masih memiliki

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062

daya tarik tertentu, seperti konsep, suasana, atau faktor lainnya yang mendorong loyalitas awal konsumen.

Secara keseluruhan, kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara pengalaman yang dirasakan dengan loyalitas yang ditunjukkan, sehingga menjadi indikasi penting bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen perlu dilakukan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai secara optimal dan berkelanjutan.

2. LANDASAN TEORI

Pemasaran

Menurut Derana Kasih Waruwu (2024:19) "Pemasaran merupakan suatu kegiatan perekonomian yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang telah ditawarkan suatu perusahaan".

Menurut M. Anang Firmansyah (2019:3) "Pemasaran adalah sebuah proses pemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain".

Menurut Tjiptono (2014:2) "Pemasaran merupakan sistem total aktivitas binsis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan yang organisasional".

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpukan bahwa pemasaran merupakan suatu proses aktivitas manajerial yang menawarkan barang atau jasa yang dilakukan untuk menguntungkan antara penjual dan pembeli pada suatu pasar.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tolak ukur dalam keberhasilan suatu perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen dalam menggunakan produk atau jasanya. Perusahaan perlu mengetahui kebutuhan konsumen yang seringkali mengalami perubahan sesuai dengan tren yang berubah. Jika perusahaan dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan keinginan konsumen maka dapat dikatakan konsumen akan merasa puas dengan tingkatan kepuasan konsumen yang berbeda-beda.

Berdasarkan pendapat dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah kondisi ketika konsumen merasakan senang dan puas setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan kepada kinerja suatu perusahaan.

Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu pelayanan merupakan salah satu indikator penting dalam kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, khususnya dalam industri restoran. Ketepatan waktu pelayanan menunjukkan kemampuan restoran dalam menyajikan makanan dan memberikan layanan secara cepat, tepat, dan sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada pelanggan.

Dalam konsep kualitas pelayanan, ketepatan waktu termasuk dalam dimensi *reliability* (keandalan) dan *responsiveness* (daya tanggap). Menurut Budhiartha & Wibowo (2025:6) "Ketepatan Waktu adalah kemampuan restoran dalam memberikan pelayanan secara konsisten dan tepat waktu sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu merupakan bagian penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif".

Sejalan dengan itu, penelitian oleh Suryana, Hasibuan, & Febdarina (2026:8) menyatakan "Penerapan standar operasional pelayanan (SOP) yang baik, khususnya dalam hal kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan restoran. Pelayanan yang lambat atau

P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062 DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3

tidak sesuai waktu akan menurunkan persepsi kualitas layanan"

Berdasarkan beberapa pendapat dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketepatan waktu pelayanan adalah kemampuan restoran dalam memberikan layanan secara cepat, tepat, dan sesuai dengan harapan pelanggan, yang menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Kualitas Hidangan

Kualitas hidangan merupakan salah satu faktor utama dalam industri restoran yang berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Kualitas hidangan mencerminkan kemampuan restoran dalam menyajikan makanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, baik dari segi rasa, tampilan, kebersihan, maupun kesegaran bahan yang digunakan.

Penelitian oleh Sukwadi, Silitonga, & Wahyuni (2025:9) juga menegaskan bahwa "Kualitas makanan merupakan salah satu faktor dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan restoran cepat saji di Indonesia, bahkan dalam beberapa kasus memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan faktor lainnya".

Berdasarkan beberapa pendapat dan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas hidangan adalah kemampuan restoran dalam menyajikan makanan yang memiliki rasa yang baik, tampilan yang menarik, kebersihan yang terjaga, serta menggunakan bahan yang berkualitas dan konsisten, sehingga mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

