

**ANALISIS PENGARUH KENAIKAN HARGA, CITA RASA DAN
STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) PROKES COVID-19
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WAROENG MAKAN SPESIAL**

**SAMBEL SE SOLO RAYA
NASKAH PUBLIKASI**



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan
Pada Jenjang Strata Satu (S1) Program Studi
Manajemen

**FIRIYAL LUTFI FAUZIAH
NIM C0118035**

Pembimbing 1 : Drs. Trio Handoko, MM
Pembimbing 2 : Drs. Suharyoko, M.Si

**FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA**

2022



UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERNYATAAN PENULISAN

**Judul : ANALISIS PENGARUH KENAIKAN HARGA, CITA RASA DAN
STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) PROKES COVID-19
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WAROENG MAKAN SPESIAL
SAMBEL SE SOLO RAYA**

Nama : Firyal Lutfi Fauziah
NIM : C0118035

1. Saya menyatakan dan bertanggung jawab sebenarnya bahwa penelitian ini adalah hasil karya sendiri. Jika suatu saat ada pihak yang mengklaim bahwa penelitian ini sebagai karyanya yang disertai bukti yang cukup, maka saya bersedia membatalkan gelar saya beserta hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.
2. Saya menyatakan bahwa hasil penelitian ini diperbolehkan untuk disebarluaskan dan dipublikasikan secara umum oleh Universitas Tunas Pembangunan Surakarta bersama dengan dosen pembimbing.

Surakarta, 11-3-2022





**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

LEMBAR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Judul :ANALISIS PENGARUH KENAIKAN HARGA,CITA RASA DAN
STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) PROKES COVID-19
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WAROENG MAKAN
SPECIALSAMBEL SE SOLO RAYA

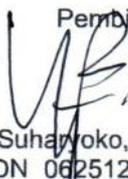
Nama : Firiyal Lutfi Fauziah
NIM : C0118035

Naskah publikasi ini telah memenuhi syarat sebagai artikel ilmiah dan dapat diajukan dalam jurnal ilmiah, berdasarkan atas hasil karya/ ilmiah/penelitian Yang telah peneliti lakukan

Surakarta, 2022

Disetujui dan diterima baik
untuk dipertahankan

Pembimbing II


(Drs. Suharyoko, M.Si)
NIDN 0625125701

Pembimbing I


(Drs. Trio Handoko, M.M)
NIDN 0630055901



**UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS**

LEMBAR PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

**Judul : ANALISIS PENGARUH KENAIKAN HARGA, CITA RASA DAN
STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) PROKES COVID-19
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WAROENG MAKAN
SPESIALSAMBEL SE SOLO RAYA**

**Nama : Firiyal Lutfi fauziah
NIM : C0118035**

Naskah publikasi ini telah diujikan di depan Dewan Penguji pada
tanggal: 20 Juli 2022

Ketua Penguji: Dra. Mrih Rumaningsih, MM

Sekretaris : Kurniawati Darmaningrum, S.E., M.M

Anggota : Drs. Trio Handoko, MM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

(Drs. Trio Handoko, M.M)

(Kurniawati Darmaningrum, SE, M.M)

**ANALISIS PENGARUH KENAIKAN HARGA, CITA RASA DAN
STANDARD OPERATING PROCEDURE (SOP) PROKES COVID-19
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WAROENG MAKAN SPESIAL
SAMBEL SE SOLO RAYA**

Firyal Lutfi Fauziah, Trio Handoko, Suharyoko
Program Studi Manajemen, Universitas Tunas Pembangunan Surakarta
Jl. Walanda Maramis No. 31 Surakarta
e-mail: firyalutfifauziah@gmail.com

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Pengaruh Kenaikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya, 2) Pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya, 3) Pengaruh *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya, 4) Pengaruh Kenaikan Harga, Cita Rasa, *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya. Penelitian ini merupakan survey, populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 80 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan; 1) terdapat pengaruh negatif terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya dibuktikan dengan nilai t tabel sebesar 1,199 dengan nilai sig 0,892 > 0,05. 2) terdapat pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya dibuktikan dengan nilai t tabel sebesar 1,199 dengan nilai sig 0,000 > 0,05. 3) terdapat pengaruh negatif terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya dibuktikan dengan nilai t tabel sebesar 1,199 dengan nilai sig 0,001 > 0,05.

