

SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA FREKUENSI KUNJUNGAN
WISATAWAN DAN CITA RASA MENU TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI SUBAHNALE RESTO**



**Disusun Oleh:
AKHMAD MUZAYYIN ALFIAN
NPM 210204006**

Skripsi yang Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata (S.Par)

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS BAHASA SENI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS HAMZANWADI
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS HUBUNGAN ANTARA FREKUENSI KUNJUNGAN
WISATAWAN DAN CITA RASA MENU TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI SUBAHNALE RESTO

AKHMAD MUZAYYIN ALFIAN
NPM 210204006

Program Studi Pariwisata
Fakultas Bahasa Seni dan Humaniora (FBSH)
Selong, 25 September 2025

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Abdul Latif, M. Pd
NIDN. 0817026701


Baiq Ahda Razula Apriyeni, M.Si.
NIDN. 0828048504

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pariwisata


Muhammad Ramli, M.Pd.
NIDN.0815038802

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS HUBUNGAN ANTARA FREKUENSI KUNJUNGAN
WISATAWAN DAN CITA RASA MENU TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI SUBAHNALE RESTO

AKHMAD MUZAYYIN ALFIAN
NPM 210204006

Skripsi ini dipertanggung jawabkan di depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Bahasa, Seni dan Humaniora Univeritas Hamzanwadi

Pada Tanggal 20 Oktober 2025

DEWAN PENGUJI

Dr. Hary Murcahyanto, M.Hum.
NIDN. 0828037101
Ketua Penguji

16/10/2025

Dr. Abdul Latif, M. Pd
NIDN. 0817026701
Anggota I

19/10/2025

Baiq Ahda Razula Apriyeni, M.Si.
NIDN. 0828048504
Anggota II

19/10/2025

Selang 19 Oktober 2025
Mengevaluasi dan Mengesahkan:



Dr. Muhib Jaenani Al Pansori, M. Pd
NIDN. 0807038802


LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Pariwisata (S.Par) Fakultas Bahasa, Seni dan Humaniora Universitas Hamzanwadi seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan.

Adapun dikemudian hari ditemukan seluruh atau Sebagian Skripsi ini Hasil karya sendiri atau adanya plagiat diluar batas toleransi, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sangsi-sangi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Pancor, 25 September 2025



Muzayyin Alfian
NPM 210204006

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa, dukungan, serta kasih sayang dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kerendahan hati, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Ayah dan Bundaku tercinta Terima kasih atas segala dukungan, doa, dan kasih sayang yang tiada henti. Sejak peneliti menempuh pendidikan dari Madrasah Aliyah di Pancor hingga meraih gelar sarjana di kota yang indah ini, kehadiran kalian selalu menjadi sumber kekuatan terbesar bagiku. Doaku semoga Ayah dan Bunda senantiasa diberikan kesehatan, umur panjang, dan keberkahan hidup.
2. Bundaku tersayang Terima kasih atas pengorbanan dan kasih sayang yang tidak ternilai, atas perjuangan yang penuh cinta hingga bertaruh nyawa untuk melahirkanku. Doa-doa dan semangat yang Bunda berikan menjadi cahaya dalam setiap langkahku.
3. Kakakku tercinta, Kak Ari dan Kak Eci Terima kasih telah menjadi kakak yang selalu mendukung, mendoakan, serta memberikan arahan terbaik dalam setiap perjalanan hidupku. Kehadiran kalian berdua adalah anugerah yang sangat berharga.
4. Sahabat dan teman seperjuangan, khususnya Angkatan 4 dan Kelas A, Terima kasih atas kebersamaan, semangat, serta dukungan yang luar biasa. Kalian adalah bagian penting dari perjalanan hidupku yang singkat ini, dan aku sangat bersyukur pernah berjalan bersama kalian.
5. Sahabat Peneliti *my bossom friend* Muhamad Ihsan Jauhari, terimakasih atas setiap waktu yang sudah di luangkan, memberikan dukungan, motivasi, semangat, doa, pendengar yang baik, serta menjadi rekan yang selalu menemani peneliti dari awal perkuliahan sampai selesai skripsi ini selesai. terimakasih sudah selalu ada buat peneliti selalu menjadi pelurus di setiap kebingungan yang selalu penulis rasakan *especially all about the life* dan terimakasih untuk semuanya. *Thank you for being Ari.*

6. Untuk seseorang *who suddenly appeared in my life*, dan menemani peneliti melewati beberapa bulan terakhir yang bagi peneliti adalah bulan terberat dan keberadaan dan kehadirannya bagi penulis merubah semuanya dari sedih menjadi sangat-sangat bahagia, bahkan bahagianya peneliti sendiri adalah apapun tentang nya *it's everything about you. I lovee you.*

7. *Last but not least For myself stay humble never forget where you came from, stay hungry keep that fire on your soul, and stay true always be real with yourself and the world, because the world don't need nomore copies, it need originals, and ain't nobody else that can do what you do like you do!*

MOTTO

“Terbanglah tinggi-tinggi anakku”

(Bundaa)

Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri-sendiri

(Hindia)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan karunia yang dilimpahkannya sehingga peneliti diberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini. Shalawat serta salam peneliti aturkan kepada junjungan baginda Nabi besar Muhammad SAW. yang telah membukakan jalan dan suri tauladan yang baik serta membawa umat manusia dari alam kegelapan menuju keselamatan dunia dan akhirat.

Peneliti menyadari bahwa terselesainya skripsi ini berkat bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. Hj. Siti Rohmi Djalilah, M.Pd selaku Rektor Universitas Hamzanwadi yang telah berkenan memberikan fasilitas dan sarana dalam menempuh pendidikan sarjana S1.
2. Bapak Dr. Drs. H. Mohzona, S.Pd. M.Pd selaku Dekan Fakultas Bahasa, Seni dan Humaniora (FBSH) Universitas Hamzanwadi.
3. Bapak Muhammad Ramli M.Pd selaku koordinator Program Studi Pariwisata Universitas Hamznwadi.
4. Bapak Dr. Abdul Latif M.Pd selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Baiq Ahda Razula Apriyeni, M.Si selaku pembimbing II yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Kedua orang tua, Kedua Kakakku, dan semua keluarga yang selalu memberikan do'a, motivasi serta dukungan setiap harinya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun judul skripsi yang peneliti ajukan adalah “Analisis Hubungan Antara Frekuensi Kunjungan Wisatawan Dan Cita Rasa Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Subahnale Resto”skripsi ini membahas bagaimana dua variabel penting, yaitu Frekuensi Kunjungan dan Cita Rasa Menu dapat mempengaruhi kepuasan Pelanggan di Subahnale Resto.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun dari para dosen, pembaca, serta pihak-pihak lain demi penyempurnaan skripsi ini ditahap selanjutnya. Besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi siapa saja yang membaca.

Pancor, 30 Juli 2025

AKHMAD MUZAYYIN ALFIAN
NPM. 210204006

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN LITERATUR	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Kepuasan Pelanggan (Y)	6
2. Cita Rasa Makanan (X2).....	8
3. Frekuensi Kunjungan (X1)	10
B. Kajian Penelitian Yang Relevan.....	13
C. Kerangka Berfikir	15
D. Hipotesis Penelitian.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Jenis dan Disain Penelitian	17
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	17

C. Populasi dan Sampel Penelitian	18
D. Variabel Penelitian	19
E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Teknik Analisis Data	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	22
A. Deskripsi Data	22
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data	25
C. Pengujian Hipotesis	34
D. Pembahasan Hasil Penelitian	37
BAB V KESIMPULAN	40
A. Kesimpulan	40
B. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN-LAMPIRAN	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	15
Gambar 3.1 Rumus Slovin	18
Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian	22
Gambar 4.2 Skema Outer Model	16

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia	24
Tabel 4.2 Data Hasil Uji Covergant Validity Menggunakan Outer Loading ..	27
Tabel 4.3 Data Hasil Uji Analsis Avarage Variant Extracted	30
Tabel 4.4 Data Hasil Uji Heterotrait Monotrait Ratio	33
Tabel 4.5 Data Hasil Uji Realibilitas	33
Tabel 4.6 Data Hasil Uji R-Square	34
Tabel 4.7 Data Hasil Uji Effect Size	35
Tabel 4.8 Data Hasil Uji Hipotesis	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen	48
Lampiran 2 Data Hasil Penelitian	51
Lampiran 3 Pengujian persyaratan Analisis	65
Lampiran 4 Penghitungan besaran Statistik	66
Lampiran 5 Pengujian Hipotesis	67
Lampiran 6 Surat-Surat	68
Lampiran 7 Dokumentasi	76
Lampiran 8 Riwayat Hidup	79

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between visit frequency and menu taste on customer satisfaction at Subahnale Resto, East Lombok. The background of this study is based on the phenomenon of increasing public interest in local cuisine, but there are still challenges in maintaining consistent taste and service at new restaurants like Subahnale Resto. The study used a quantitative approach with an ex post facto method and an explanatory design. The study sample consisted of 123 respondents determined using the Slovin formula, using an accidental sampling technique. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4 software. The results showed that visit frequency had a positive and significant effect on customer satisfaction with a coefficient value of 0.190 and a p-value of 0.019. Meanwhile, menu taste had a more dominant influence with a coefficient value of 0.634 and a p-value of 0.000. The R-square value of 0.628 indicates that the two independent variables explain 62.8% of the variance in customer satisfaction, with the remainder influenced by other factors. This study concludes that taste is the primary factor shaping customer satisfaction, while frequency of visits acts as a supporting indicator. These findings offer practical implications for local restaurant managers to emphasize consistent taste quality as a strategy to increase customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *frequency of visits, taste, customer satisfaction, restaurant*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara frekuensi kunjungan dan cita rasa menu terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto, Lombok Timur. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena meningkatnya minat masyarakat terhadap kuliner lokal, namun masih terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi cita rasa dan pelayanan di restoran baru seperti Subahnale Resto. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *ex post facto* dan desain eksplanatori. Sampel penelitian berjumlah 123 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin, dengan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis melalui Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0,190 dan *p-value* 0,019. Sementara itu, cita rasa menu memberikan pengaruh yang lebih dominan dengan nilai koefisien 0,634 dan *p-value* 0,000. Nilai R-square sebesar 0,628 mengindikasikan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 62,8% variansi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa cita rasa merupakan faktor utama yang membentuk kepuasan pelanggan, sementara frekuensi kunjungan berperan sebagai indikator pendukung. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola restoran lokal untuk lebih menekankan konsistensi kualitas rasa sebagai strategi meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: frekuensi kunjungan, cita rasa, kepuasan pelanggan, restoran

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri kuliner menunjukkan pertumbuhan pesat dalam lima tahun terakhir, didorong oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang menempatkan cita rasa dan pengalaman makan sebagai faktor utama dalam pengambilan Keputusan. Penelitian oleh Lim et al. (2024) mengungkapkan bahwa variabel cita rasa dan loyalitas memberikan kontribusi sebesar 63,7 % terhadap kepuasan pelanggan di sektor restoran cepat saji di Asia Tenggara. Sementara itu, Siregara et al. (2022) menyatakan bahwa konsumen secara eksplisit menilai rasa sebagai elemen krusial dalam memutuskan untuk kembali ke suatu tempat makan. Temuan serupa disampaikan oleh Tran (2023), yang meneliti wisata kuliner di Vietnam dan menyimpulkan bahwa kesegaran bahan serta keaslian rasa menjadi penentu utama persepsi kepuasan. Selain itu, Dabral dan Chelamallu (2024) menekankan bahwa perpaduan antara cita rasa otentik, harga yang kompetitif, dan atmosfer restoran turut memengaruhi persepsi pelanggan secara holistik. Empat penelitian tersebut memperkuat premis bahwa kualitas rasa merupakan faktor dominan dalam membentuk loyalitas dan kepuasan konsumen kuliner.

Dalam konteks usaha kuliner lokal, tantangan utama terletak pada menjaga konsistensi cita rasa serta pelayanan yang stabil dalam setiap waktu operasional. Penelitian oleh Sulfiani et al. (2025) yang mengkaji Bolu Cukke Hikmah di Makassar menemukan bahwa kualitas rasa berkontribusi sebesar 73,2 % terhadap kepuasan pelanggan, dengan pelayanan berada pada angka 70,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa gangguan kecil dalam standar rasa dapat langsung memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, studi Balondo dan Lombrio (2025) di Filipina menyatakan bahwa variasi rasa yang muncul akibat kurangnya SOP produksi berpengaruh langsung pada penurunan kunjungan pelanggan. Lim et al. (2024) juga mencatat bahwa aspek stabilitas operasional merupakan kunci dalam mempertahankan persepsi

positif konsumen. Keterkaitan antara rasa, pelayanan, dan kepuasan ini menjadi isu sentral dalam bisnis kuliner berbasis lokal yang belum memiliki sistem produksi baku.

Kepuasan pelanggan dalam industri restoran bukan sekadar perasaan puas semata, melainkan hasil dari beberapa variabel yang saling terkait, seperti keaslian rasa, kualitas pelayanan, lingkungan fisik restoran, harga, dan kecepatan pelayanan. Studi-studi terbaru di Indonesia dan Asia Tenggara mengonfirmasi hal ini. Misalnya, penelitian di Yogyakarta terhadap restoran cepat saji lokal menunjukkan bahwa persepsi terhadap kualitas produk, kualitas layanan, dan keadilan harga semuanya berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang kemudian mendorong loyalitas (Suryani & Prasetyo, 2024). Di Bandung, penelitian dalam konteks wisata kuliner menemukan bahwa *physical environment* juga memiliki peranan penting, meskipun *food quality* dan *price fairness* kadang tidak signifikan terhadap kepuasan dalam beberapa kondisi (Anggraeni & Santoso, 2024). Penelitian lainnya seperti pada restoran Padang Minang Sae mempertegas bahwa cita rasa dan kualitas layanan adalah variabel utama pembentuk kepuasan pelanggan (Hidayat & Nuraini, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa setiap usaha kuliner, termasuk usaha lokal tradisional seperti Subahnale Resto, perlu memperhatikan lebih dari sekadar rasa: konsistensi rasa harus didukung dengan pelayanan yang stabil, lingkungan yang menarik, dan harga yang dirasa sepadan oleh pelanggan.