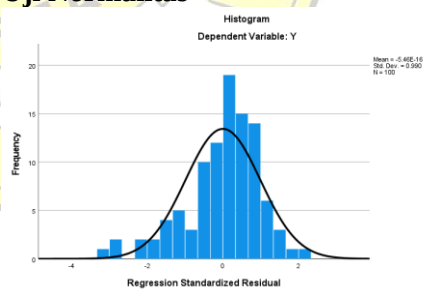
3. METODOLOGI

Pada penelitian ini peneliti terdapat dua variabel independen yaitu Ketepatan Waktu X1 dan Kualitas Hidangan X2 dan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen Y. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh Ketepatan Waktu dan Kualitas Hidangan terhadap Kepuasan Konsumen Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Amanaia Vimala Hills yang dikelola oleh PT. Bumi Parahyangan Makmur Abadi, terletak di Sukamahi, Megamendung Ciawi, Bogor, Jawa Barat. Waktu penelitian ini dimulai dari Februari 2026 sampai Agustus 2026. Untuk memperoleh data yang akurat dan berkualitas peneleiti menggunakan metode penyebaran kuisioner secara langsung kepada responden dalam rentang waktu 17 Mei 2026 hingga 20 Juni 2026 yang dilakukan secara bertahap.

Populasi adalah seluruh konsumen Restoran Amanaia Vimala Hills periode Januari sampai Desember 2025. Peneliti menggunakan rumus slovin karena dalam penarikan sampel jumlahnya harus *represensitive* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel namun dengan perhitungan sederhana. Berdasarkan hasil perhitungn 99,6 maka dilakukan pembulatan jumlah sampel minimum yang digunakan adalah 100 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

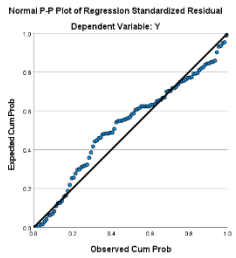


Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan histogram yang ditampilkan, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena pola diagram menunjukkan bentuk menyerupai lonceng.

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-Plot
Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan grafik P–P Plot, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh sebaran titik-titik yang mengikuti dan berada disekitar garis diagonal, sehingga memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.13 Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.59637696
Most Extreme Differences	Absolute		.109
	Positive		.063
	Negative		-.109
Test Statistic			.109
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.005
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.005
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.003
		Upper Bound	.007

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 957002199.

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan uji one sample Kolmogorov–Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,005 yang sama angkanya dengan 0,005. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1(Constant)	5.104	.450		11.342	.000	4.222	5.986					
Ketepatan Waktu	.184	.058	.167	3.182	.002	.069	.299	.674	.307	.129	.600	1.667
Kualitas Hidangan	.947	.062	.801	15.257	.000	.824	1.070	.907	.840	.621	.600	1.667

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas terlihat semua variabel bebas memiliki nilai tolerance >0,10 dan nilai VIF <10. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semua variabel bebas tidak terdapat multikolinearitas.

Uji Hetereskodastisitas

Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glesjer

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	1.826	1.241		4.622	.000
Ketepatan Waktu	.002	.037	.005	.042	.967
Kualitas Hidangan	.077	.040	.239	-1.909	.059

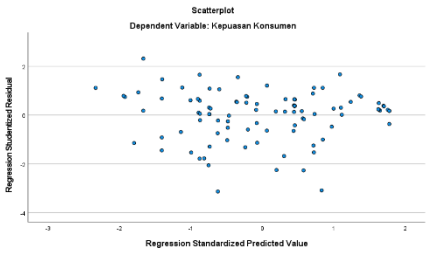
a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Hasil uji heteroskedatisitas dengan menggunakan uji glesjer pada diatas menunjukkan nilai signifikansi >0,05. Dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat menggunakan grafik scatterplot

P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062 DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3

variabel dependen, grafik tersebut dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut:



Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot
Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Dari gambar grafik tersebut, dapat dilihat titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas angka 0 dan sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.907[a]	.823	.819	3.816	.823	225.450	2	97	<.001	1.927

a. Predictors: (Constant), Kualitas Hidangan, Ketepatan Waktu
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Dari hasil pengujian autokorelasi, didapatkan nilai *Durbin Watson (DW)* sebanyak 1,927 berada dalam rentang skala 1,550 – 2,460 yang menunjukkan tidak terjadi autokorelasi. Artinya, model regresi memenuhi asumsi klasik.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Ketepatan Waktu (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1(Constant)	9.016	2.941		3.066	.003
Ketepatan Waktu	.743	.082	.674	9.033	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai konstanta sebesar 9.016 serta koefisien regresi untuk Ketepatan Waktu (X1) sebesar 0,743. Berdasarkan nilai tersebut, maka persamaan regresi sederhana yang dihasilkan dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y=9.016 +0,743X1$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebesar 9.016 menunjukkan bahwa apabila Ketepatan Waktu (X1) dianggap tidak memberikan pengaruh atau bernilai nol, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) diprediksi berada pada angka 9.016.
b. Koefisien regresi sebesar 0,743 pada Ketepatan Waktu (X1) menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,743 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Kualitas Hidangan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1(Constant)	0.993	0.350		2.837	.022
Kualitas Hidangan	1.072	.0125	.785	8.576	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai konstanta sebesar 0,993 serta koefisien regresi untuk Kualitas Hidangan (X2) sebesar 1,072. Berdasarkan nilai tersebut, maka persamaan regresi sederhana yang dihasilkan dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y=0,993 +1,072X2$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062

a. Nilai konstanta sebesar 0.993 menunjukkan bahwa apabila Kualitas Hidangan (X2) dianggap tidak memberikan pengaruh atau bernilai nol, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) diprediksi berada pada angka 0,993.
b. Koefisien regresi sebesar 1,072 pada nilai Kualitas Hidangan (X2) menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas hidangan sebesar satu satuan akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 1,072 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Secara Simultan Variabel Ketepatan Waktu (X1) dan Variabel Kualitas Hidangan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1(Constant)	5.104	.450		11.342	.000
Ketepatan Waktu	.184	.058	.167	3.182	.002
Kualitas Hidangan	.947	.062	.801	15.257	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ditampilkan dalam tabel sebelumnya, diperoleh model regresi adalah sebagai berikut:

Y=5,104+0,184X1+0,947X2

Hasil dari model tersebut memberikan beberapa poin simpulan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebesar 5,104 artinya jika Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) nilainya 0, maka tingkat Kepuasan Konsumen (Y) konstan berada diangka 5,104
b. Jika variabel Ketepatan Waktu (X1) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,184 satuan, dengan asumsi variabel Ketepatan Waktu (X1) tetap (konstan). Hal ini menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. (Y)
c. Jika variabel Kualitas Hidangan (X2) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,947 satuan, dengan asumsi variabel Ketepatan Waktu (X2) tetap (konstan). Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Hidangan memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

Analisis Koefisen Korelasi (r)

Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Ketepatan Waktu (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		Ketepatan Waktu	Kepuasan Konsumen
Ketepatan Waktu	Pearson Correlation	1	.674**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan tabel 4.22 diatas hasil koefisen korelasi (r) yaitu 0,674 berada diantara interval 0,60-0,799 dalam tabel interpretasi koefisien korelasi yang termasuk kategori kuat. Dapat disimpulkan bahwa Ketepatan Waktu (X1) memiliki hubungan yang kuat dengan Kepuasan Konsumen di Restoran Amanaia Vimala Hills.

Tabel 4. 23 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Hidangan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		Kualitas Hidangan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Hidangan	Pearson Correlation	1	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan	Pearson	.907**	1

P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062 DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3

Konsumen	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan tabel 4.23 diatas hasil koefisen korelasi (r) yaitu 0,907 berada diantara interval 0,80-1,000 dalam tabel interpretasi koefisien korelasi yang termasuk kategori sangat kuat. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Hidangan (X2) memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Kepuasan Konsumen di Restoran Amanaia Vimala Hills.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Ketepatan Waktu (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674[a]	.454	.449	6.665