Kata Kunci : Kenaikan Harga, Cita Rasa, *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid 19*, Kuantitatif

ABSTRACT: *This study aims to determine 1) The effect of the increase in bondily prices on consumer satisfaction at Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya, 2) the effect of taste on consumer satisfaction at Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya, 3) the effect of Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19 on consumer satisfaction at Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya, 4) the effect of Price Increase, Tate, Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19 on consumer satisfaction at Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya. The research is a survey, the population in this study are all consumers at Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya. The sampling technique used was purposive sampling with a size of 80 respondents. Data collection technique using questionnaires that have been tasted for validity and reliability. The data analysis technique used multiple linier regression. The result of the study show: 1) there is a negative effect on consumer satisfaction at Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya as evidenced by the t table value of 1,991 with a sig value of 0,892 > 0,05. 2) there is a positive effect on consumer satisfaction at Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya as evidenced by the t table value of 1,991 with a sig value of 0,000 > 0,05. 3) there is a negative effect on consumer satisfaction at Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya as evidenced by the t table value of 1,991 with a sig value of 0,001 > 0,05.*

Keywords : Price Inrease, Taste, *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19*,
Consumer Satisfaction, Quantitative

PENDAHULUAN

Banyaknya persaingan komersial yang bertebaran di warung makan mengadu domba produsen satu sama lain untuk menarik minat beli konsumen. Kebutuhan manusia akan pangan merupakan salah satu kebutuhan yang utama. Pertambahan penduduk membuat kebutuhan pangan terus meningkat. Industri katering, khususnya industri katering, saat ini menunjukkan tren perkembangan yang baik dan prospek bisnisnya berkembang pesat..

Kepuasan pelanggan merupakan kata kunci dalam menciptakan keberhasilan suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, dan merupakan salah satu tujuan penting untuk aktivitas dalam bisnis. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diharapkan dengan kinerja yang diharapkan” Kotler dalam (Atmaja, 2018).

Zaman sekarang ini tidak dipungkiri bahwa membuka bisnis rumah makan ataupun café pasti memiliki daya saing yang cukup besar jika kita tidak bergerak cepat untuk menghadapi pasar persaingan tersebut. Konsumen pandai memilih temoat makan yang menurut mereka layak untuk dipilih sebagai salah satu tempat untuk dipilih sebagai salah

satu tempat untuk memnuhi kebutuhan mereka sehari-hari. dilihat rasa serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh tempat tersebut (Krisna,2018).

Sebuah warung makan sangat membutuhkan sumber daya manusia yang profesional dan kompeten di bidangnya masing-masing. Dengan persaingan yang semakin ketat ini, diperlukan *standard operating procedure (SOP) prokes covid-19* yang bekerja keras dan memberikan kinerja yang baik dan menguntungkan bagi warung makan itu sendiri. Ini adalah aspek terpenting yang harus diterapkan untuk kepuasan pelanggan.

Tujuan dari riset ini adalah 1) Untuk menguji pengaruh kenaikan harga dimasa pandemic covid-19 di waroeng makan spesial sambel Se Solo Raya.2)Untuk mengetahui pengaruh *cita rasa* terhadap kepuasan konsumen di waroeng makan special sambel Se Solo Raya.3)Untuk mengetahui pengaruh *standard operating procedure (SOP)* terhadap kepuasan konsumen di waroeng makan special sambel di masa pandemic covid-19 .4)Untuk mengetahui *pengaruh kenaikan harga, cita rasa dan standard operating procedure (SOP) prokes covid-19* terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya.

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESISS

➤ Tinjauan Pustaka

1. Kenaikan Harga

Menurut Herarti (2020), bahwa ada tiga faktor dasar untuk menetapkan suatu harga bisa di gunakan dalam menentukan harga, yaitu-sebagai berikut :

- a. Penetapan harga merujuk kepada biaya (*Cost-Based Pricing*)
- b. Penetapan harga merujuk kepada persaingan (*Competition-Based Pricing*)
- c. Penetapan harga merujuk kepada permintaan (*Demand-Based*)

Harga yang di tetapkan di setiap cabang di Waroeng Makan Spesial Sambel sesuai dengan kondisi perekonomian di masing-masing daerah, harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen. Terdapat 4 indikator yang mencirikan harga menurut Kotler (2019) antara lain :

- a. Keterjangkauan Harga
Apabila konsumen dapat menjangkau harga yang telah di tetapkan terhadap perusahaan
- b. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk
Harga sering dijadikan acuan sebagai indikator bagi konsumen orang yang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas.
- c. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Pelanggan
akan memutuskan membeli suatu produk jika manfaat

yang di rasakan lebih besar atau sama dengan yang telah di keluarkan untuk menggapainya.

- d. Harga Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing
Harga Konsumen sering kali membandingkan harga sebuah atau suatu produk dengan produk lainnya. dalam hal ini mahal sampai murahnya suatu barang atau produk amat sangat di pertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk atau barang tersebut.

Harga digunakan sebagai indikator yang mengakibatkan untuk menentukan kepuasan yang tinggi. dan harga yang diberikan Waroeng Makan Spesial Sambel harus seimbang dengan kualitas rasa dan pelayanannya. Dimasa pandemic sekarang kenaikan harga yang di buat oleh pihak waroeng makan merupakan keputusan yang tepat karena karena terbatasnya stok di gudang karena terhalang program pemerintah di masa pandemi covid-19 sekarang ini. Harga merupakan hal yang paling diperhatikan oleh konsumen saat melakukan pembelian.