Subahnale Resto, berlokasi di Kota Selong, Lombok Timur, merupakan restoran baru yang mengusung konsep menu khas tradisional Sasak dari Suralaga dan resmi beroperasi sejak 27 Februari 2025. Meskipun mengusung nilai-nilai lokal dan menyasar segmen konsumen perkotaan, restoran ini menghadapi berbagai hambatan dalam menjaga konsistensi operasional. Berdasarkan observasi peneliti yang bekerja sebagai barista selama tiga bulan, ditemukan ketidakkonsistenan rasa saat pergantian shift serta kelambatan pelayanan akibat keterbatasan alat produksi dan tenaga kerja. Penelitian Martina et al. (2022) menunjukkan bahwa restoran lokal yang mengedepankan menu etnik sering kali gagal mempertahankan kualitas karena belum memiliki

sistem kontrol mutu yang terstruktur. Sementara Sulfiani et al. (2025) dan Tran (2023) mempertegas pentingnya kontrol rasa sebagai penentu loyalitas pelanggan di restoran berbasis budaya. Di sisi lain, Lim et al. (2024) menggarisbawahi pentingnya pengelolaan pengalaman pelanggan secara konsisten guna menjaga frekuensi kunjungan yang stabil.

Kesenjangan penelitian muncul karena masih terbatasnya kajian yang menghubungkan secara langsung antara frekuensi kunjungan pelanggan, cita rasa, dan tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks restoran lokal yang mengedepankan kuliner tradisional. Sebagian besar studi sebelumnya berfokus pada restoran waralaba atau berskala nasional, sedangkan usaha kecil berbasis lokal belum banyak disentuh secara akademik. Penelitian ini dirancang untuk mengisi celah tersebut, dengan menyoroti bagaimana konsistensi rasa dan kualitas pelayanan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dan kecenderungan mereka untuk melakukan kunjungan ulang pada Subahnale Resto.

B. Identifikasi Masalah

Dalam industri kuliner yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan sebuah restoran. Pelanggan tidak hanya menilai dari segi rasa makanan, tetapi juga dari aspek pelayanan, suasana, dan konsistensi pengalaman yang ditawarkan. Namun, masih banyak restoran lokal yang menghadapi tantangan dalam memenuhi ekspektasi tersebut secara menyeluruh. Peneliti dalam penelitian ini mengidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Tingginya harapan pelanggan terhadap kualitas layanan dan konsistensi cita rasa makanan di restoran lokal, khususnya yang mengangkat nilai-nilai budaya daerah.
2. Belum tersedianya sistem produksi dan SOP dapur yang baku, menyebabkan kualitas rasa makanan tidak konsisten dan bergantung pada siapa yang bertugas di dapur.

3. Keterbatasan sumber daya manusia dan perlengkapan operasional, yang berdampak pada lambatnya pelayanan dan rendahnya profesionalisme staf dalam melayani pelanggan.
4. Ketidakkonsistenan pengalaman pelanggan antar kunjungan, baik dari segi rasa makanan maupun kualitas layanan, menunjukkan adanya celah dalam manajemen mutu pelayanan.
5. Frekuensi kunjungan yang fluktuatif dan kepuasan pelanggan yang belum optimal, menjadi indikasi bahwa ekspektasi konsumen belum sepenuhnya terpenuhi dalam konteks industri kuliner yang kompetitif.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah frekuensi kunjungan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur?
2. Apakah cita rasa makanan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur?

D. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah di paparkan, maka tujuan yang di harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh frekuensi kunjungan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur.
2. Untuk menguji pengaruh cita rasa makanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi pengelola usaha kuliner lokal, khususnya restoran yang mengangkat menu berbasis kearifan lokal seperti Subahnale Resto. Hasil penelitian ini akan menjadi dasar dalam menyusun strategi peningkatan kualitas produk dan layanan

berdasarkan pemahaman terhadap pengaruh frekuensi kunjungan dan cita rasa makanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan akan membantu pelaku usaha mengidentifikasi kelemahan dalam proses pelayanan dan produksi, serta memberikan acuan untuk perbaikan operasional seperti pelatihan karyawan, penyusunan SOP dapur, dan peningkatan sistem pelayanan guna menjaga loyalitas pelanggan secara lebih efektif.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu konsep sentral dalam teori pemasaran dan manajemen layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) dari suatu produk/jasa terhadap harapan mereka.” Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan adalah hasil evaluasi antara apa yang diharapkan (*expectations*) dan apa yang benar-benar dialami (*perceived performance*). Tjiptono (2015) juga menegaskan hal serupa dengan menyebut bahwa tujuan utama penyedia barang atau jasa adalah menciptakan kepuasan pelanggan agar dapat menumbuhkan loyalitas dan citra positif. Sedangkan menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009), kepuasan pelanggan merupakan aspek kritical yang mempengaruhi perilaku pembelian ulang dan keberlangsungan hubungan antara penyedia dan pelanggan.

Secara konseptual, kepuasan pelanggan dimaknai sebagai respon afektif dan kognitif (Gaidhani et al., 2025). Tanggapan kognitif terjadi ketika pelanggan menilai suatu produk atau layanan berdasarkan kualitas dan nilai (*value*), sementara aspek afektif berhubungan dengan emosi positif atau negatif yang dialami selama proses penggunaan (Solomon, 2017). Konsep ini diperkuat oleh Oliver (1997) melalui *Expected Disconfirmation Theory*, yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika performa aktual melebihi harapan. Oliver menjelaskan bahwa jenis disconfirmation (positif atau negatif) sangat menentukan apakah konsumen akan puas atau kecewa.

Hasil-hasil empiris memperkuat pentingnya aspek ini. Dabral & Chelamallu (2024), dalam studi mereka mengenai *food court*, menemukan bahwa dimensi kualitas makanan, suasana, dan harga secara kolektif menjelaskan sekitar 68 % variansi dalam kepuasan pelanggan. Lim et al.

(2024) juga menyoroti bahwa faktor-faktor seperti rasa, pelayanan, dan pengalaman bersantap memegang peran signifikan dalam membentuk loyalitas melalui jalur kepuasan. Studi lain yang dilakukan oleh Tran (2023) di Vietnam mengungkap bagaimana kombinasi kualitas makanan dan profesionalisme staf memengaruhi kepuasan secara langsung, serta dampaknya terhadap niat kunjungan ulang. Keberadaan tiga penelitian jurnal bereputasi tersebut mengukuhkan bahwa kepuasan adalah hasil interaksi antara harapan dan persepsi kinerja.

Melalui lensa teori Kotler dan Keller (2016), dapat dilihat bahwa penciptaan harapan pelanggan bisa berasal dari kampanye pemasaran, citra merek, pengalaman sebelumnya, dan rekomendasi pihak ketiga (*word-of-mouth*). Oleh karena itu, apabila praktik di lapangan, seperti konsistensi rasa atau kecepatan pelayanan, tidak memenuhi harapan *preconceived*, pelanggan akan mengalami *disconfirmation* negatif, sehingga terjadilah penurunan kepuasan. Sebaliknya, jika terdapat nilai tambah atau pelayanan melebihi ekspektasi, *disconfirmation* positif terjadi dan kepuasan akan meningkat.

Dari segi aplikasi operasional, individu atau organisasional yang memahami mekanisme kepuasan dapat merancang strategi yang lebih efektif. Tjiptono (2015) menjelaskan pentingnya mengukur Elemen-elemen utama pelayanan seperti *reliability* (keandalan), *tangibility* (bukti fisik), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) yang semuanya memberikan kontribusi terhadap persepsi kinerja yang menjadi input utama dalam proses evaluasi kepuasan. Penggabungan teori SERVQUAL dengan *Expectancy Disconfirmation* menghasilkan pemahaman menyeluruh: pelanggan tak hanya memperhatikan hasil akhir, tetapi juga perjalanan pengalaman penggunaannya.

Kepuasan pelanggan memegang status sebagai variabel terikat (Y) utama dalam studi kuantitatif ini. Ia berfungsi sebagai indikator kritis dalam mengukur sejauh mana variabel bebas, seperti frekuensi kunjungan dan cita rasa makanan, memberikan dampak pada persepsi pelanggan.

Teori utama Kotler dan Keller menyediakan kerangka evaluatif berbasis *expectative-perception*, yang didukung pula oleh buku Manajemen Jasa (Tjiptono, 2015) dan literature konsumsi (Solomon, 2017). Kajian jurnal Dabral & Chelamallu (2024), Lim et al. (2024), dan Tran (2023) memberikan bukti empiris aktual yang mendukung definisi teoritik tersebut, sekaligus mempertegas hubungan fundamental antara kinerja nyata dan kepuasan pelanggan. Sintesis antara teori dan bukti empiris ini memposisikan kepuasan pelanggan sebagai variabel terukur yang reliable dalam konteks restoran lokal berbasis budaya seperti Subahnale Resto.

2.

Cita

Rasa Makanan (X2)

Cita rasa makanan merupakan aspek sensorik utama yang menentukan kualitas pengalaman konsumen dalam mengonsumsi produk kuliner. Winarno (2004) menyatakan bahwa cita rasa adalah gabungan dari rasa dasar (manis, asam, asin, pahit, umami), aroma, suhu, dan tekstur makanan yang secara bersama-sama menciptakan persepsi rasa. Menurut Sudarmadji et al. (2011), aspek kimia dan fisiologis seperti komposisi bahan, cara memasak, dan suhu penyajian berperan besar dalam menghasilkan cita rasa akhir yang diterima konsumen. Cita rasa tidak hanya bersifat objektif, tetapi juga subjektif, karena dipengaruhi oleh preferensi, kebiasaan, dan latar belakang budaya masing-masing individu.

Dalam konteks pemasaran makanan dan minuman, cita rasa menjadi dimensi penting yang memengaruhi persepsi nilai, loyalitas, dan kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Cita rasa yang sesuai dengan harapan konsumen dapat menciptakan nilai lebih terhadap produk, sedangkan ketidaksesuaian rasa justru dapat mengurangi pengalaman dan menimbulkan ketidakpuasan (Zeithaml et al., 2009). Oleh karena itu, mempertahankan konsistensi rasa menjadi tantangan sekaligus strategi penting dalam menjaga posisi kompetitif usaha kuliner, terutama pada restoran yang menjual makanan khas atau berbasis budaya lokal.

Dari berbagai studi empiris, variabel cita rasa makanan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan perilaku konsumen. Penelitian oleh Siregara et al. (2022) menunjukkan bahwa cita rasa menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan di restoran cepat saji, bahkan lebih penting daripada harga dan pelayanan. Dalam studi tersebut, kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan persepsi positif terhadap keaslian dan kenikmatan rasa yang dirasakan. Lim et al. (2024) juga menemukan bahwa pelanggan lebih cenderung melakukan kunjungan ulang pada restoran yang mampu menyajikan rasa makanan secara konsisten, karena persepsi kualitas rasa memengaruhi loyalitas jangka panjang. Penelitian oleh Sulfiani et al. (2025) pada restoran lokal di Makassar juga menegaskan bahwa cita rasa menyumbang lebih dari 70% variansi dalam kepuasan pelanggan, lebih tinggi dibandingkan variabel lain seperti kebersihan atau kecepatan layanan.

Secara konseptual, cita rasa dapat dikaji melalui pendekatan multidimensi. Solomon (2017) dalam kajian perilaku konsumen menyebutkan bahwa persepsi rasa berkaitan erat dengan aspek emosional dan kognitif konsumen. Rasa yang unik atau membangkitkan kenangan masa lalu, misalnya, dapat meningkatkan persepsi nilai dan menciptakan koneksi emosional yang kuat antara pelanggan dan produk. Aspek ini sangat relevan dalam konteks restoran lokal seperti Subahnale Resto, yang menyajikan menu khas tradisional Sasak dan berpotensi membangun daya tarik tersendiri melalui pengalaman kuliner yang otentik dan bernilai budaya.

Namun, tantangan dalam menjaga cita rasa terletak pada konsistensi dan standarisasi produksi. Perbedaan dalam bahan baku, teknik memasak antar koki, dan alat dapur dapat memengaruhi kualitas rasa dari satu kunjungan ke kunjungan lainnya (Winarno, 2004; Sudarmadji et al., 2011). Hal ini diperkuat oleh temuan Sulfiani et al. (2025), yang mencatat bahwa perbedaan rasa akibat pergantian shift dapat menurunkan persepsi kualitas dan menyebabkan ketidakpuasan konsumen. Dalam jangka

panjang, ketidakkonsistenan ini berdampak pada turunnya frekuensi kunjungan pelanggan dan reputasi usaha secara keseluruhan.

Jika dibandingkan antar konsep, buku teks cenderung mengurai cita rasa dari sisi teknis dan sensorik, sedangkan artikel jurnal memberikan penekanan pada konsekuensi psikologis dan perilaku konsumen. Winarno (2004) dan Sudarmadji et al. (2011) lebih fokus pada mekanisme ilmiah bagaimana rasa terbentuk dan dipersepsikan, sementara Lim et al. (2024), Siregara et al. (2022), dan Sulfiani et al. (2025) menyoroti implikasi bisnis dari persepsi rasa tersebut dalam memengaruhi keputusan dan kepuasan pelanggan. Persamaan dari berbagai pandangan ini adalah bahwa cita rasa memiliki peran penting sebagai penentu utama dalam kepuasan konsumen makanan, baik dari sisi kualitas produk maupun dari sisi pengalaman subjektif pelanggan.

Sintesis dari berbagai teori dan temuan penelitian tersebut memperjelas bahwa cita rasa dalam konteks ini bukan sekadar atribut fisik dari makanan, melainkan elemen strategis dalam menciptakan nilai, membangun pengalaman, dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, cita rasa dipahami sebagai variabel bebas yang memengaruhi kepuasan pelanggan melalui dimensi sensorik, persepsi kualitas, dan emosi konsumen. Hal ini menjadi dasar bagi pentingnya pemantauan kualitas rasa secara berkelanjutan dan pengelolaan operasional dapur yang profesional, terutama pada restoran yang menawarkan diferensiasi berbasis budaya seperti Subahnale Resto di Lombok Timur.