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu
Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan tabel 4.24 nilai korelasi variabel Ketepatan Waktu (X1) sebesar 0,674 diantara interval 0,60-0,799 dalam tabel interpretasi koefisien korelasi yang termasuk kategori kuat. Adapun nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,454. Dapat disimpulkan Ketepatan Waktu (X1) memberikan kontribusi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 45,4%, sedangkan sisanya 54,6% disebabkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Kualitas Hidangan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907[a]	.823	.821	3.799

a. Predictors: (Constant), Kualitas Hidangan
Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan tabel 4.25 nilai korelasi variabel Kualitas Hidangan (X2) sebesar 0,907 diantara interval 0,80-1,000 dalam tabel interpretasi koefisien korelasi yang termasuk kategori sangat kuat. Adapun nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,823. Dapat disimpulkan Kualitas Hidangan (X2) memberikan kontribusi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 82,3%, sedangkan sisanya 17,7% disebabkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916[a]	.839	.836	3.633

a. Predictors: (Constant), Kualitas Hidangan, Ketepatan Waktu
Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan tabel 4.26 nilai korelasi variabel Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) sebesar 0,916 diantara interval 0,80-1,000 dalam tabel interpretasi koefisien korelasi yang termasuk kategori sangat kuat. Adapun nilai koefisien determinasi *R Square* sebesar 0,839. Dapat disimpulkan Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) memberikan kontribusi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 83,9%, sedangkan sisanya 16,1% disebabkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Signifikan Parsial (Uji t)

Tabel 4. 27 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) Ketepatan Waktu (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1(Constant)	9.016	2.941		3.066	.003
Ketepatan Waktu	.743	.082	.674	9.033	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062

Berdasarkan tabel 4.27 diatas, variabel Ketepatan Waktu (X1) nilai t hitung>t tabel (9,033>1,984) diperkuat dengan nilai signifikan nya sebesar 0,000<0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara Ketepatan Waktu (X1)terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 4. 28 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) Kualitas Hidangan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1(Constant)	0.993	0.350		2.837	.022
Kualitas Hidangan	1.072	.0125	.785	8.576	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan tabel 4.28 diatas, variabel Kualitas Hidangan (X2) nilai t hitung >t tabel (8,576>1,984) diperkuat dengan nilai signifikan nya sebesar 0,000 < 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara Kualitas Hidangan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Uji Hipotesis Signifikan Simultan (Uji f)

Tabel 4. 29 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji f) Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	6697.331	2	3348.666	253.675	.000[b]
Residual	1280.459	97	13.201		
Total	7977.790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Kualitas Hidangan, Ketepatan Waktu

Sumber: Diolah SPSS v.27 (2026)

Berdasarkan tabel 4.29 diatas nilai f hitung>f tabel (253,67 >3,09) diperkuat dengan nilai signifikan nya sebesar 0,000<0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan secara simultan terdapat pengaruh antara Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil Pembahasan

Pengaruh Ketepatan Waktu (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh persamaan regresi Y=9.016+0,743X1. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,674 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Ketepatan Waktu (X1) dan Kepuasan Konsumen (Y) berada dalam kategori kuat. Sementara itu, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,454 mengindikasikan bahwa variabel Ketepatan Waktu (X1) berkontribusi sebesar 45,4% terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan sisanya yaitu 54,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tabel (9,033>1,984) diperkuat dengan nilai signifikan nya sebesar 0,000<0,05. Dengan demikian, $H0_1$ ditolak dan Ha_1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Ketepatan Waktu (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Restoran Amanaia Vimala Hills.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adianti, S. S., & Trimarjono, A. (2023) yang menyatakan bahwa Ketepatan Waktu terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada J&Texpress Ptc Surabaya.

Pengaruh Kualitas Hidangan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh persamaan regresi Y = Y=0,993+1,072X2. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,907 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Hidangan (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) berada dalam kategori sangat kuat. Sementara itu, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,823

P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062 DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3

mengindikasikan bahwa variabel Kualitas Hidangan (X) berkontribusi sebesar 82,3% terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan sisanya yaitu 17,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tabel (8,576>1,984) diperkuat dengan nilai signifikan nya sebesar 0,000<0,05. Dengan demikian, $H0_2$ ditolak dan Ha_2 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Hidangan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Restoran Amanaia Vimala Hills.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Susanto, N. S. dan Andrew, R. (2025) yang menyatakan bahwa Kualitas Hidangan terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan Restoran.