2. Cita Rasa

Cita rasa adalah cara pemilihan yang harus di bedakan dari rasa (*tasted*) makanan tersebut menurut Siregar et al (2021). Cita rasa sangat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk menarik minat pembelian pasti sangat di utamakan adalah cita rasa. Jika cita rasa

pada rumah makan tersebut kurang membuat puas konsumen, maka konsumen akan lebih memilih untuk mencoba di rumah makan lain (Bima,2019).

Cita rasa sebuah makanan sangat berperan penting dalam sebuah rumah makan. Rasa yang khas di suatu waung makan akan menjadi ciri tersendiri bagi pelanggan atau konsumen. Tidak di pungkiri banyak pengusaha yang mulai bermunculan di bidang kuliner semakin banyak pengusaha yang terjun di bidang kuliner semakin ketat juga persaingan di dalamnya. Cita rasa sangat berperan penting bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan pasti mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan agar dikenal oleh masyarakat luas.

Perilaku seseorang dalam menikmati segala apa yang dikonsumsi pasti yang pertama menilai rasa makan yang akan di makan, cit rasa ataupun food quality itu sendiri. Cita rasa yang tinggi membuat seseorang bisa menilai rasa dari makanan yang layak dikonsumsi atau tidak. Cita rasa dari makanan merupakan salah satu keunggulan hal penting dalam mendirikan rumah makan. Rumah makan yang memiliki kualitas produk dengan kualitas cita rasa yang tinggi akan menumbuhkan konsumen yang tinggi pula. Indikator - Indikator Cita Rasa Bisa

mempengaruhi adanya tiga faktor, yaitu bau, rasa serta rangsangan mulut penelitian Siti Maimunah (2019) yaitu sebagai berikut ;

a. Bau

Bau adalah suatu komponen dari cita rasa pada makanan atau minuman yang dapat memberikan sebuah aroma dan juga bisa mengetahui dari adanya rasa yang terdapat di makanan tersebut.

b. Rasa

Rasa bisa dikenali dengan adanya kuncup cecepan yang letaknya di papilla yaitu pada bagian noda darah jingga yang terletak di lidah. Pada anak kuncup-kuncup perasa terletak pada faring, dan pelata pada bagian langit-langit yang lunak ataupun keras dan juga terletak di lidah.

c. Rangsangan Mulut

Rangsangan mulut adalah sebuah perasaan seseorang yang timbul setelah menelan suatu minuman yang sifatnya bisa merangsang syaraf perasa terdapat dibawah kulit muka, lidah, atupun pada gigi yang bisa menimbulkan perasaan. Cita rasa dapat mempengaruhi tekstur suatu bahan karena dapat ditimbulkan dari bahan tersebut.

3. *Standard Operating Procedur (SOP) Prokes Covid-19*

Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19 adalah sekumpulan intruksi atau kegiatan yang di lakukan

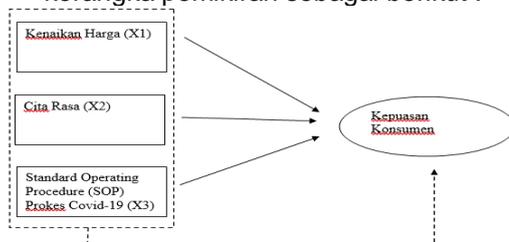
seseorang guna-menylesaikan pekerjaan secara aman tanpa dampak yang merugikan terhadap lingkungan (memtahui peraturan perundangan terkait) serta memenuhi persyaratan oprasional dan produksi (Kenneth A. Friendman)

Indikator-indikator *Standard operating procedure (SOP) Prokes Covid-19* :

- a. Di area warung makan menyediakan cuci tangan.
- b. Kebersihan lingkungan di area warung makan menjadikan daya Tarik khusus bagi konsumen
- c. Kelengkapan standard operating procedure covid-19 bagi karyawan

➤ **Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan sintesis atau ekstrapolasi dari tinjauan teori yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan merupakan tuntutan untuk memecahkan masalah penelitian serta merumuskan hipotesis. Analisis pengaruh kenaikan harga, cita rasa dan *standard operating procedure (SOP) prokes covid-19* terhadap kepuasan pelanggan di waroeng makan spesial sambel dapat digambarkan dalam satu model kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar II.1 : Kerangka Pemikiran

➤ **Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan

kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.