3. Frekuensi Kunjungan (X1)

Frekuensi kunjungan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur loyalitas dan kepuasan dalam konteks bisnis jasa, termasuk usaha kuliner. Lovelock dan Wirtz (2016) mendefinisikan frekuensi kunjungan sebagai intensitas atau seberapa sering pelanggan kembali menggunakan jasa dalam periode waktu tertentu, yang mencerminkan keterikatan perilaku terhadap penyedia layanan. Griffin

(2005) menyatakan bahwa pelanggan yang puas akan cenderung melakukan pembelian ulang secara teratur, dan perilaku ini mencerminkan loyalitas berdasarkan pengalaman yang memuaskan. Dalam konteks restoran, frekuensi kunjungan dapat dijadikan ukuran kinerja, yang menunjukkan seberapa berhasil suatu usaha dalam mempertahankan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), perilaku pembelian berulang bukan hanya bentuk dari kepuasan, tetapi juga merupakan hasil dari nilai yang dirasakan secara konsisten oleh pelanggan dalam setiap interaksi. Artinya, jika pelanggan menemukan nilai positif dari pengalaman konsumsinya baik dari rasa makanan, pelayanan, maupun suasana maka mereka cenderung menjadikan restoran tersebut sebagai tempat pilihan utama. Dengan demikian, frekuensi kunjungan bukan hanya sekadar angka statistik, melainkan indikator kuat dari persepsi kualitas layanan dan kepuasan yang berkelanjutan.

Secara empiris, beberapa studi menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan memiliki hubungan erat dengan kualitas rasa dan kepuasan pelanggan. Penelitian Dabral dan Chelamallu (2024) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi terhadap kualitas makanan dan harga yang adil, semakin besar kemungkinan pelanggan melakukan kunjungan ulang. Lim et al. (2024) juga mencatat bahwa pelanggan di restoran cepat saji akan lebih sering berkunjung kembali apabila mereka merasa pengalaman makan sebelumnya menyenangkan dan konsisten. Selain itu, Balondo dan Lombrio (2025) dalam studi mereka di Filipina menemukan bahwa pelayanan yang lambat dan kualitas makanan yang tidak konsisten menjadi alasan utama penurunan frekuensi kunjungan pelanggan pada restoran lokal.

Frekuensi kunjungan dapat dijelaskan melalui perspektif behavioristik dan psikologis. Dalam pendekatan behavioristik, perilaku kunjungan ulang dianggap sebagai hasil dari stimulus-respons, di mana stimulus berupa pengalaman positif mendorong respons berupa pembelian

ulang (Solomon, 2017). Sementara dari pendekatan psikologis, persepsi nilai dan keterikatan emosional memengaruhi niat konsumen untuk kembali mengunjungi suatu tempat. Ini sejalan dengan model *Customer Satisfaction–Loyalty Chain* yang menyebutkan bahwa kepuasan menjadi prasyarat terbentuknya loyalitas dalam bentuk frekuensi pembelian ulang (Zeithaml et al., 2009).

Dalam konteks Subhna Resto, frekuensi kunjungan menjadi indikator penting karena restoran ini berada dalam fase pertumbuhan awal dan sangat bergantung pada pengulangan kunjungan dari pelanggan lokal. Berdasarkan observasi peneliti, variasi rasa yang terjadi karena pergantian shift serta keterbatasan alat dapur menyebabkan pengalaman makan yang tidak konsisten. Hal ini berdampak pada menurunnya minat kunjungan ulang dari pelanggan yang sebelumnya memiliki ekspektasi tinggi terhadap keunikan menu Sasak yang ditawarkan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa frekuensi kunjungan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk semata, tetapi juga oleh stabilitas layanan dan manajemen operasional yang profesional.

Jika dibandingkan antara pendekatan teoretis dari buku teks dan hasil penelitian empiris, tampak adanya kesamaan dalam menempatkan frekuensi kunjungan sebagai refleksi dari kepuasan pelanggan yang terbentuk melalui pengalaman yang konsisten. Buku teks lebih menekankan bahwa kunjungan ulang merupakan perilaku yang dipelajari dan diperkuat oleh pengalaman positif (Griffin, 2005; Lovelock dan Wirtz, 2016), sementara jurnal-jurnal ilmiah lebih fokus pada identifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keputusan pelanggan untuk kembali. Sintesis dari dua pendekatan ini menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan dapat digunakan sebagai variabel prediktor yang akurat terhadap keberhasilan jangka panjang suatu usaha kuliner.

Secara konseptual, dalam penelitian ini frekuensi kunjungan dipahami sebagai variabel bebas yang berperan dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan. Pengukuran frekuensi tidak hanya melihat jumlah

kunjungan dalam rentang waktu tertentu, tetapi juga mempertimbangkan motivasi dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan sebelumnya. Oleh karena itu, memahami frekuensi kunjungan bukan sekadar menghitung berapa kali pelanggan datang, tetapi juga mengkaji mengapa mereka datang kembali dan faktor apa yang menjadi pendorong atau penghambatnya.

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

Untuk memperkuat landasan teoritis dan mengidentifikasi posisi penelitian yang akan dilakukan, penting untuk meninjau hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan variabel dan fokus kajian ini. Penelitian terdahulu memberikan gambaran tentang bagaimana hubungan antara frekuensi kunjungan, cita rasa makanan, dan kepuasan pelanggan telah diteliti dalam berbagai konteks dan pendekatan. Selain itu, kajian ini juga menjadi dasar dalam menyusun kerangka pemikiran dan membedakan arah penelitian saat ini dengan studi yang telah ada. Dengan demikian, deskripsi berikut akan menguraikan persamaan dan perbedaan dari empat penelitian terdahulu yang dipilih secara strategis berdasarkan kesesuaian tema, metode, dan ruang lingkupnya dengan penelitian ini.

1. Achmadi et al. (2023) meneliti pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas merek pada pelanggan restoran Bakso Lapangan Tembak. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan, namun kualitas produk (makanan) tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Penelitian ini relevan karena sama-sama menempatkan kepuasan sebagai variabel penting yang berkaitan dengan perilaku pelanggan, terutama dalam hal kunjungan ulang. Perbedaannya terletak pada fokus objek penelitian; studi Achmadi berfokus pada restoran waralaba berskala nasional, sedangkan penelitian ini difokuskan pada restoran lokal baru berbasis budaya.
2. Permata Sari dan Tjahjono (2024) melakukan kajian literatur terhadap faktor-faktor yang memengaruhi intensi kunjungan ulang ke restoran

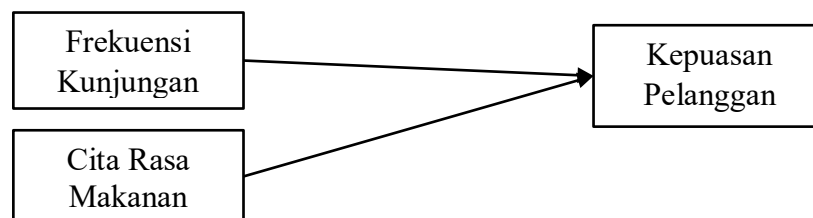
makanan lokal. Mereka menyimpulkan bahwa kualitas makanan, pelayanan, dan nilai emosional memiliki pengaruh besar terhadap niat kunjungan ulang. Persamaannya terletak pada fokus terhadap kunjungan ulang dan kepuasan pelanggan. Namun, pendekatan yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah *review* literatur, sedangkan penelitian ini bersifat kuantitatif empiris dengan pendekatan survei pada satu restoran spesifik di Lombok Timur.

3. Prayoga et al. (2023) meneliti peran pengalaman mencicipi makanan berbasis gastronomi terhadap niat kunjungan ulang wisatawan domestik di kota Yogyakarta. Temuan mereka menunjukkan bahwa pengalaman gastronomi lokal berpengaruh positif terhadap kepuasan, dan pada gilirannya memicu niat kunjungan ulang. Penelitian ini sejalan dengan fokus penelitian Anda dalam menempatkan dimensi rasa dan pengalaman konsumsi sebagai faktor penting dalam pembentukan kepuasan dan perilaku ulang konsumen. Perbedaannya, penelitian Prayoga berorientasi pada wisatawan dan konteks destinasi, sementara studi Anda lebih spesifik pada perilaku konsumen lokal terhadap restoran tradisional.
4. Lim et al. (2024) meneliti pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada restoran cepat saji di Asia Tenggara. Mereka menemukan bahwa kualitas rasa makanan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, dan loyalitas terbentuk dari pengalaman yang konsisten. Persamaan dengan penelitian Anda terletak pada fokus variable yaitu pengaruh rasa terhadap kepuasan. Namun, berbeda dalam hal konteks objek: penelitian Lim dilakukan pada restoran waralaba skala besar, sedangkan penelitian ini menyorot restoran lokal dengan menu khas budaya lokal yang belum memiliki sistem operasional yang baku.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti secara sistematis berdasarkan kajian teoritis dan hasil-hasil penelitian sebelumnya. Dalam pendekatan kuantitatif, kerangka berpikir berfungsi sebagai landasan logis yang menjelaskan alur

hubungan kausal antara variabel bebas dan variabel terikat, yang kemudian diuji secara empiris melalui instrumen dan analisis statistik. Penelitian ini berfokus pada pengaruh frekuensi kunjungan dan cita rasa makanan sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat pada Subahnale Resto. Berdasarkan teori-teori yang telah diuraikan serta temuan dari studi terdahulu, kerangka berpikir ini dirancang untuk menunjukkan dugaan adanya hubungan positif antara frekuensi kunjungan dan cita rasa makanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.



Keterangan

- a. X1 = Frekuensi Kunjungan
- b. X2 = Cita Rasa Makanan
- c. Y = Kepuasan Pelanggan

Gambar 2.1 Kerangka berpikir
(Sumber: Hasil Oleh Peneliti)

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini disusun berdasarkan kajian teori dan temuan empiris sebelumnya yang menunjukkan adanya hubungan antara frekuensi kunjungan, cita rasa makanan, dan kepuasan pelanggan. Dalam pendekatan kuantitatif, hipotesis berfungsi sebagai pernyataan sementara yang akan diuji kebenarannya melalui analisis data. Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian, rumusan hipotesis berikut disusun guna memberikan arah yang jelas terhadap pengujian hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

1. Hipotesis 1:
 - a. H_{01} : Frekuensi kunjungan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto.
 - b. H_{a1} : Frekuensi kunjungan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto.
2. Hipotesis 2:
 - a. H_{02} : Cita rasa makanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto.
 - b. H_{a2} : Cita rasa makanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori, yang bertujuan untuk menguji dan menjelaskan hubungan antar variabel secara kausal berdasarkan teori dan data empiris. Jenis penelitian yang digunakan adalah *ex post facto*, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menelaah peristiwa yang telah terjadi tanpa manipulasi variabel oleh peneliti (Abraham & Supriyati, 2022). Penelitian ini tidak melibatkan perlakuan eksperimental, tetapi mengamati hubungan antar variabel sebagaimana adanya dalam populasi.

Dalam penelitian kuantitatif, instrumen penelitian dan analisis data statistik digunakan untuk mendeskripsikan fenomena kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Hariyanto & Rukmandiana, 2022). Desain penelitian disusun untuk menguji pengaruh frekuensi kunjungan (X_1) dan cita rasa makanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Subahnale Resto. Hubungan antar variabel tersebut akan dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Squares (PLS)* dengan bantuan software SmartPLS versi 4. Pendekatan ini dipilih karena memiliki keunggulan dalam menguji model prediktif dan hubungan kompleks antar konstruk laten, serta dapat digunakan pada data yang tidak sepenuhnya berdistribusi normal.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Subahnale Resto, sebuah restoran lokal yang berlokasi di Jalan P. Diponegoro, Kota Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Subahnale Resto merupakan restoran baru yang sedang berkembang dan menawarkan menu khas tradisional Sasak, serta memiliki segmen pelanggan yang beragam, sehingga sesuai untuk dijadikan lokasi penelitian terkait kepuasan pelanggan.

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari tahap penyusunan proposal, pelaksanaan survei, hingga analisis dan pelaporan hasil penelitian, yang direncanakan berlangsung dari 10 Juli 2025 hingga 31 Juli 2025. Tahapan ini mencakup perencanaan instrumen, pengumpulan data lapangan, pengolahan data menggunakan SmartPLS, dan penyusunan laporan akhir skripsi.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Subahnale Resto yang datang dan menikmati makanan secara langsung di tempat selama periode penelitian berlangsung. Karena tidak terdapat data akurat mengenai jumlah pasti pengunjung dari pihak pengelola, maka peneliti menggunakan asumsi populasi berdasarkan perkiraan rata-rata kunjungan per bulan, yaitu sekitar 350 orang (Carmelia et al., 2021). Untuk menentukan jumlah sampel yang mewakili populasi tersebut secara proporsional, peneliti menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% (0,1). Rumus *Slovin* tersebut dituliskan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{350}{1 + 350(0,1)^2} = \frac{350}{1 + 3,5} \approx \frac{350}{4,5} \approx 77,78$$

Gambar 3.1 Rumus *Slovin*
(Sumber: Carmelia et al., 2021)

Keterangan:

n =
jumlah sampel,
N =
jumlah populasi (diasumsikan 500),
e =
tingkat kesalahan yang ditoleransi (10% atau 0,1)

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah minimum sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 78 responden. Namun, untuk meningkatkan validitas hasil dan mengantisipasi kemungkinan data yang tidak lengkap atau tidak valid, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Meskipun hasil perhitungan rumus Slovin menunjukkan jumlah minimum sampel sebanyak 78 responden, peneliti menetapkan 100 responden untuk meningkatkan validitas hasil dan mengantisipasi data yang tidak lengkap atau tidak layak analisis. Jumlah ini juga memenuhi standar minimum analisis SEM-PLS, yang mensyaratkan jumlah sampel mencukupi terhadap jumlah indikator dalam model.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan data berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang ditemui dan memenuhi kriteria, serta bersedia menjadi responden (Musyaffi & Kayati, 2020). Dalam konteks penelitian ini, responden adalah pengunjung Subahnale Resto yang secara sukarela mengisi kuesioner melalui Google Form yang disebarakan melalui WhatsApp dengan mengirikna *link Google Form* dan scan *QR Code*. Teknik ini dianggap sesuai karena memungkinkan peneliti menjangkau responden secara langsung dan efisien di lingkungan sosial restoran yang terbuka.