Pengaruh Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Restoran Amanaia Vimala Hills. Hal ini dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda yaitu Y=5,104+0,184X1+0,947X2. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Ketepatan Waktu (X1), dengan asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,184. Sementara itu, setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kualitas Hidangan (X2), dengan asumsi variabel lainnya tetap, akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,947.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,916 berada pada interval 0,80–1,000, sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara Ketepatan Waktu dan Kualitas Hidangan secara bersama-sama dengan Kepuasan Konsumen termasuk dalam kategori sangat kuat. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,839 menunjukkan bahwa variabel Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 83,9%, sedangkan sebesar 16,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti.

Hasil pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 253,675>Ftabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H3 diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Restoran Amanaia Vimala Hills.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik ketepatan waktu penyajian dan semakin baik kualitas hidangan yang diberikan kepada konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Dengan demikian, Ketepatan Waktu dan Kualitas Hidangan merupakan dua faktor yang secara bersama-sama berperan penting dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Restoran Amanaia Vimala Hills.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Titania Eka Putri dkk (2026) menyebutkan bahwa Ketepatan Waktu dan Kualitas Hidangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Momolin Bakery.

5. KESIMPULAN

Secara parsial Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan melalui persamaan regresi sederhana Y=9,016+0,743X1, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,674 yang menunjukkan

DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3
P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062

hubungan dalam kategori kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,454 menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu memberikan kontribusi sebesar 45,4% terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan sisanya sebesar 54,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,033 > t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, $H0_1$ ditolak dan Ha_1 diterima, yang berarti semakin baik ketepatan waktu dalam penyajian maupun pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula Kepuasan Konsumen pada Restoran Amanaia Vimala Hills.

Secara parsial, Kualitas Hidangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Restoran Amanaia Vimala Hills. Hal tersebut dibuktikan melalui persamaan regresi sederhana Y=0,993+1,072X2, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,907 yang menunjukkan bahwa hubungan antara Kualitas Hidangan dan Kepuasan Konsumen berada dalam kategori sangat kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,823 menunjukkan bahwa Kualitas Hidangan memberikan kontribusi sebesar 82,3% terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan sisanya sebesar 17,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,576 >t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,000<0,05. Dengan demikian, $H0_2$ ditolak dan Ha_2 diterima, yang berarti semakin baik Kualitas Hidangan yang diberikan kepada konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Konsumen pada Restoran Amanaia Vimala Hills.

Secara simultan, Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Hidangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Restoran Amanaia Vimala Hills. Hal ini dibuktikan melalui persamaan regresi linear berganda Y=5,104+0,184X1+0,947X2. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,916 menunjukkan bahwa hubungan antara Ketepatan Waktu dan Kualitas Hidangan secara bersama-sama dengan Kepuasan Konsumen berada dalam kategori sangat kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,839 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 83,9% terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan sisanya sebesar 16,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung sebesar 253,675>F tabel sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi 0,000<0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik Ketepatan Waktu dan Kualitas Hidangan secara bersama-sama, maka semakin tinggi pula Kepuasan Konsumen pada Restoran Amanaia Vimala Hills.

DAFTAR PUSTAKA

Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. (2019:3) Pemasaran Produk dan Merek *(Research & Development)* Pasuruan: Penerbit Qiara Media.

Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran produk dan merek *(Planning & strategy*). CV. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Unitomo Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.). Pearson*.

Santoso, S. (2018). Menguasai Statistik dengan SPSS 25. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.Herry Krisnandi, S. E. (2019:8). Pengantar Manajemen. Jakarta Selatan: LPU-UNAS.

Sudaryono. (2017). Manajemen pemasaran: Teori dan implementasi. Andi.

Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2020). Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Widiana, M. E. (2020). Buku ajar pengantar manajemen.