1. Kenaikan Harga (X1)

Ho : Kenaikan Harga (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Ha : Kenaikan Harga (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2. Cita Rasa (X2)

Ho : Cita Rasa (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Ha : Cita Rasa (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian

3. *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19*

Ho : *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19 (X3)* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Ha : *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19 (X3)* berpengaruh terhadap keputusan pembelian

4. Kenaikan Harga (X1), Cita Rasa (X2), *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19 (X3)*

Ho : Kenaikan Harga (X1), Cita Rasa (X2), *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19 (X3)* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

Ha : Kenaikan Harga (X1), Cita Rasa (X2), *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19*

(X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

METODE PENELITIAN

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, penelitian ini berarti menemukan data yang benar-benar belum diketahui oleh peneliti sebelumnya. Pembuktian yang berarti membuktikan hasil temuan tersebut dengan berbagai teori dan *research* agar hipotesis dan keraguan yang ditentukan sebelumnya terjawab. Pengembangan ini melakukan pendahuluan dan memperluas pengetahuan yang sudah ada (Sugiyono,2018).

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah berbagai perihal dalam rancangan apapun yang dikendalikan oleh analisis untuk di fokuskan dengan tujuan agar data yang di peroleh tentangnya, kemudian pada akhirnya (Sugiyono, 2018:68). Faktor-faktor yang dipergunakan pada penelitian ini mencakup faktor gratis, seperti periklanan eksperimental tertentu, pertukaran informal dan kualitas administrasi, dan faktor lingkungan, khususnya pembelian.

Variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (Variabel Bebas)
 - a. Variabel Kenaikan Harga
 - b. Variabel Cita Rasa

c. Variabel *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19*

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

a. Variabel Kepuasan Konsumen

3. Definisi Operasional Variabel

1. Kenaikan Harga

Menurut Herarti (2020), bahwa ada tiga faktor dasar untuk menetapkan suatu harga bisa di gunakan dalam menentukan harga, yaitu sebagai berikut:

- a. Penetapan harga merujuk kepada biaya (*Cost-Based Pricing*)
- b. Penetapan harga merujuk kepada persaingan (*Competition-Based-Princing*)
 - a. Penetapan harga merujuk kepada permintaan (*Demand-Based*)

Terdapat 4 indikator yang mencirikan harga menurut Kotler (2019) antara lain :

- a. Keterjangkauan Harga
Apabila konsumen dapat menjangkau harga yang telah di tetapkan terhadap perusahaan
- b. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk Harga sering dijadikan acuan sebagai indikator bagi konsumen orang yang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua baran karena

mereka melihat adanya perbedaan kualitas.

- c. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Pelanggan akan memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang di rasakan lebih besar atau sama dengan yang telah di keluarkan untuk menggapainya.
- d. Harga Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing Harga Konsumen sering kali membandingkan harga sebuah atau suatu produk dengan produk lainnya. dalam hal ini mahal sampai murahnya suatu barang atau produk amat sangat di pertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk atau barang tersebut. Harga digunakan sebagai indikator yang mengakibatkan untuk menentukan kepuasan yang tinggi. dan harga yang diberikan Waroeng Makan Spesial Sambel harus-seimbang dengan kualitas rasa dan pelayanannya. Dimasa pandemic sekarang kenaikan harga yang di buat oleh pihak waroeng makan merupakan keputusan yang tepat karena karena terbatasnya stok di gudang karena terhalang program pemerintah di masa pandemi covid-19 sekarang ini. Harga merupakan hal yang paling

diperhatikan oleh konsumen saat melakukan pembelian.

2. Cita Rasa

Cita rasa adalah cara pemilihan yang harus di bedakan dari rasa (*tasted*) makanan tersebut menurut Siregar (2021). Cita rasa sangat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk menarik minat pembelian pasti sangat di utamakan adalah cita rasa. Jika cita rasa pada rumah makan tersebut kurang membuat puas konsumen, maka konsumen akan lebih memilih untuk mencoba di rumah makan lain (Bima,2019). Cita rasa sebuah makanan sangat berperan penting dalam sebuah rumah makan. Rasa yang khas di suatu waung makan akan menjadi ciri tersendiri bagi pelanggan atau konsumen. Tidak di pungkiri banyak pengusaha yang mulai bermunculan di bidang kuliner semakin banyak pengusaha yang terjun di bidang kuliner semakin ketat juga persaingan di dalamnya. Cita rasa sangat berperan penting bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan akan makanan pasti mengutamakan cita rasa dari makanan tersebut, sehingga para pengusaha bersaing akan menciptakan cita rasa yang khas di setiap makanan agar dikenal oleh masyarakat luas. Perilaku seseorang dalam menikmati segala apa yang dikonsumsi pasti yang

pertama menilai rasa makan yang akan di makan, cit rasa ataupun food quality itu sendiri. Cita rasa yang tinggi membuat seseorang bisa menilai rasa dari makanan yang layak dikonsumsi atau tidak. Cita rasa dari makanan merupakan salah satu keunggulan hal penting dalam mendirikan rumah makan. Rumah makan yang memiliki kualitas produk dengan kualitas cita rasa yang tinggi akan menumbuhkan konsumen yang tinggi pula. Indikator - Indikator Cita Rasa Bisa mempengaruhi adanya tiga faktor yaitu bau, rasa serta rangsangan mulut penelitian Siti Maimunah (2019) yaitu sebagai berikut