D. Variabel Penelitian

Menurut Siyoto dan Ali (2015) mengatakan bahwa variabel adalah sesuatu yang menjadi objek pengamatan penelitian, sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti. Menurut Amruddin, et al. (2022) Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah dua, yaitu variabel bebas (*Indevendent Variabel*) dan variabel terikat (*Dependent Variabel*). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel Bebas (*Independent Variables*)

- a. X_1 : Frekuensi Kunjungan, yaitu intensitas kunjungan pelanggan ke Subahnale Resto dalam kurun waktu tertentu.
 - b. X_2 : Cita Rasa Makanan, yaitu persepsi pelanggan terhadap kualitas rasa makanan yang disajikan di Subahnale Resto.
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)
 - a. Y: Kepuasan Pelanggan, yaitu sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap pengalaman makan yang diperoleh di Subahnale Resto, baik dari sisi rasa, pelayanan, maupun suasana.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan instrumen kuesioner berbasis digital yang disusun melalui platform Google Form. Kuesioner ini terdiri dari sejumlah pernyataan tertutup yang diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” (1) hingga “Sangat Setuju” (5), yang mencerminkan tingkat persetujuan responden terhadap item pernyataan pada masing-masing variabel penelitian. Penggunaan skala Likert memungkinkan kuantifikasi respons subjektif terhadap setiap pertanyaan, sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis secara statistik (Annisa et al., 2023). Teknik ini dipilih karena dinilai praktis, efisien, dan memungkinkan responden mengisi kuesioner secara fleksibel di waktu dan tempat yang mereka pilih. Pendistribusian kuesioner melalui *WhatsApp*, *Scan QR Code* bagi pengunjung. Kisi kisi jawaban dari instrument pertanyaan terhadap frekuensi kunjungan wisatawan dan kepausan pelanggan terhadap cita rasa menu di Subahnale Resto.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Digunakan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban kuesioner, yang disajikan dalam bentuk tabel frekuensi, diagram batang, dan statistik deskriptif (mean, standar deviasi, dll.).

2. Analisis Statistik Inferensial

Menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui *software* SmartPLS versi 4.

Tahapan analisis mencakup:

- a. Uji Outer Model: untuk menilai validitas konvergen dan diskriminan, meliputi indikator *loading factor* ($>0,7$), nilai AVE ($>0,5$), *Composite Reliability* ($>0,7$), dan *Cronbach's Alpha* ($>0,7$).
- b. Uji Inner Model: untuk mengukur hubungan antar konstruk, meliputi nilai R^2 , nilai f^2 , *path coefficient*, *t-statistik*, dan *p-val*

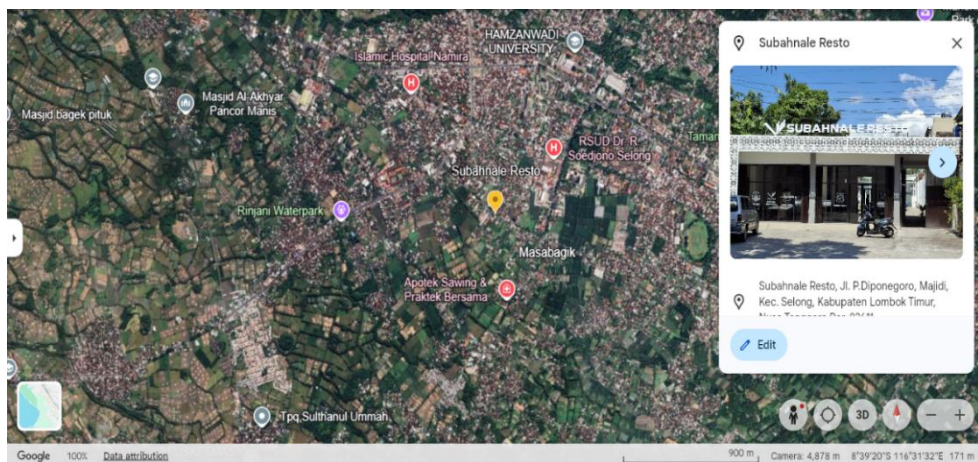
BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

Subahnale Resto adalah restoran baru yang berlokasi di Kota Selong, Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Restoran ini resmi dibuka untuk umum pada 26 Februari 2025, bertepatan dengan acara grand opening-nya. Meski baru berdiri, restoran ini langsung populer dan menjadi salah satu tempat makan favorit di Selong, terutama karena menyajikan masakan khas suku Sasak suku asli Lombok dengan rasa yang otentik dan lezat. Lokasi restoran ini sangat strategis, mudah dijangkau baik dari pusat kota Selong maupun dari tempat-tempat wisata terdekat. Jadi, baik wisatawan maupun warga lokal bisa datang dengan mudah tanpa kesulitan mencari alamatnya.



Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian Subahnale Resto
(Sumber: Tangkap Layar Google Earth, 2025)

Suasana di dalam restoran dirancang dengan perpaduan gaya modern dan tradisional, menciptakan nuansa yang nyaman dan unik. Pengunjung bisa merasakan kehangatan budaya lokal sambil menikmati fasilitas yang kekinian. Kapasitas restoran cukup besar, mampu menampung 100 hingga 150 orang sekaligus, sehingga cocok untuk rombongan keluarga, acara komunitas, atau tamu wisatawan dalam jumlah banyak. Untuk melayani pengunjung, Subahnale Resto memiliki 10–15 karyawan yang terbagi dalam beberapa bagian penting, yaitu: Dapur (untuk memasak dan menyiapkan makanan), Pelayan (yang melayani tamu di meja), Kasir (untuk urusan pembayaran), Manajemen (yang mengatur operasional restoran secara keseluruhan).

Restoran ini buka setiap hari, mulai pukul 10.00 pagi sampai 22.00 malam. Jam operasional yang panjang ini memberi fleksibilitas bagi pengunjung baik yang ingin makan siang, sore, maupun malam hari. Karena keunikan menunya, lokasi strategis, suasana yang nyaman, serta pelayanan yang baik, Subahnale Resto menjadi objek penelitian yang menarik. Penelitian ini khususnya ingin melihat apakah semakin sering wisatawan berkunjung, maka semakin puas pula mereka terhadap rasa makanan yang disajikan. Dengan kata lain, peneliti ingin tahu: apakah rasa makanan di restoran ini benar-benar membuat orang ingin kembali lagi?

2. Deskripsi Data Penelitian

Pada Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner sebanyak 123 orang, namun yang memenuhi kriteria dan yang memberikan jawaban “Iya” (yaitu wisatawan yang pernah atau sedang mengunjungi Subahnale Resto) sebanyak 123 responden atau sekitar 90,2% dari total responden, sementara itu responden yang menjawab “Tidak” sebanyak 10 responden atau 9,8% dan tidak diikut sertakan dalam analisis lanjutan karena tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

a. Deskripsi Responden

Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan usia, sebagaimana ditampilkan dalam table berikut:

Tabel 4.1 Distribusi Pengunjung Subahnale Resto Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin	Kelompok Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	16–25 tahun	52	42,28
Laki-laki	26–35 tahun	10	8,13
Laki-laki	36–45 tahun	4	3,25
Laki-laki	≥46 tahun	1	0,81
Perempuan	<15 tahun	2	1,63
Perempuan	16–25 tahun	38	30,89
Perempuan	26–35 tahun	15	12,20
Perempuan	36–45 tahun	1	0,81
Total	—	123	100

(Sumber: Data primer, 2025)

Berdasarkan data penelitian, jumlah responden yang menjadi pengunjung Subahnale Resto adalah sebanyak 123 orang. Jika dilihat dari distribusi jenis kelamin dan kelompok usia, terlihat adanya variasi jumlah yang cukup signifikan. Untuk kategori pengunjung laki-laki, sebagian besar berada pada kelompok usia 16–25 tahun dengan jumlah 52 orang (42,28%) dari total responden. Selanjutnya, kelompok usia 26-35 tahun tercatat sebanyak 10 orang (8,13%), usia 36-45 tahun sebanyak 4 orang (3,25%), dan kelompok usia lebih dari 46 tahun hanya 1 orang (0,81%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung laki-laki didominasi oleh usia muda, khususnya usia produktif. Sementara itu, pada kategori pengunjung perempuan, kelompok usia 16–25 tahun juga menjadi yang terbanyak dengan jumlah 38 orang (30,89%). Kemudian diikuti oleh kelompok usia 26-35 tahun sebanyak 15 orang (12,20%), kelompok usia kurang dari 15 tahun sebanyak 2 orang (1,63%), serta kelompok usia 36-45 tahun sebanyak 1 orang (0,81%).

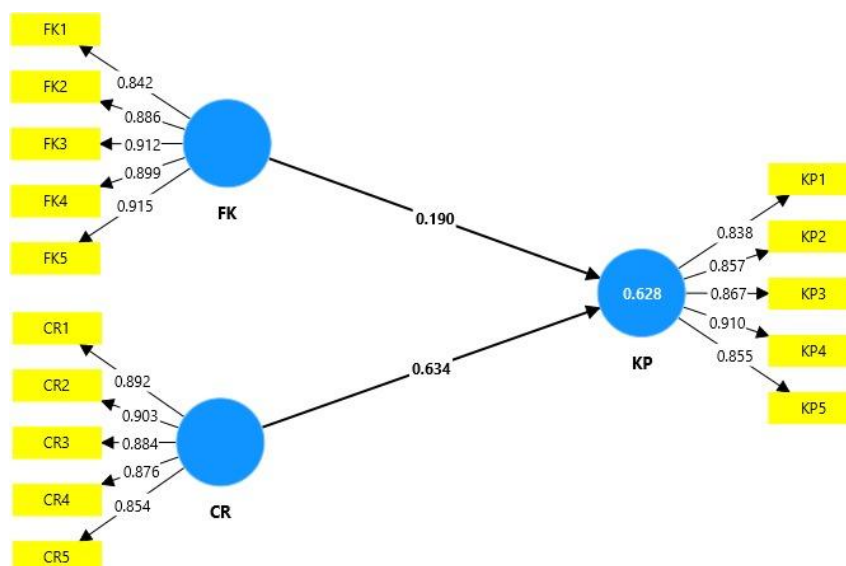
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi Smart-PLS 4 melalui beberapa tahap, yaitu penyusunan model pengukuran (*Outer Model*) dan penyusunan model struktural (*Inner Model*). Adapun tahapan-tahapannya adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan model pengukuran (*outer model*)

Dalam teknik analisis data menggunakan *Smart-PLS 4*, terdapat tiga kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi *Outer Model*, yaitu *Convergent*

Validity, Discriminant Validity, dan Composite Reliability. Berikut ini adalah skema model pengukuran Smart-PLS beserta penilaian *Outer Model* nya.



Gambar 4.2 Skema Outer Model
(Sumber: Data olahan Menggunakan Aplikasi *Smart-PLS 4* 2025)

Berdasarkan skema Outer Model di atas, lingkaran biru merupakan variabel laten, yang di mana 0,628 artinya variasi kepuasan wisatawan dan dapat di jelaskan oleh variabel Frekuensi Kunjungan dan Cita Rasa sisanya 0,17% di jelaskan oleh faktor lain. Kemudian kotak kuning yaitu indikator masing-masing variabel. Angka- angka di garis panah nilai outer loading. Panah antar lingkaran hubungan antar variabel yang di mana Frekuensi Kunjungan- kepuasan wisatawan 0.190, Cita Rasa - kepuasan wisatawan 0.634 yang menjelaskan bahwa Frekuensi Kunjungan dan Cita Rasa memberikan pengaruh positif/signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto. Dan hasil pengukuran menunjukkan pengaruh variabel Cita lebih besar di banding Frekuensi kunjungan.

Hasil penelitian terkait pengukuran *Outer Model* diperoleh sebagai berikut:

a. *Validitas Convergent* (uji validitas)

1. *Outer loading*

Analisis *outer loading* merupakan tahap awal dalam pengujian validitas konvergen pada model pengukuran berbasis PLS-SEM. Uji ini berfungsi untuk memastikan sejauh mana indikator yang digunakan benar-benar mampu merefleksikan konstruk laten yang diukur. Menurut Chin dan Dibbern (2010), indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,70. Nilai yang melebihi batas tersebut menandakan bahwa indikator memiliki kontribusi yang kuat dalam menjelaskan variabel laten. Berdasarkan kriteria tersebut, berikut disajikan hasil uji *outer loading* untuk variabel Cita Rasa (CR), Frekuensi Kunjungan (FK), dan Kepuasan Pelanggan (KP).

(Tabel 4.2 Data Hasil Uji Pengujian *Covergant Validity* Menggunakan Ourter Loading)

Variabel	Indikator	CR	FK	KP
CR1	Rasa makanan di Subahnale Resto sesuai dengan selera saya	0.892		
CR2	Keaslian bumbu pada makanan memberikan pengalaman kuliner yang khas	0.903		
CR3	Tekstur makanan di Subahnale Resto	0.884		
CR4	Tingkat kematangan makanan selalu konsisten setiap kunjungan	0.876		
CR5	Rasa makanan tetap stabil meskipun disiapkan oleh koki yang berbeda	0.854		
FK1	Saya rutin mengunjungi subahnlae resto lebih dari 1 bulan		0.842	

(Tabel 4.2 (Lanjutan) Data Hasil Uji Pengujian *Covergant Validity* Menggunakan *Ourter Loading*)

Variabel	Indikator	CR	FK	KP
FK2	Saya merasa nyaman untuk Kembali makan di Subahnale Resto secara berkala		0.886	
FK3	Saya lebih memilih Subahnale Resto dibandingkan restoran lain di sekitar Selong		0.912	
FK4	Saya sering mengajak teman atau keluarga untuk makan bersama di Subahnale Resto		0.899	
FK5	Kunjungan saya ke Subahnale Resto meningkat dalam beberapa bulan terakhir		0.915	
KP1	Saya puas dengan keseluruhan pengalaman bersantap di Subahnale Resto			0.838
KP2	Pelayanan yang saya terima sangat membantu dan ramah			0.857
KP3	Kenyamanan restoran mendukung kenyamanan saat makan			0.867
KP4	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan saat berkunjung ke restoran ini			0.910
KP5	Waktu penyajian makanan sesuai dengan ekspektasi anda			0.855

(Sumber: Data Olahan Menggunakan Aplikasi *Smart-PLS 4*, 2025)

Uji *outer loading* merupakan bagian dari analisis validitas konvergen dalam pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana indikator yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk saling berkorelasi tinggi. Menurut Chin dan Dibbern (2010), indikator dianggap memenuhi validitas konvergen apabila nilai *outer loading* lebih besar dari 0,70. Hal ini menandakan bahwa variabel indikator tersebut mampu menjelaskan lebih dari 50% varians konstruk yang diukur.