Alhadi, M. N., & Sulaeman, A. (2026). Pengaruh price dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

P-ISSN :2597-5064
E-ISSN :2654-8062 DOI: https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v9i3

pelanggan aplikasi Maxim (studi mahasiswa pemasaran semester 7 Universitas Pamulang). Jurnal Ekonomi dan Manajemen JIEM.

Ardila, S. Y., & Pohan, M. Y. A. (2025). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen restoran. *Economics and Digital Business Journal.*

Baek, J., & Choe, Y. (2025*). Detrimental impact of waiting on dining experiences. Asia Marketing Journal.*

Firmansyah. (2018). Pengaruh harga, kualitas produk, dan *impulsive buying* terhadap keputusan pembelian di Pasar Ikan Gunungsari Surabaya.

Habib, S. N., Islam, T., & Parvin, M. H. (2025). *Impact of service quality on customer satisfaction. Management Decision Journal.*

Hadi, S. S., & Widyastuti, S. (2025). *Consumer loyalty in Indonesia's fast-food industry. Journal of Islamic Marketing.*

Karim, A., & Rachman, A. (2026). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Bapak Jukari di Kampung Industri Kecil Ceger Jurang Mangu Timur Kota Tangerang Selatan. Jurnal Ekonomi dan Manajemen JIEM.

Karwini, N. K., & Handayani, N. W. A. R. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan. Jurnal Ekonomi.

Koay, K. Y., Cheah, C. W., & Chang, Y. X. (2022). *Online food delivery service quality and customer satisfaction. British Food Journal.*

Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). Pengantar manajemen. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional.

Laksana, D. H., Liestyana, Y., & Pramesti, A. R. D. A. (2025). *The analysis of customer loyalty to takeaway restaurants in the special region of Yogyakarta. Jurnal MEBIS.*

Latifah, R. N., & Rahmawati, E. D. (2025). Hubungan kualitas makanan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan rumah makan. Jurnal Ekonomi dan Entrepreneurship.

Maharani, A. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Tweency Frozen Food di Depok. Cakrawala.

Maulana, S., & Putri, A. R. (2025). Pengaruh kualitas website dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Optima Cipta Sertifikasi. Jurnal Akademik Ekonomi.

Ngatno. (2017). Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi pada konsumen Gelael Mall Ciputra Semarang).

Rahmawati, N. (2024). *Digitalization of financial literacy and social media as a sustainable economic strategy in food & beverages.*

Rolando, B. (2025). *The effect of service quality and price on customer loyalty in online culinary businesses. International Journal of Economics and Business Studies.*

Shodiq, D. M., & Kurniawaty, E. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan digital dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Cyberindo Aditama Branch Banten Kota Tangerang. Jurnal Ekonomi dan Manajemen JIEM.

Sukwadi, Silitonga, & Wahyuni. (2025). Peningkatan kualitas layanan jaringan restoran cepat saji Indonesia: Analisis sentimen dan emosi berbasis aspek. Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer.

Susanto, N. S., & Andrew, R. (2025). Pengaruh kualitas makanan dan kualitas lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan. PPIMAN Journal.

Trulline, P., Suryana, A., & Sugiana, D.

(2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Go-Food di Bandung. Jurnal Studi Komunikasi.

Tuncer, I., Unusan, C., & Cobanoglu, C. (2021). *Service quality, perceived value and customer satisfaction on behavioral intention in restaurants. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism.*

Wardhanie, C. (2024). *The role of trust in mediating the influence of influencer marketing and online customer reviews on HMNS perfume purchase decision.*

Waruwu, D. K. (2024). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Gerai Eka Cell di Jakarta Timur. JORAPI.

Wijaya, & Artina. (2025). Pengaruh kualitas produk, harga terhadap kepuasan pelanggan pada Resto Raso Bali Bali.

Yiğitoğlu. (2025). *The impact of service quality and waiting time on customer satisfaction. Sustainability Multidisciplinary Digital Publishing Institute*