- a. Bau
- b. Rasa
- c. Rangsangan Mulut

3. *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19 Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* adalah sekumpulan intruksi atau kegiatan yang dilakukan seseorang guna menyelesaikan pekerjaan secara aman tanpa dampak yang merugikan terhadap lingkungan (memtauhi peraturan perundangan terkait) serta memenuhi persyaratan operasional dan produksi (Kenneth A.Friendman) Indikator-indikator Standard operating procedure (SOP) Prokes Covid-19 :

- a. Di area warung makan menyediakan cuci tangan.
- b. Kebersihan lingkungan di area warung makan menjadikan daya Tarik khusus bagi konsumen
- c. Kelengkapan standard operating procedure covid-19 bagi karyawan

4. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2018:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena mem-bandingkan kinerja yang di ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak akan puas dan jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas. Menurut Tjiptono (2017:45) kepuasan pelanggan merupakan elemen pokok pemikiran dan praktik pemasaran modern. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah tanggapan atau respon konsumen yang berupa perasaan atau penilaian terhadap penggunaan produk dan harapan yang terpenuhi.

4. Sumber Data

Untuk mengetahui pengaruh antara variable independent dan variabel dependen yang akan di perkuat oleh variable moderating dengan berdasarkan sumbernya, pengumpulan data akan digunakan peneliti dengan menggunakan dua cara, yaitu :

- a. Data primer

b. Data Sekunder

5. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *Non- Probability Sampling* dengan cara *Sampling purposive*. Teknik *Probability Sampling* merupakan Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur populasi untuk di pilih menjadi sampel. Sedangkan *sampling purposive* merupakan Teknik penentuan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2018).

1. Populasi
2. Sampel

6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut :

1. Kuisisioner
2. Observasi
3. Studi Pustaka

7. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Sebuah instrumen atau kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2018:51).

di mana :

r = Korelasi antara masing-masing pertanyaan

x = Skor pertanyaan

S_{xy} = Skor total pertanyaan

N = Jumlah responden

Angka korelasi yang diperoleh akan dibandingkan dengan *critical value* menurut tabel *dengan level of significant (a)* sebesar 1%. Bila korelasi produk moment lebih besar dari *critical value*, maka tiap item pertanyaan tersebut valid dan memenuhi syarat untuk pengujian selanjutnya.

Dengan kriteria pengujian validitas penelitian sebagai berikut(Ghozali, 2011) :

a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuisisioner tersebut valid.

b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuisisioner tersebut tidak valid.

Untuk menguji tingkat validitas tiap-tiap item pertanyaan, digunakan analisis korelasi product moment, dengan tingkat *critical value* atau ke-validan sebesar 5%.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke

waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak.

2. Uji Asumsi Klasik

Suatu persamaan regresi linier diperlukan uji asumsi klasik untuk menentukan bahwa model yang kita peroleh tidak bias dan efisien, yaitu memenuhi sifat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Uji asumsi klasik terdiri dari tiga macam, yaitu:

- Uji Normalitas
- Uji Multikolonieritas
- Uji Heteroskedastisitas

8. Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Hasil analisis regresi berupa koefisien untuk masing-masing variabel

independen. Koefisien diperoleh dengan memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan

- Uji Parsial (Uji t)
- Uji Simultan (Uji F)
- Koefisien Determinasi

9. Hasil Analisis Data

Penelitian ini dilakukan pada Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya dengan sampel penelitian sebanyak 80 orang responden. Berdasarkan data yang diolah maka penulis akan menguraikan gambaran umum responden penelitian. Dibawah ini diuraikan komposisi responden berdasarkan jenis kelamin, seperti yang diperlihatkan pada tabel di bawah ini :

1. Karakteristik Responden

Tabel V.1

Profile	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	43,8	43,8 %
	Laki-Laki	36,3	36,3 %
Umur/ Usia	15-20 Tahun	13,8	13,8 %
	21-25 Tahun	25	25 %
	25-30 Tahun	28,7	18,7 %
	31-35 Tahun	13,5	12,5 %
Pekerjaan	>35 Tahun	30	30 %
	Belajar/ Mahasiswa	27,5	27,5 %
	Ibu Rumah Tangga	12	12 %
	Karyawan (Negeri/ Swasta)	30	30 %
	Wiraswasta	22,5	22,5 %
Pendidikan	Lainnya	5	5 %
	SD	10	10 %
	SNP	23,8	23,8 %
	SMA	32,5	32,5 %
Mengetahui Dari	Kuliah	33,8	33,8 %
	Dilan	23,8	23,8 %
	Teman	32,5	32,5 %
Cabang WTS	Sendiri	31,3	31,3 %
	Lainnya	12,5	12,5 %
	Solo	15	15 %
	Sragen	16,3	16,3 %
Wonomuri	Wonomuri	13,8	13,8 %
	Bogolali	13,8	13,8 %
	Klaten	13,7	13,7 %
	Karomanyar	13,8	13,8 %
	Sukoharjo	13,8	13,8 %