Berdasarkan hasil perhitungan *outer loading*, variabel Cita Rasa (CR) terdiri dari lima indikator, yaitu CR1–CR5. Seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 dengan rentang 0,854–0,903. Nilai tertinggi terdapat

pada indikator CR2 (0,903) sedangkan nilai terendah pada CR5 (0,854). Kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap cita rasa makanan mampu menjelaskan konstruk dengan baik. Dengan demikian, dimensi cita rasa makanan dalam penelitian ini memiliki validitas konvergen yang kuat.

Selanjutnya, variabel Frekuensi Kunjungan (FK) yang diukur dengan lima indikator (FK1-FK5) juga memperlihatkan hasil yang konsisten. Nilai outer loading berkisar antara 0,842-0,915. Indikator dengan kontribusi terbesar adalah FK5 (0,915), sedangkan indikator dengan nilai terendah adalah FK1 (0,842). Semua indikator telah melampaui ambang batas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran frekuensi kunjungan pelanggan memiliki keandalan yang tinggi dalam menggambarkan konstruk yang diteliti.

Adapun variabel Kepuasan Pelanggan (KP) yang direpresentasikan oleh lima indikator (KP1-KP5) juga memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai outer loading berkisar antara 0,838–0,910. Indikator KP4 memperoleh loading tertinggi (0,910), sedangkan KP1 memperoleh nilai terendah (0,838). Meskipun terdapat variasi antar indikator, semua nilai tetap berada di atas standar minimal yang direkomendasikan. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian dapat dipercaya dalam merepresentasikan konstruk kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Hasil analisis outer loading pada ketiga konstruk penelitian ini (CR, FK, dan KP) menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria

validitas konvergen. Tidak ada indikator yang memiliki nilai di bawah 0,70 sehingga tidak diperlukan penghapusan item pertanyaan. Hal ini memperkuat bukti bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki kualitas yang baik dalam mengukur variabel laten yang ditetapkan.

Dapat disimpulkan bahwa model pengukuran pada penelitian ini telah valid secara konvergen, sehingga layak digunakan untuk tahap analisis berikutnya, yaitu pengujian reliabilitas konstruk (*Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*) serta validitas diskriminan. Validitas konvergen yang tinggi ini juga menegaskan bahwa indikator-indikator yang digunakan benar-benar mampu merepresentasikan konsep teoritis dari cita rasa, frekuensi kunjungan, dan kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur.

2. AVE (*Average Variance Extracted*)

Analisis *Average Variance Extracted* (AVE) penting untuk menilai validitas konvergen pada model pengukuran berbasis PLS-SEM. AVE menunjukkan seberapa besar varians indikator dijelaskan oleh konstruk laten. Semakin tinggi nilai AVE, semakin besar proporsi varians yang diterangkan indikator. Menurut Chin dan Dibbern (2010), nilai AVE > 0,50 dianggap memadai, artinya lebih dari separuh varians indikator dapat dijelaskan konstruk secara konsisten.

Tabel 4.3 Data Hasil Uji Analisis *Average Variant Extracted*

<i>Average variance extracted (AVE)</i>
0.778
0.794
0.750

(Sumber: Data Diolah Menggunakan Aplikasi Samrt-PLS 4, 2025)

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai AVE sebesar 0,778 untuk variabel Cita Rasa (CR), 0,794 untuk variabel Frekuensi Kunjungan (FK), dan 0,750 untuk variabel Kepuasan Pelanggan (KP). Seluruh nilai AVE ini berada jauh di atas batas minimal 0,50 sebagaimana direkomendasikan oleh Chin dan Dibbern (2010). Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk dalam penelitian mampu menjelaskan lebih dari 75% varians indikator-indikatornya. Dengan kata lain, instrumen yang digunakan dalam mengukur cita rasa, frekuensi kunjungan, dan kepuasan pelanggan memiliki tingkat kevalidan yang tinggi, serta mampu merepresentasikan konsep teoretis secara konsisten. Nilai AVE tertinggi terdapat pada variabel frekuensi kunjungan (0,794), yang berarti indikator FK lebih homogen dan kuat dalam menggambarkan konstraknya dibandingkan variabel lain. Meskipun demikian, nilai AVE pada variabel cita rasa (0,778) dan kepuasan pelanggan (0,750) juga tetap menunjukkan validitas konvergen yang sangat memadai. Secara keseluruhan, hasil ini memperkuat kesimpulan bahwa instrumen penelitian yang digunakan layak dipertahankan dan dapat diandalkan untuk pengujian model struktural selanjutnya, termasuk pengujian hubungan antar variabel laten.

b. *Validitas discriminant*

1. HTMT

Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) digunakan untuk menilai validitas diskriminan dalam PLS-SEM. Validitas diskriminan memastikan bahwa suatu

konstruk berbeda dengan konstruk lain. Menurut Henseler et al. (2015), nilai HTMT yang baik harus lebih kecil dari 0,90 agar konstruk dianggap berbeda secara empiris.

Tabel 4.4 Data Hasil Uji Heterotrait Monotrait Ratio

Variabel	CR	FK	KP
CR			
FK	0.847		
KP	0.847	0.740	

(Sumber:Data Olahan Menggunakan Aplikasi Smart-PLS, 2025)

Berdasarkan hasil analisis, nilai HTMT antara variabel Cita Rasa (CR) dan Frekuensi Kunjungan (FK) adalah 0,847. Selanjutnya, nilai HTMT antara CR dan Kepuasan Pelanggan (KP) juga sebesar 0,847, sedangkan antara FK dan KP sebesar 0,740. Seluruh nilai HTMT tersebut berada di bawah ambang batas 0,90 sebagaimana direkomendasikan oleh Henseler et al. (2015). Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik, artinya masing-masing variabel laten yang digunakan benar-benar berbeda satu sama lain.

Nilai tertinggi diperoleh pada hubungan CR-FK dan CR-KP (0,847), yang masih dalam kategori aman namun menunjukkan bahwa kedua konstruk tersebut memiliki korelasi yang relatif lebih tinggi dibandingkan pasangan lainnya. Sementara itu, nilai terendah pada FK-KP (0,740) menandakan bahwa variabel frekuensi kunjungan dan kepuasan pelanggan lebih jelas perbedaannya. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan tidak mengalami masalah multikolinieritas antar konstruk. Dengan demikian, model penelitian memenuhi syarat validitas

diskriminan dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis struktural untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel.

c. Composite Reliability

Reliabilitas instrumen penelitian merupakan aspek penting yang menunjukkan konsistensi internal indikator dalam mengukur konstruk laten. Melalui uji *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan *AVE*, kualitas instrumen dapat dinilai sebelum melangkah pada tahap analisis struktural.

Tabel 4.5 Data Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
CR	0.929	0.930	0.946	0.778
FK	0.935	0.942	0.951	0.794
KP	0.916	0.918	0.937	0.750

(Sumber: Data Olahan Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 4, 2025)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel Cita Rasa (CR = 0,929), Frekuensi Kunjungan (FK = 0,935), dan Kepuasan Pelanggan (KP = 0,916) seluruhnya melampaui batas minimal 0,70 sesuai kriteria Chin dan Dibbern (2010). Hal ini menegaskan bahwa instrumen yang digunakan reliabel. Lebih lanjut, nilai *Composite Reliability* (rho_a dan rho_c) juga konsisten tinggi, dengan CR (0,930; 0,946), FK (0,942; 0,951), dan KP (0,918; 0,937), seluruhnya jauh di atas ambang batas 0,70. Demikian pula, nilai AVE pada CR (0,778), FK (0,794), dan KP (0,750) melampaui nilai minimum 0,50, menunjukkan adanya validitas konvergen yang baik. Dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas yang dipersyaratkan. Instrumen terbukti konsisten,

handal, dan layak digunakan pada tahap analisis struktural untuk menguji hubungan antar variabel laten dalam model penelitian.

C. Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

a. *R-Square*

Nilai *R-Square* (R^2) digunakan untuk menilai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Menurut Hair et al. (2011), R^2 dikategorikan menjadi tiga: 0,70 (kuat), 0,50 (sedang/moderat), dan 0,25 (lemah).

Tabel 4.6 Data Hasil Uji Pengujian *R-Square*

Variabel	R-square	R-square adjusted
KP	0.628	0.622

(Sumber: Data Olahan Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 4, 2025)

Berdasarkan hasil analisis, nilai *R-Square* untuk variabel Kepuasan Pelanggan (KP) adalah 0,628 dengan *R-Square Adjusted* sebesar 0,622. Menurut Hair et al. (2011), kriteria R^2 dibagi menjadi tiga kategori yaitu 0,70 (kuat), 0,50 (sedang/moderat), dan 0,25 (lemah). Dengan demikian, nilai 0,628 termasuk kategori sedang/moderat, yang berarti model memiliki kemampuan prediktif cukup baik dalam menjelaskan kepuasan pelanggan.

b. *Effect Size*

Uji *effect size* (f^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Analisis ini penting untuk memahami kekuatan pengaruh variabel prediktor terhadap konstruk dalam model penelitian.

Tabel 4.7 Data hasil uji *effect size*

Variabel	CR	FK	KP
CR			1.000
FK			1.000
KP			

(Sumber: Data Olahan Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 4, 2025)

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai *effect size* (f^2) untuk variabel Cita Rasa (CR) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) adalah 1,000, demikian pula untuk variabel Frekuensi Kunjungan (FK) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) juga sebesar 1,000. Menurut kriteria Cohen (1988), nilai f^2 dapat dikategorikan menjadi tiga: 0,02 (kecil), 0,15 (sedang/moderat), dan 0,35 (besar/kuat). Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik CR maupun FK memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap KP karena nilainya jauh melampaui batas tertinggi (0,35).

Temuan ini mempertegas bahwa cita rasa makanan dan frekuensi kunjungan pelanggan merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur. Besarnya nilai *effect size* ini mengindikasikan bahwa kedua variabel independen tidak hanya signifikan, tetapi juga dominan dalam memengaruhi variabel dependen. Dengan demikian, model penelitian memiliki kekuatan penjelasan yang kuat dan layak untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan manajerial.

c. Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis *path coefficient* untuk melihat besarnya pengaruh langsung antar variabel dalam model. Indikator yang digunakan adalah nilai *t-statistic* dan *p-value* dengan kriteria signifikansi $p < 0,05$.

Tabel 4.8 Data Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
CR -> KP	0.634	0.633	0.081	7.781	0.000
FK -> KP	0.190	0.192	0.081	2.341	0.019

(Sumber: Data Olahan Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 4, 2025)

Berdasarkan hasil analisis, pengaruh Cita Rasa (CR) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,634 dengan *t-statistic* 7,781 dan *p-value* 0,000. Nilai ini jauh melebihi batas minimum signifikansi ($t > 1,96$; $p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa CR berpengaruh signifikan dan positif terhadap KP. Artinya, semakin baik cita rasa makanan yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima.

Selanjutnya, pengaruh Frekuensi Kunjungan (FK) terhadap Kepuasan Pelanggan (KP) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,190 dengan *t-statistic* 2,341 dan *p-value* 0,019. Hasil ini juga memenuhi kriteria signifikansi karena *p-value* $< 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa FK berpengaruh positif dan

signifikan terhadap KP, meskipun pengaruhnya relatif lebih kecil dibandingkan dengan CR. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) juga diterima.

Temuan ini mempertegas bahwa baik cita rasa maupun frekuensi kunjungan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan cita rasa memiliki kontribusi yang lebih dominan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Bagian pembahasan penelitian ini bertujuan untuk menguraikan secara mendalam hasil analisis yang telah diperoleh, sekaligus menghubungkannya dengan teori dan temuan penelitian terdahulu. Dengan demikian, pembahasan tidak hanya menjelaskan hubungan antarvariabel yang diuji, tetapi juga menempatkannya dalam konteks akademik yang lebih luas. Fokus penelitian ini terletak pada dua tujuan utama, yaitu menguji pengaruh frekuensi kunjungan pelanggan terhadap kepuasan, serta menganalisis peran cita rasa makanan dalam membentuk kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur.

1. Pengaruh Frekuensi Kunjungan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur. Nilai koefisien jalur sebesar 0,190 dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$ memperkuat temuan ini. Artinya, semakin sering pelanggan berkunjung, semakin tinggi tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan pandangan bahwa pengalaman konsumsi berulang mampu memperkuat persepsi positif terhadap layanan dan

menumbuhkan rasa keterikatan emosional dengan penyedia jasa (Han et al., 2020).

Penelitian ini juga menguatkan hasil studi Permata Sari & Tjahjono (2024), yang menekankan peran frekuensi kunjungan ulang sebagai indikator kepuasan pelanggan, terutama dalam konteks restoran lokal. Temuan tersebut juga didukung oleh Prayoga et al. (2023), yang membuktikan bahwa pengalaman gastronomi lokal berkontribusi terhadap kepuasan dan intensi kunjungan ulang wisatawan domestik. Namun, penelitian ini lebih fokus pada konsumen lokal, sehingga menambahkan perspektif baru bahwa kepuasan dapat terbentuk bukan hanya dari kunjungan wisata, tetapi juga dari keterbiasaan konsumen sehari-hari.

Selain itu, penelitian Achmadi et al. (2023) turut relevan dalam menegaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki hubungan erat dengan perilaku kunjungan ulang, meskipun variabel yang diuji berbeda. Temuan ini memperkaya bukti empiris bahwa kunjungan berulang tidak hanya sekadar perilaku konsumsi, tetapi juga mencerminkan penilaian kepuasan yang mendalam. Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung literatur bahwa frekuensi kunjungan merupakan faktor penting dalam membentuk dan mempertahankan kepuasan pelanggan pada restoran lokal berbasis budaya.

2. Pengaruh Cita Rasa Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa cita rasa memiliki pengaruh positif yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,634 dan tingkat signifikansi $p < 0,01$. Hasil ini

mengindikasikan bahwa kualitas rasa merupakan determinan utama dalam membentuk kepuasan pelanggan di Subahnale Resto. Secara konseptual, rasa makanan adalah inti dari pengalaman kuliner yang berperan dalam menentukan persepsi pelanggan terhadap nilai dan kualitas restoran (Lim et al., 2024).

Temuan ini konsisten dengan penelitian Lim et al. (2024) yang menemukan bahwa kualitas rasa secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji di Asia Tenggara. Namun, penelitian ini memperluas cakupan dengan membuktikan relevansi dimensi rasa dalam konteks restoran lokal tradisional yang mengedepankan menu khas budaya. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan Prayoga et al. (2023), yang menunjukkan peran pengalaman gastronomi lokal dalam memengaruhi kepuasan dan kunjungan ulang wisatawan.

Di sisi lain, hasil penelitian ini sedikit berbeda dengan Achmadi et al. (2023), yang menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh konteks penelitian: restoran waralaba memiliki standar operasional yang lebih homogen, sedangkan restoran lokal menonjolkan keunikan cita rasa yang lebih berperan dalam kepuasan pelanggan. Selain itu, temuan ini mendukung hasil kajian Permata Sari & Tjahjono (2024), yang menekankan kualitas makanan sebagai faktor penting dalam memengaruhi niat kunjungan ulang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa cita rasa makanan merupakan faktor utama yang membentuk kepuasan pelanggan, sekaligus menjadi keunggulan kompetitif bagi restoran lokal tradisional.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Pengaruh frekuensi kunjungan terhadap kepuasan pelanggan Hasil penelitian menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur, dengan nilai koefisien sebesar 0,190 dan tingkat signifikansi $p < 0,05$. Hal ini berarti semakin sering pelanggan melakukan kunjungan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan. Frekuensi kunjungan yang tinggi mencerminkan adanya pengalaman positif yang berulang, sehingga memperkuat persepsi pelanggan terhadap kualitas rasa, pelayanan, serta atmosfer restoran. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

Pengaruh cita rasa makanan terhadap kepuasan pelanggan Hasil pengujian menunjukkan bahwa cita rasa makanan berpengaruh dominan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Subahnale Resto Lombok Timur, dengan nilai koefisien sebesar 0,634 dan tingkat signifikansi $p < 0,01$. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan lebih banyak dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas dan keaslian rasa makanan dibandingkan dengan faktor frekuensi kunjungan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas cita rasa merupakan elemen kunci dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, terutama pada usaha kuliner berbasis menu tradisional seperti Subahnale Resto. Dengan demikian, hipotesis kedua juga diterima.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa meskipun frekuensi kunjungan berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, cita rasa makanan tetap menjadi faktor yang paling dominan dan menentukan dalam menciptakan kepuasan serta mendorong kunjungan ulang. Oleh karena itu, pengelolaan konsistensi rasa dan kontrol mutu produk perlu menjadi fokus

utama dalam strategi pengembangan Subahnale Resto Lombok Timur ke depan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pihak manajemen Subahnale Resto Lombok Timur maupun penelitian selanjutnya.

Pertama, bagi pihak manajemen restoran, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cita rasa makanan merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen perlu menjaga konsistensi kualitas rasa, baik dari segi bahan baku maupun proses pengolahan. Pengendalian mutu yang ketat serta pelatihan bagi tenaga dapur dapat menjadi langkah strategis untuk memastikan standar rasa yang tetap terjaga.

Kedua, meskipun pengaruh frekuensi kunjungan tidak sebesar cita rasa, faktor ini tetap signifikan dalam memengaruhi kepuasan. Manajemen dapat memanfaatkan hal ini dengan memberikan program loyalitas pelanggan, seperti diskon khusus bagi pelanggan yang sering datang, atau sistem keanggotaan sederhana yang memberi nilai tambah. Langkah ini tidak hanya mendorong kunjungan berulang, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan Subahnale Resto dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu restoran lokal yang mampu bersaing melalui kualitas cita rasa dan pengalaman konsumsi yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, I., & Supriyati, Y. (2022). Desain Kuasi Eksperimen Dalam Pendidikan: Literatur. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3).
- Achmadi, A., Nurlela, I., & Haryanto, A. (2023). *Increase Brand Loyalty Through Customer Satisfaction at Restaurants*. *International Journal of Business and Social Science Research*, 4(2), 55–62.
- Amruddin, A., Priyanda, R., Agustina, T. S., Nyoman Sri Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., ... & Wicaksono, D. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif.
- Anggraeni, F., & Santoso, H. (2024). *Determinants of Consumer Satisfaction and Revisit Intention in Culinary Tourism (Braga, Bandung)*. *IDEAS: Journal of Management and Tourism*, 12(2), 44–56. President University.
- Balondo, M. S., & Lombrio, C. S. (2025). Operational efficiency and customer satisfaction of food service establishments in Biliran. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, 7(1), 112–123. <https://doi.org/10.55529/ijrcms.71.112123>
- Carmelia, R., Carvina, A., Agustiana, S., & Lemy, D. M. (2021). Pengaruh Covid-19 Terhadap Operasional Dining Room Restoran Penyedia Hidangan Barat di Ruko Golden 8, Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Tangerang. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15(1), 25-35.

- Dabral, P., & Chelamallu, K. (2024). Towards a better understanding of customer satisfaction with shopping mall food courts: The role of food quality, price fairness and ambience. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(3), 461–479. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2022-0234>
- Gaidhani, Y. et al. (2025). AI-driven predictive analytics for CRM to enhance retention, personalization, and decision-making. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 16(4).
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Jossey-Bass.
- Haji-Othman, Y., Yusuff, M. S., & Hussain, M. N. M. (2024). Data analysis using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in conducting quantitative research. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(10), 2380-2388.
- Hariyanto, O. I., & Rukmandiana, J. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan pengunjung. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 101.
- Hidayat, R., & Nuraini, D. (2025). *Taste and Service Quality on Customer Satisfaction at Padang Minang Sae Restaurant*. *Journal of Economics and Research*, 8(1), 33–42. Penerbit ADM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lim, H. L., Baliyan, M., & Pa'at, N. N. B. (2024). The impact of food quality and customer loyalty on customer satisfaction: A study of fast-food business in

- Southeast Asia. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pacific*, 7(3), 417–430. <https://doi.org/10.32535/ijthap.v7i3.2766>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services marketing: People, technology, strategy* (8th ed.). Pearson Education.
- Martina, C. D., Mananda, I. G. B. S., & Sudiarta, I. N. (2022). Quality of culinary tourism products influences satisfaction and loyalty of domestic tourists (Study on Nasi Balap Puyung Esun in Central Lombok). *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 6(2), 89–96. <https://doi.org/10.34013/jk.v6i2.269>
- Musyaffi, A. M., & Muna, A. (2021). Critical factors of cloud accounting acceptance and security for prospective accountants: Tam extension. *JRAK*, 13(1), 1-6.
- Permata Sari, V., & Tjahjono, H. K. (2024). *Revisit Intentions in Local Food Restaurants: A Critical Review*. *Journal of Consumer Research and Marketing*, 5(1), 22–30.
- Permata Sari, V., & Tjahjono, H. K. (2024). Revisit intentions in local food restaurants: A critical review. *Journal of Consumer Research and Marketing*, 5(1), 22–30.
- Prayoga, A. D., Wardhani, D. K., & Indrayani, L. (2023). *The Role of Gastronomic Experience in Tourist Revisit Intention: An Empirical Study in Yogyakarta*. *Journal of Culinary and Hospitality*, 4(2), 101–115.
- Siregara, A. P., Yusuf, M., & Jayanto, I. (2022). The influence of taste and price on consumer satisfaction in fast food restaurants. *Quantitative Economics*

- and Management Studies (QEMS)*, 3(6), 998–1007.
<https://doi.org/10.35877/454RI.qems3217>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Pearson.
- Sudarmadji, S., Haryono, B. S., & Suhardi. (2011). *Analisa mutu pangan*. Liberty Yogyakarta.
- Sulfiani, S., Asdi, A., & Sahib, M. K. (2025). The effect of service quality and taste on customer satisfaction at Bolu Cukke Hikmah in Makassar. *Dinasti International Journal of Management Science*, 6(4), 939–950.
<https://doi.org/10.31933/dijms.v6i4.2106>
- Suryani, N., & Prasetyo, A. (2024). *Factors Influencing Indonesian Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Local Fast-Food Restaurant*. *International Journal of Management Studies*, 11(3), 15–27. Canadian Center of Science and Education (CCSE).
- Syahlani, A., & Setyorini, D. (2021). Pengembangan instrumen hasil belajar matematika siswa (tes pilihan ganda). *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilm Sosial*, 6(3), 34-46.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Tran, E. S. (2023). Factors influencing tourist satisfaction in the restaurant industry at Can Tho City. *Athens Journal of Tourism*, 10(3), 200–220.
<https://doi.org/10.30958/ajt.10-3-4>

Winarno, F. G. (2004). *Kimia pangan dan gizi* (5th ed.). Gramedia Pustaka Utama.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services marketing:*

Integrating customer focus across the firm (5th ed.). McGraw-Hill.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

NAMA : AKHMAD MUZAYYIN ALFIAN
 NPM : 210204006
 FAKULTAS : Bahasa Seni Dan Humaniora
 PROGRAM STUDI : Pariwisata
 JUDUL : Pengaruh Frekuensi Kunjungan Dan Cita Rasa Terhadap
 Kepuasan

KUESIONER PENELITIAN

A. Data diri

1. Nama:
2. Usia :

B. Petunjuk pengisian

- 5 = sangat setuju
 4 = Setuju
 3 = Netral
 2 = Tidak Setuju
 1 = Sangat Tidak Setuju

C. Pernah Berkunjung Ke Subahnale Resto?

1. Iya
2. Tidak

D. Pertanyaan/Pernyataan Terkait Penelitian

Intstrumen Penelitian

No	Pernyataan	Skala Likert				
		1	2	3	4	5
	Frekuensi Kunjungan					
1	Saya rutin mengunjungi Subahnale Resto lebih dari satu kali dalam sebulan.					
2	Saya merasa nyaman untuk kembali makan di Subahnale Resto secara berkala.					
3	Saya lebih memilih Subahnale Resto dibandingkan restoran lain di sekitar Selong.					

4	Saya sering mengajak teman atau keluarga untuk makan bersama di Subahnale Resto.					
5	Kunjungan saya ke Subahnale Resto meningkat dalam beberapa bulan terakhir.					
	Cita Rasa					
1	Rasa makanan di Subahnale Resto sesuai dengan selera saya.					
2	Keaslian bumbu pada makanan memberikan pengalaman kuliner yang khas.					
3	Tekstur makanan di Subahnale Resto terasa pas dan menyenangkan.					
4	Tingkat kematangan makanan selalu konsisten setiap kunjungan.					
5	Rasa makanan tetap stabil meskipun disiapkan oleh koki yang berbeda.					
	Kepuasan Pelanggan					
1	Saya puas dengan keseluruhan pengalaman bersantap di Subahnale Resto.					
2	Pelayanan yang saya terima sangat membantu dan ramah.					
3	Suasana restoran mendukung kenyamanan saat makan.					
4	Saya merasa dihargai sebagai pelanggan saat berkunjung ke restoran ini.					
5	Waktu penyajian makanan sesuai dengan ekspektasi saya.					

Variabel X1: Frekuensi Kunjungan

1. Saya rutin mengunjungi Subahnale Resto lebih dari satu kali dalam sebulan.
2. Saya merasa nyaman untuk kembali makan di Subahnale Resto secara berkala.
3. Saya lebih memilih Subahnale Resto dibandingkan restoran lain di sekitar Selong.
4. Saya sering mengajak teman atau keluarga untuk makan bersama di Subahnale Resto.
5. Kunjungan saya ke Subahnale Resto meningkat dalam beberapa bulan terakhir.

Variabel X2: Cita Rasa Makanan

1. Rasa makanan di Subahnale Resto sesuai dengan selera saya.

2. Keaslian bumbu pada makanan memberikan pengalaman kuliner yang khas.
3. Tekstur makanan di Subahnale Resto terasa pas dan menyenangkan.
4. Tingkat kematangan makanan selalu konsisten setiap kunjungan.
5. Rasa makanan tetap stabil meskipun disiapkan oleh koki yang berbeda.

Variabel Y: Kepuasan Pelanggan

1. Saya puas dengan keseluruhan pengalaman bersantap di Subahnale Resto.
2. Pelayanan yang saya terima sangat membantu dan ramah.
3. Suasana restoran mendukung kenyamanan saat makan.
4. Saya merasa dihargai sebagai pelanggan saat berkunjung ke restoran ini.
5. Waktu penyajian makanan sesuai dengan ekspektasi saya.

Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Domisili
1	Ambar	Perempuan	<15	Lombok Timur
2	Alia	Perempuan	<15	Lombok Timur
3	Hidayatulloh	Laki-Laki	>25	Lombok Timur
4	Jodi	Laki-Laki	>25	Lombok Timur
5	Novitaaaa	Perempuan	>25	Lombok Tengah
6	Sitkom	Perempuan	>25	Lombok Timur
7	Sabir	Laki-Laki	>46	Lombok Timur
8	Miftahul Ardiansyah	Laki-Laki	16-25	Lombok Tengah
9	Sofiyan	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
10	Riski Aditia	Laki-Laki	16-25	Lombok Tengah
11	Ahmad Rido Al Nadwi	Laki-Laki	16-25	Lombok Barat
12	L Muzakir	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
13	Holidi	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
14	Yusril	Laki-Laki	16-25	Lombok Tengah
15	Rijal	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
16	Rendi Aryan	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
17	M. Husnu Aditia	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
18	Mujib	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
19	Yudi	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
20	Samsudin	Laki-Laki	16-25	Lombok Tengah
21	Syarief Hidayatullah	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
22	Muh Migrogul Hadi	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
23	Akrom At Tsani	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
24	Syabatul Hamdi	Laki-Laki	16-25	Lombok Tengah
25	Ahmad Mardly Alfian	Laki-Laki	16-25	Lombok Utara
26	Muh Faisal	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
27	Muh Burhan	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
28	Lalu Sugandi	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
29	Amrullah	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
30	Cefi Ariastama	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
31	Dahlan	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
32	Umam	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
33	Bilal	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
34	Sopian	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
35	Romzali	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
36	Azoan Azhari	Laki-Laki	16-25	Lombok Barat
37	Rozi	Laki-Laki	16-25	Lombok Tengah

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Domisili
38	Mam	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
39	Eko	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
40	Umang	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
41	Supardi	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
42	Roni	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
43	Aji	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
44	Ahmad	Laki-Laki	16-25	Lombok Tengah
45	Wanda	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
46	Abib	Laki-Laki	16-25	Lombok Timur
47	Amnu	Laki-Laki	16-25	Lombok Tengah
48	Baiq Zara Azizka	Perempuan	16-25	Lombok Tengah
49	Linaaaa	Perempuan	16-25	Lombok Timur
50	Nurpatehaturrizky	Perempuan	16-25	Lombok Timur
51	Dwiyana Putriani	Perempuan	16-25	Lombok Timur
52	Amelia Sabira Komala	Perempuan	16-25	Lombok Timur
53	Yulia Diniati	Perempuan	16-25	Lombok Timur
54	Sumi	Perempuan	16-25	Lombok Timur
55	Naa Sayang	Perempuan	16-25	Lombok Timur
56	Puspa	Perempuan	16-25	Lombok Timur
57	Sovia Wardani	Perempuan	16-25	Lombok Timur
58	Rizki	Perempuan	16-25	Lombok Timur
59	Emanita Noviana	Perempuan	16-25	Lombok Timur
60	Iyan	Perempuan	16-25	Lombok Tengah
61	Novita Cantek	Perempuan	16-25	Lombok Tengah
62	Irma Mardianti	Perempuan	16-25	Lombok Timur
63	Maulida	Perempuan	16-25	Lombok Timur
64	Emalia	Perempuan	16-25	Lombok Tengah
65	Raudatul Jannah	Perempuan	16-25	Lombok Timur
66	Umami	Perempuan	16-25	Lombok Timur
67	Rahma	Perempuan	16-25	Lombok Timur
68	Ruqiyah	Perempuan	16-25	Mataram
69	Rizkiani	Perempuan	16-25	Lombok Timur
70	Lia	Perempuan	16-25	Lombok Timur
71	Respiyana	Perempuan	16-25	Mataram
72	Karim	Perempuan	16-25	Lombok Tengah
73	Ria Febriantini	Perempuan	16-25	Lombok Timur
74	Ria Anes	Perempuan	16-25	Lombok Barat
75	Baiq Bunga	Perempuan	16-25	Lombok Barat
76	Meldarosa	Perempuan	16-25	Lombok Timur
77	Yanti	Perempuan	16-25	Lombok Timur
78	Wanda	Perempuan	16-25	Lombok Tengah
79	Jhon	Laki-Laki	17-25	Lombok Timur
80	Saprudin	Laki-Laki	17-25	Lombok Timur

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Domisili
81	Rosi	Laki-Laki	17-25	Lombok Timur
82	Wajdi Rahman Gazali	Laki-Laki	17-25	Lombok Timur
83	Syarief Hidayatullah	Laki-Laki	17-25	Lombok Timur
84	Zia Ulhaq	Laki-Laki	17-25	Lombok Timur
85	Muh Hermanto	Laki-Laki	17-25	Lombok Timur
86	Anto Wijaya	Laki-Laki	17-25	Lombok Tengah
87	Abdul Malik Nawawi	Laki-Laki	17-25	Lombok Tengah
88	Aldi Sujadin Papra	Laki-Laki	17-25	Mataram
89	Peto	Laki-Laki	17-25	Lombok Tengah
90	Lalu Ojuu	Laki-Laki	17-25	Lombok Timur
91	Ria	Perempuan	17-25	Lombok Tengah
92	Evalia	Perempuan	17-25	Lombok Timur
93	Aini	Perempuan	17-25	Lombok Tengah
94	Tina Gonzales	Perempuan	17-25	Lombok Timur
95	Ocha	Perempuan	17-25	Lombok Timur
96	Widiana Lestari	Perempuan	17-25	Lombok Timur
97	Adek Sayang	Perempuan	17-25	Lombok Timur
98	Lalu Rudi Hardi	Laki-Laki	26-35	Lombok Timur
99	Fikri	Laki-Laki	26-35	Lombok Barat
100	Putra	Laki-Laki	26-35	Lombok Timur
101	Murje	Laki-Laki	26-35	Lombok Timur
102	Zeus	Laki-Laki	26-35	Lombok Timur
103	Supaardan	Laki-Laki	26-35	Lombok Timur
104	Elan	Laki-Laki	26-35	Lombok Timur
105	Naufal	Laki-Laki	26-35	Lombok Tengah
106	Putri	Perempuan	26-35	Lombok Timur
107	Sumiianti	Perempuan	26-35	Lombok Timur
108	Ayu Puspita	Perempuan	26-35	Lombok Timur
109	Jannah	Perempuan	26-35	Lombok Timur
110	Ami	Perempuan	26-35	Lombok Timur
111	Ratna Dian	Perempuan	26-35	Lombok Tengah
112	Atul	Perempuan	26-35	Lombok Timur
113	April	Perempuan	26-35	Lombok Timur
114	Sahmiati	Perempuan	26-35	Mataram
115	Juniati	Perempuan	26-35	Lombok Utara
116	Ema	Perempuan	26-35	Lombok Timur
117	Devi	Perempuan	26-35	Lombok Timur
118	Elni	Perempuan	26-35	Lombok Timur
119	Lalu Wirenata	Laki-Laki	36-45	Lombok Timur
120	Lalu Gofur	Laki-Laki	36-45	Lombok Timur
121	Muh Hermanto	Laki-Laki	36-45	Lombok Timur
122	Muhamad Turmuzi	Laki-Laki	36-45	Lombok Tengah
123	Dewii	Perempuan	36-45	Lombok Timur

Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Frekuensi Kunjungan

No	FK 1	FK2	FK3	FK4	FK5
1	3	1	3	3	3
2	3	4	3	4	3
3	2	3	3	3	3
4	4	5	4	5	4
5	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3
7	3	5	3	3	3
8	3	4	3	3	3
9	3	3	4	4	3
10	3	4	3	4	3
11	3	3	3	4	3
12	1	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3
14	5	4	3	3	3
15	4	4	4	5	5
16	2	2	2	2	2
17	2	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3
19	4	4	4	3	3
20	2	3	3	3	3
21	2	3	3	3	3
22	2	2	2	2	2
23	4	3	4	3	2
24	3	3	2	3	2
25	2	3	3	2	3
26	3	3	2	3	2
27	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	2
29	2	3	3	4	3
30	1	1	1	1	1
31	4	4	5	4	4
32	3	3	3	3	3
33	3	3	3	2	3
34	3	3	3	4	3
35	3	3	3	3	3
36	3	3	3	4	3
37	3	4	3	3	3
38	2	3	3	3	2
39	1	4	4	4	2
40	3	3	3	3	3
41	3	3	4	3	3

No	FK 1	FK2	FK3	FK4	FK5
42	5	5	5	5	4
43	3	3	2	1	3
44	2	3	3	3	2
45	1	2	2	2	2
46	1	2	1	1	1
47	3	3	3	3	3
48	2	2	3	2	2
49	2	3	2	4	3
50	2	3	3	3	3
51	3	3	3	3	3
52	3	4	2	3	2
53	4	5	5	5	5
54	5	4	4	4	4
55	3	4	4	4	3
56	4	4	3	3	3
57	5	4	4	4	4
58	3	3	2	3	3
59	3	4	3	3	3
60	5	5	4	4	4
61	4	4	3	4	4
62	3	3	3	3	3
63	4	3	3	4	4
64	3	3	3	3	3
65	2	3	3	2	2
66	2	2	2	2	2
67	2	2	2	2	2
68	3	3	3	3	3
69	2	3	3	4	3
70	3	4	3	2	2
71	3	3	3	3	3
72	2	2	2	2	2
73	3	4	3	3	3
74	2	2	2	2	2
75	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3
77	2	2	2	2	2
78	3	2	3	3	3
79	3	3	3	3	3
80	3	3	3	2	3
81	2	2	2	2	2
82	3	3	3	3	3
83	3	3	3	3	3
84	4	4	3	4	3

No	FK 1	FK2	FK3	FK4	FK5
85	3	3	3	3	3
86	3	4	3	3	3
87	3	3	3	3	3
88	4	3	4	4	4
89	3	3	3	3	3
90	4	4	4	5	5
91	2	2	2	2	2
92	3	4	4	3	4
93	3	3	3	3	3
94	4	5	4	5	4
95	2	2	2	2	2
96	3	3	3	3	3
97	3	3	3	3	3
98	5	5	4	4	5
99	4	3	4	3	4
100	2	2	2	2	2
101	3	4	4	5	5
102	1	1	1	1	1
103	4	4	5	5	4
104	5	5	4	4	5
105	3	4	3	4	3
106	3	4	4	4	3
107	2	2	2	2	2
108	3	3	3	3	3
109	2	2	2	2	2
110	3	3	3	3	4
111	3	3	3	4	3
112	2	2	2	2	2
113	3	3	3	3	3
114	3	3	3	3	3
115	2	2	2	2	2
116	3	3	3	3	3
117	3	3	3	3	3
118	2	2	2	2	2
119	3	3	3	3	3
120	3	2	2	2	2
121	3	3	3	4	3
122	4	4	4	4	4
123	5	5	5	5	5

Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Cita Rasa

No	CR1	CR2	CR3	CR4	CR5
1	5	5	4	4	4
2	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	2
5	5	5	5	5	5
6	4	4	3	3	3
7	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4
9	4	3	3	3	4
10	4	4	4	4	4
11	4	4	4	3	4
12	3	4	4	4	3
13	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3
15	3	3	3	4	3
16	4	5	4	5	
17	2	2	2	3	3
18	4	4	4	3	3
19	3	3	3	3	3
20	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	3
22	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3
24	3	2	4	5	3
25	3	4	3	3	3
26	4	4	4	4	3
27	3	3	3	3	2
28	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3
30	3	4	3	3	4
31	3	3	3	3	3
32	5	5	5	4	4
33	3	3	3	3	3
34	4	3	3	4	3
35	3	3	3	3	3
36	3	3	3	3	3

37	3	3	3	3	3
38	4	3	3	4	4
39	2	3	3	3	3
40	3	3	4	3	3
41	3	3	3	3	3
42	4	4	3	4	3
43	5	5	5	5	5
44	4	2	3	3	2
45	3	3	3	3	4
46	3	2	3	3	3
47	2	2	2	2	2
48	3	3	3	3	3
49	3	2	2	2	2
50	3	3	3	3	3
51	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5
55	3	3	3	3	3
56	3	3	3	3	3
57	4	3	3	3	4
58	5	5	3	4	4
59	3	4	4	4	4
60	4	3	3	3	3
61	5	5	5	4	4
62	4	4	4	4	4
63	4	2	3	4	3
64		3	3	3	
65	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3
67	2	2	2	2	2
68	2	2		2	2
69	4	4	4	4	4
70	4	4	4	3	3
71	3	3	2	3	4
72	3	3	3	3	3
73	3	3	3	3	3
74	4	3	3	3	3
75	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3

78	2	2	2	2	2
79	3	3	3	3	3
80	4	4	3	4	4
81	3	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3
83	3	3	4	4	4
84	3	3	3	3	3
85	4	4	4	3	4
86	3	3	3	3	3
87	4	4	4	4	4
4588	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	5
90	3	3	3	3	3
91	5	5	4	4	5
92	2	2	2	2	2
93	4	4	4	4	4
94	3	3	3	3	3
95	5	3	3	4	5
96	3	3	3	3	3
97	3	3	3	3	3
98	4	4	3	4	3
99	3	3	4	4	5
100	4	4	4	4	4
101	3	3	3	3	3
102	5	5	4	4	5
103	2	2	2	2	2
104	4	4	5	5	4
105	4	5	4	5	4
106	4	4	4	3	4
107	4	4	4	4	4
108	3	3	3	3	3
109	4	4	3	3	4
110	3	3	3	3	3
111	3	3	4	3	3
112	3	4	4	3	3
113	3	3	3	3	3
114	3	3	3	3	3
115	4	3	3	3	3
116	3	3	3	3	3
117	3	3	3	3	3
118	3	3	3	3	3

119	3	3	3	3	3
120	3	3	3	3	3
121	2	2	2	2	2
122	4	4	4	3	4
123	4	4	4	4	4

Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan

No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
1	4	4	5	5	5
2	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	3
4	5	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5
6	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4
9	3	3	3	3	3
10	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4
13	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3
15	3	4	3	3	3
16	3	4	5	4	4
17	4	4	4	4	4
18	4	3	5	4	5
19	3	3	3	3	3
20	4	4	4	4	4
21	3	4	4	4	4
22	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3
24	2	4	5	3	1
25	3	3	3	4	3
26	4	4	4	4	3
27	3	2	2	3	3
28	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3
30	4	3	4	4	4
31	3	3	3	3	3
32	4	4	5	5	4
33	4	4	3	3	3
34	4	4	3	3	3
35	4	4	3	4	3
36	3	4	3	4	3
37	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4
39	3	3	4	3	3

No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
40	4	4	4	4	4
41	3	3	4	4	4
42	4	4	4	4	5
43	4	5	5	5	5
44	2	3	4	4	3
45	3	2	3	3	3
46	3	4	4	4	3
47	2	2	2	3	3
48		3	3	3	3
49	2	3	3	3	2
50	3	4	4	4	3
51	4	4	4	4	4
52	3	3	4	4	4
53	4	3	5	3	4
54	5	5	5	5	5
55	3	3	3	3	3
56	3	3	3	3	3
57	4	4	4	4	4
58	4	5	4	5	4
59	3	4	4	4	4
60	4	3	5	4	3
61	5	5	5	5	4
62	4	4	4	4	4
63	3	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3
65	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3
67	2	2	2	2	2
68	2	3	3	3	3
69	4	4	4	4	3
70	4	4	4	4	3
71	3	3	4	3	3
72	3	3	3	3	3
73	2	3	3	3	3
74	3	4	4	4	3
75	2	2	2	2	2
76	4	4	4	4	4
77	3	3	3	4	3
78	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3