Sumber : Olahan SPSS 2022

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 45(56,3%) responden berjenis kelamin Laki-laki dan 35 (43,8) responden berjenis kelamin perempuan. Dalam penelitian ini Sebagian besar responden berumur 15-20 tahun

berjumlah 11 orang (13,8), 21-25 berkisar 20 orang (25%), 26-30 berkisar 15 orang (18,7%), 31-35 berkisar 10 orang (12,5%) dan yang lebih dari 35 tahun berkisar 24 orang (30%). Dalam penelitian ini Sebagian besar responden Pendidikan SD berkisar 8 orang (10%), SMP berkisar 19 orang (23,8%), SMA berkisar 26 orang (32,5%), Kuliah berkisar 27 orang (33,8%). Dalam penelitian ini Sebagian besar responden pekerjaan Pekerjaan pelajar/mahasiswa berkisar 22 orang (27,5%), ibu rumah tangga berkisar 12 orang (15%), karyawan berkisar 24 orang (30%), wiraswasta berkisar 18 orang (22,5) dan lainnya berkisar 4 orang (5%). Dalam penelitian ini Sebagian besar mengetahui waroeng makan spesial sambel dari iklan berkisar 19 orang (23,8%), sendiri berkisar 25 orang (31,3%), teman berkisar 26 orang (32,5%), dan lainnya berkisar 10 orang (12,5%). Dalam penelitian ini Sebagian besar responden dari cabang Solo berkisar 12 orang (15%), Sragen berkisar 13 orang (16,3%), Boyolali berkisar 11 orang (13,8%), Wonogiri berkisar 11 orang (13,8%), Sukoharjo berkisar 11 orang (13,8%), Karanganyar berkisar 11 orang (13,8%) dan Klaten berkisar 11 orang (13,7%).

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel V.2

Variabel	Pernyataan Item	Korelasi		Koefisien	
		R	Status	Cornbach Alpha	Status
Kenakan Harga	X1.1	0,730	Valid	0,829	Reliabel
	X1.2	0,782	Valid		
	X1.3	0,874	Valid		
Cita Rasa	X1.4	0,883	Valid	0,899	Reliabel
	X2.1	0,870	Valid		
	X2.2	0,894	Valid		
SOP Proses Covid-19	X2.3	0,901	Valid	0,869	Reliabel
	X2.4	0,853	Valid		
	X3.1	0,811	Valid		
Kepuasan Konsumen	X3.2	0,871	Valid	0,871	Reliabel
	X3.3	0,891	Valid		
	X3.4	0,810	Valid		
	Y1	0,723	Valid	0,871	Reliabel
	Y2	0,922	Valid		
	Y3	0,898	Valid		
	Y4	0,845	Valid		Reliabel

3. Uji Normalitas

Gambar V.1

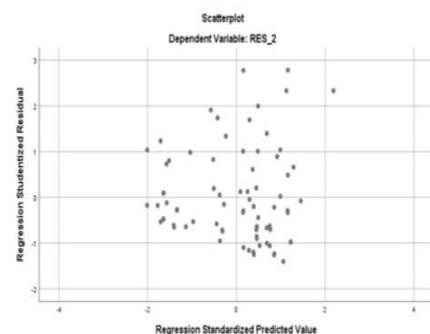


Sumber : Olahan SPSS 2022

Mengingat gambar P-P Plot Ordinaness menunjukkan bahwa informasi menyebar di sekitar garis miring yang membuat desain apropriasi biasa, maka saat itu model relaps memenuhi asumsi ordinaty

4. Uji Heterokedastistas

Gambar V.2



Sumber : Olahan SPSS 2022

5. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel V.3

Model		Unstandardized Coefficients B
1	(Constant)	0,751
	KENA (X1)	0,010
	CIT (X2)	0,626
	SOP (X3)	0,276

Sumber : Olahan SPSS 2022

Berdasarkan tabel diatas di ketahui persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah :

- a. Nilai koefisien konstanta sebesar 0,751, artinya jika nilai konstanta menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel independent. Variabel Kenaikan Harga, Cita Rasa, *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* dianggap konstan atau bernilai 0 (nol) maka kepuasan konsumen pengunjung akan meningkat sebesar 0,751.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kenaikan Harga sebesar 0,010 terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila variabel Kenaikan Harga mengalami penurunan satuan dan variabel Cita Rasa dan *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* maka dapat menghasilkan kepuasan konsumen meningkatnya pembelian sebesar 10%.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel Cita Rasa sebesar

0,626 terhadap kepuasan konsumen, artinya variabel Cita Rasa mengalami kenaikan satuan dan variabel Kenaikan Harga dan *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* maka menghasilkan kepuasan konsumen meningkat sebesar 62,6%.