No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
80	4	4	4	4	4
81	3	3	3	3	3
82	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4
84	3	3	3	3	3
85	4	3	4	4	4
86	3	3	3	3	3
87	4	4	4	4	4
88	3	3	3	3	3
89	4	5	4	5	4
90	3	3	3	3	3
91	4	5	5	4	5
92	3	3	3	3	3
93	4	4	4	4	4
94	3	3	3	3	3
95	5	3	4	4	5
96	3	3	3	3	3
97	3	3	3	3	3
98	4	3	4	4	4
99	4	4	4	3	4
100	4	4	4	4	4
101	3	3	3	3	3
102	3	4	5	5	4
103	2	2	2	2	2
104	3	4	5	5	4
105	4	5	4	4	5
106	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	4
108	3	3	3	3	3
109	3	3	3	3	3
110	3	3	3	3	3
111	3	4	4	4	4
112	3	4	4	4	4
113	3	3	3	3	3
114	4	4	4	3	3
115	3	4	4	4	4
116	3	3	3	3	3
117	4	4	4	4	3
118	4	3	4	3	4
119	3	3	3	3	3

No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
120	5	5	5	5	4
121	3	3	3	3	3
122	4	4	3	3	4
123	4	4	4	4	4

Lampiran 4 penghitungan besaran statistic

Hasil Uji R-Square

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
KP	0.628	0.622

Hasil Uji Effect Size

f-square - Matrix			
	CR	FK	KP
CR			0.402
FK			0.036
KP			

Lampiran 6 Surat-Surat



UNIVERSITAS HAMZANWADI
FAKULTAS BAHASA, SENI, DAN HUMANIORA

Jalan TGKH. Muhammad Zainuddin Abdul Madjid No. 132 Pancor, Selong, Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat KP. 83612
Telp./Fax: +6237622954 Website: <http://fbsh.hamzanwadi.ac.id> E-mail: fbsh@hamzanwadi.ac.id

Nomor : 539 /UH.FBSH/LT/2025 11 September 2025
Lampiran : 1 (Satu) Eks.
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Kepala BAPPEDA Kab. Lombok Timur
di-
Tempat

Bismillahirrahmanirrahim.
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan hormat, kami permaklumkan bahwa untuk dapat menyelesaikan tugas akhir pada Program Studi Pariwisata FBSH Universitas Hamzanwadi, maka mahasiswa di bawah ini:

Nama : AKHMAD MUZAYYIN ALFIAN
NPM : 210204006
Fakultas : Bahasa, Seni dan Humaniora
Program Studi : Pariwisata
Judul Skripsi/Karya Ilmiah : ANALISIS HUBUNGAN ANTARA FREKUENSI KUNJUNGAN WISATAWAN DAN CITA RASA MENU TERHADAP KEPUASAN PELNGGAN DI SUBAHNALE RESTO

Mohon kiranya diberikan izin melakukan penelitian di instansi/lembaga yang ada di Lombok Timur sesuai proposal terlampir.

Demikian, atas kerjasama yang baik disampaikan ucapan terimakasih.

Wallahul Muwaffiqu Walhadi Ila Sabilirrasyad.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Dekan
Dr. Drs. H. Mohzana, S.Pd., M.Pd
NIP. 196112311983011071

Tembusan:

1. Rektor Universitas Hamzanwadi, di Pancor;
2. Kepala P3MP Universitas Hamzanwadi, di Pancor;
3. Koordinator Program Studi Pariwisata, di Pancor.



PEMERINTAH KABUPATEN LOMBOK TIMUR
**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
 (BAPPEDA)**

Jl. Prof. M. Yamin No. 57 Komplek Kantor Bupati Lombok Timur Blok G Lt. 3 Tlp. (0376) 21371

Selong, 11 September 2025

Nomor : 000.9/2263/PD/IX/2025
 Lampiran : -
 Hal : Permakluman Penelitian

Yth. Pengelelo Subahnale Resto
 di Tempat

*Bismillahirrahmanirrahim
 Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Menunjuk surat Dekan Fakultas Bahasa, Seni, dan Humaniora Universitas Hamzanwadi Nomor : 539/UH.FBSH/LT/2025, tanggal 11 September 2025, perihal permohonan izin penelitian. Untuk itu, dipermaklumkan bahwa kegiatan Penelitian dilaksanakan di Wilayah Kerja Bapak/Ibu/Saudara oleh:

Nama : **AKHMAD MUZAYYIN ALFIAN**
 NIM : 210204006
 Alamat : Pancor
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Instansi / Badan : Universitas Hamzanwadi
 Tujuan / Keperluan : Untuk memperoleh data
 Judul / Tema : Analisis Hubungan Antara Frekuensi Kunjungan Wisatawan dan Cita Rasa Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan di Subahnale Resto

Tanggal Pelaksanaan : 11 September s/d 11 Desember 2025
 Nomor Telepon : 087771449488

Untuk kelancaran pelaksanaan perihal dimaksud kiranya kepada yang bersangkutan dapat dibantu seoptimal mungkin dan atas bantuan serta kerja sama yang baik kami sampaikan terima kasih.

*Billahittaufiq Walhidayah
 Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

KEPALA BAPPEDA
 KABUPATEN LOMBOK TIMUR,

M. ZADAR ROHMAN, S.STP., M.H.
 Pembina Utama Muda (IV/c)
 NIP 197512181995111001

Tembusan:

1. Kepala Bakesbangpoldagri Kab. Lombok Timur di Selong;
2. Dekan Fakultas Bahasa, Seni, dan Humaniora Universitas Hamzanwadi Selong di Selong.

SURAT KETERANGAN SETELAH PENELITIAN**Yang bertanda tangan di bawah ini :**

Nama : Ela Nispi Laili, Lc.
Jabatan : Pemilik Subahnale Resto
Alamat : Paok lombok suralaga, Teaban, Kec. Suralaga, Kabupaten
Lombok Timur, Nusa Tenggara Bar. 44235

Menerangkan bahwa di bawah ini :

Nama : Akhmad Muzayyin Alfian
NPM : 210204006
Prodi : Pariwisata
Fakultas : Bahasa Seni dan Humaniora

Benar telah melakukan penelitian di Subahnale Resto dalam rangka pengumpulan data Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan S1 Pariwisata dengan judul **"ANALISIS HUBUNGAN ANTARA FREKUENSI KUNJUNGAN WISATAWAN DAN CITA RASA MENU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SUBAHNALE RESTO"**

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagai mana mestinya.

Selong, 25 September 2025


 Ela Nispi Laili, LC
Pemilik Subahnale Resto



UNIVERSITAS HAMZANWADI

Sekretariat: Jalan TGKH. M. Zainuddin Abdul Madjid No. 132 Pancor-Selong Lombok Timur Telp. (0376) 21394, 22953 Fax. (0376) 22954 E-mail: universitas@hamzanwadi.ac.id
Website : <http://www.hamzanwadi.ac.id>.

KONTRAK KERJA BIMBINGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, pihak pertama (Dosen Pembimbing Skripsi) dengan menandatangani kontrak Kerja Bimbingan dengan pihak kedua (mahasiswa bimbingan) melaksanakan bimbingan Skripsi selama enam bulan atau satu semester dengan jadwal sbb:

BULAN PERTAMA : untuk Pendaftaran Proposal
BULAN KEDUA : untuk Instrumen Penelitian
BULAN KETIGA-KELIMA : untuk Bimbingan Skripsi

Demikian kontrak bimbingan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipedomani dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Pihak Pertama
Pembimbing Pertama

Dr. Abdul Hafid, M.Pd.

Pembimbing Kedua

Bagi Aida R.A

Pancor, 21.05.2025

Pihak Kedua
Mahasiswa Bimbingan

Alkhmad Muzayin Alfia

Mengetahui
Dekan Fakultas Bahasa Seni dan Humaniora
Universitas Hamzanwadi



Dr. Drs. H. Muzana, S.Pd. M.Pd

NIP. 19611231 1983 01 1 071



UNIVERSITAS HAMZANWADI

Sekretariat: Jalan TGKH. M. Zainuddin Abdul Madjid No. 132 Pancor-Selong Lombok Timur Telp. (0376) 21394, 22953 Fex. (0376) 22954 E-mail: universitas@hamzanwadi.ac.id
Website: <http://www.hamzanwadi.ac.id>

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Akhmad Muzayyin Alfian
2. Nomor Pokok Mahasiswa : 210204006
3. Semester : 8
4. Fakultas : Bahasa Seni dan Humaniora (FBSH)
5. Jurusan/ Program Studi : Pariwisata
6. Dosen Pembimbing : 1. Dr. Abdul Latif, M.Pd.
2. Baiq Ahda Razula Apriyeni, M.Si
7. Judul Skripsi :

Analisis Hubungan antara Frekuensi Kunjungan wisatawan dan cita rasa menu terhadap kepuasan pelanggan di subhahale Pesto

8. Jadwal bimbingan

NO	Tanggal Konsul	Materi Bimbingan	Tgl. Revisi Persetujuan	Paraf	
1	21/05/25	Ara Jumlah kepit kep II			
	19/6-2025	Draf proposal ~ perbaikan sistematika penulisan dan penomoran			
		~> penulisan aturan penulisan kutipan langsung dan tidak langsung ~> banyak kutipan sumber tidak tertera di daftar pustaka ~> pelajari lagi pedoman penulisan skripsi ~> perbaiki di metode dan hasil & penguatan metode hasil ke dosen I tuju.			

2	25/6-2025	<p><u>Draf Proposal.</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) perbaiki tata tulis 2) Taba penomoran dan letaknya masih salah 3) penulisan kutipan sumber dan daftar pustaka masih salah 4) pastikan nomor kea ulang sebelah dipisah u/ linier agar menguraugi sedikit keataha pada tata tulis. 				gr.
3		<ol style="list-style-type: none"> 1. perbaiki tata tulis 2. perbaiki tata letak 3. cek pedoman penulisan 				gr.
4		<p><u>Draf proposal.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tata letak dan penomoran masih keliru. - cek aluran penulisan tabel ataupun gambar. - Pastikan angka dudu proposal 				gr.
5	7/8-25.	<p><u>Draf Proposal.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - pastikan proposal sudah dicek dahulu apa saja yang direvisi baru binbunga! 				gr.
6	14/8-25	<p>acc proposal.</p> <p>lanjut penulisan 1</p>				gr.
7	25/08/25	<p>acc</p> <p>lanjut penulisan</p>				gr.

8	11/9-2025	Draf Cripsi → perbaikan kesimpulannya & cover. → perbaikan tata tulis.			<i>[Signature]</i>
		→ cek pedoman penulisan/ pembuatan tabel. → perbaikan tata letak			
	22/9-2025	→ perbaikan tata tulis → cek tata letak			<i>[Signature]</i>
	23/09/25	lengkap - isi - kepeluaan. - kepingan			<i>[Signature]</i>
	30/09/25	Ace Lembar ujian			<i>[Signature]</i>
	2/10/2025	Ace ujian			<i>[Signature]</i>
				2025/11	8

Pancor, 8 September 2025
Ketua Program Studi


(Muhammad Rivali, M.Pd; C.Ht)
NIDN. 0845038802

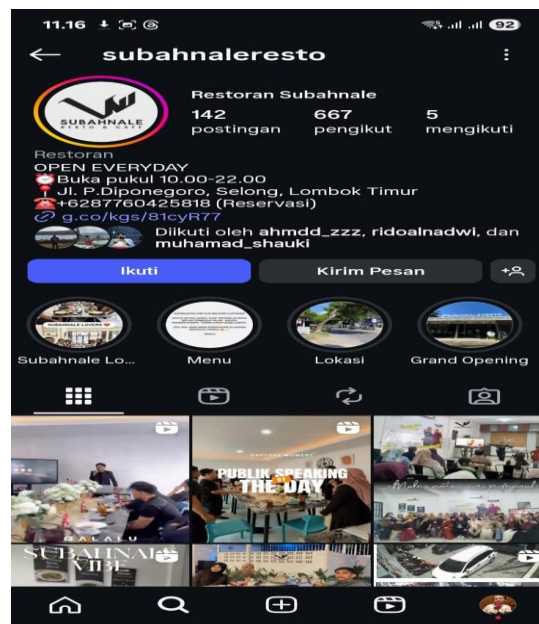
Lampiran 7 Dokumentasi



Lampiran Gambar Subahnale Resto
(Sumber: Subahnale Instagram, 2025)



Lampiran Gambar Subahnale Resto
(Sumber: Subahnale Instagram, 2025)



Gambar Sosial Media Subahnale Resto
(Sumber: Tangkap Layar Pribadi, 2025)



Gambar Subahnale Resto
(Sumber: Data Primer, 2025)



Gambar Subahnale Resto
(Sumber: Data Primer, 2025)



Bersama salah satu tim manajemen Subahnale Resto
Sumber: Data Primer, 2025

Lampiran 8 Riwayat Hidup



Akhmad Muzayyin Alfian, Lahir di Lokon, Mujuur, Praya Timur Kabupaten Lombok Tengah pada tanggal 12 Desember 2001, dari pasangan Bapak Muksin dan Ibu Amina, merupakan putra ke tiga dari tiga bersaudara. Dalam bidang Pendidikan penulis menyelesaikan SDN 4 Lokon tahun 2014, Mts Al-Ma'arif Mujuur 2017, MA Mu'allimin NWDI Pancor 2020 dan sejak tahun 2021 melanjutkan Pendidikan S1 Program Studi Pariwisata, Fakultas Bahasa Seni dan Humaniora, Universitas Hamzanwadi. Selama menjalankan masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan akademik maupun non-akademik khususnya dalam bidang Priwisata.

Akhir Kata Penulis ucapkan terima kasih kepada semua orang-orang yang sudah terlibat dalam menjalankan penyusunan skripsi. Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik atas bimbingan dan arahan dari dosen pembimbing yaitu Bapak Dr. Abdul Latif, M.Pd dan Ibu Ahda Razula Apriyeni, M.Si