- d. Nilai regresi untuk variabel *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* sebesar 0,276 terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila variabel *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* mengalami kenaikan satuan dan variabel Kenaikan Harga dan Cita Rasa akan menghasilkan kepuasan konsumen meningkat sebesar 27,6%.

6. Uji Parsial (Uji T)

Tabel V.4

Model		T	Sig
1	(Constant)	1.192	0,237
	KENA(X1)	0,136	0,892
	CIT(X2)	8.944	0,000
	SOP(X3)	3.299	0,001

Sumber : Olahan SPSS 2020

Dilihat dari tabel di atas, diselidiki bahwa uji persial (Uji t) tengah menyelesaikan kolerasi antara t tabel dan t termasuk dalam premis dinamis. $Df=80-3-1 = 76$, maka t tabel dalam penelitian ini adalah

1,991 dengan arti 0,05, sehingga jika t hitung $>$ t Tabel dan nilai besar $<$ 0,05, maka dapat diartikan dan di simpulkan bahwa Otonom Variabel Kenaikan Harga, Cita Rasa, *Standar Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* memiliki dampak besar terhadap variabel

1. Insentif yang di tentukan untuk variabel Kenaikan Harga adalah 0,136 dengan nilai signifikasi 0,05. Karena $0,136 < 1,991$ dan $0,892 > 0,05$ maka cenderung beralasan bahwa variabel Kenaikan Harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.
2. Insentif yang di tentukan untuk variabel Cita Rasa adalah 8,944 dengan nilai sig 0,05. Karena $8,944 > 1,991$ dan $0,00 < 0,05$, dapat di-katakan bahwa variabel Cita Rasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
3. Insentif t yang ditentukan untuk *Standart Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* adalah $3,299 > 1,991$ dan $0,001 < 0,05$ sangat baik dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

6. Uji Parsial (Uji F)

Tabel V.5

Model		F	Sig
1	Regression	148.323	0.000 ^b

Sumber : Olahan SPSS 2022

Berdasarkan pengujian signifikansi variabel dapat dilihat dengan memperhatikan nilai signifikansi dan $df=n-k$, juga nilai F hitung. Maka jika F hitung dan nilai sig $<$ 0,05 dapat disimpulkan variabel independent atau *Kenaikan Harga, Cita Rasa, Standart Operating Procedure (SOP) Covid-19* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pengujian variabel penelitian secara simultan dilakukan melalui output SPSS sebagai ANOVA: $DF_2 = 80-3=77$ dan $DF_1=4-1=3$, maka nilai F tabel sebesar 2,72 sedangkan nilai signifikansi 0,000 sehingga di peroleh $148,323 > 2,72$ dan nilai sig $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan Kenaikan Harga, Cita Rasa, *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

7. Uji Koefisien Determinan

Tabel V.6

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,924 ^a	0,854	0,848	154.042

Sumber : *Olahan SPSS 2022*

Berdasarkan tabel diatas dapat di dapatkan Angka *Adjusted R Square* adalah 0,848 atau 84,8 %. Presentase pengaruh variabel-Independen terhadap Dependen di dapatkan 84,8%

1. Pengaruh Kenaikan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh negatif antara Kenaikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen, maka H_0 di terima.

Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan t hitung lebih kecil dari t tabel, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh antara variabel Kenaikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen terbukti kebenarannya. Artinya semakin tinggi Kenaikan Harga maka semakin rendah pula minat konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya .

Penelitian pendukung dengan hasil penelitian ini adalah Adek Desi Mandasari (2020) Berjudul *Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian MI Rampok Di Lamongan* yang menunjukkan kesimpulan bahwa

Kenaikan Harga berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh positif antara Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen, maka H_a di terima. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan t hitung lebih besar dari t tabel, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh antara variabel Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen terbukti kebenarannya. Artinya semakin tinggi Cita Rasa maka semakin tinggi pula minat konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya .

Penelitian pendukung dengan hasil penelitian ini adalah Siti Maimunah (2019) yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen* yang menunjukkan kesimpulan bahwa Cita Rasa berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Pengaruh Standard Operating Procedure (SOP) Proses

covid-19 Terhadap Kepuasan Konsumen Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh positif antara *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* terhadap Kepuasan Konsumen, maka H_0 di terima.

Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan t hitung lebih besar dari t tabel, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh antara variabel *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* terhadap Kepuasan Konsumen terbukti kebenarannya. Artinya semakin tinggi *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* maka semakin tinggi pula minat konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya.

Penelitian pendukung dengan hasil penelitian ini adalah Made Feby Arta Prasetya (2022) Berjudul Penerapan SOP Protokol Kesehatan Covid-19 Dalam Pelayanan Pramusaji Di Wanna Jungle Pool And Bar Restaurant The Kayon Resort yang menunjukkan kesimpulan bahwa *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-*

19 berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

4. Pengaruh Kenaikan Harga, Cita Rasa dan *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan peneliti, ditemukan terdapat pengaruh positif antara Kenaikan Harga, Cita Rasa, *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* Terhadap Kepuasan maka H_0 diterima . Uji F menunjukkan F hitung dan nilai sig $<0,05$, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Kenaikan Harga, Cita Rasa, *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes covid-19* terhadap Kepuasan Konsumen terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kenaikan Harga, Cita Rasa, *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes covid-19* yang dilakukan oleh Waroeng Makan Spesial sangat baik dengan dibutuhkan konsumen. Hal ini di buktikan dengan adanya pengaruh positif dari konsumen Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Uji Parsial (uji t) menunjukkan bahwa Kenaikan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai Beta Kenaikan Harga (X1) 0,010 atau 0,10 % yang artinya Kenaikan Harga berpengaruh sebesar 0,10 % terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya.

2. Uji Parsial (uji t) menunjukkan bahwa Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai Beta Cita Rasa (X2) 0,626 atau 62,6 % yang artinya Cita Rasa berpengaruh sebesar 62,6 % terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya.

3. Uji Parsial (uji t) menunjukkan bahwa *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai Beta *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* (X3) 0,276 atau 27,6% yang artinya *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* berpengaruh sebesar 27,6 % terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya.

4. Kenaikan Harga (X1), Cita Rasa (X2) dan *Standard Operating Procedure*

(*SOP*) *Prokes covid-19*(X3) secara simultan memiliki pengaruh positif Dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa Ha diterima.

5. Uji Determinasi (R²) menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen (Y) dipengaruhi oleh variabel Kenaikan Harga(X1) Cita Rasa (X2) *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19* (X3) sebesar 84,8% dan sisanya 15,2% dipengaruhi variabel lainnya

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini, maka sejumlah saran yang diberikan antara lain :

1. Bagi Waroeng Makan Spesial Sambel Se-Solo Raya

a. Kenaikan Harga

Berdasarkan hasil penelitian ini variabel Kenaikan Harga berpengaruh negatif dan signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen. Oleh karena itu Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya diharapkan dapat memperhatikan harga, dan memperbaiki kekurangan yang ada seperti memberikan harga yang sesuai dengan produk di pasaran, agar terciptanya Kenaikan Harga yang lebih baik bagi Konsumen.

- b. Cita Rasa
Cita Rasa dalam penelitian ini paling berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dari tekstur, rasa, aroma yang disajikan, sesuai dengan lidah orang Indonesia yakni mayoritas menyukai tingkat kepedasan. Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya hendaknya mempertahankan dan meningkatkan cita rasanya.
- c. *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19*
Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19 dari hasil uji hipotesis yang telah di laksanakan menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dan signifikan. Maka dari itu, disarankan Waroeng Makan Spesial Sambel Se Solo Raya dapat memperhatikan, meningkatkan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah wawasan variasi Variabel selain Kenaikan Harga, Cita Rasa, *Standard Operating Procedure (SOP) Prokes Covid-19*, karena banyaknya topik dan dapat mengembangkan dengan yang lebih baik. Selain itu, peneliti juga

dapat menambah literatur bacaan yang lebih luas yang lebih mengikuti perkembangan zaman, peneliti selanjutnya dapat mempersiapkan waktu penelitian yang lebih lama agar mendapatkan hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Maimunah S. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Vol. 1, No. 2, Tahun 2019, ISSN:2622-6367*
- Herarti. (2020). *Tiga Faktor Dasar Menetapkan Suatu Harga Dalam Menentukan Harga*
- Lucyana. (2020). *Kepuasan Konsumen*
- Surya M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga, Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Mawar Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu. ISSN : 2774-4221 Vol 1 No. 2 April*
- Bima. (2019). *Minat Beli Konsumen*
- Badan penjaminan mutu universitas. (2019)
- Purnawati, D. (2017) . *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Saung Abah Café Dan Resto Sukabumi, Skripsi* Prasetyo A H T. (2017). *Peningkatan Higiene Sanitasi Sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan Dan Kepuasan Pelanggan Di Rumah Makan*

- Dhamar Palembang. Vol 8
Nomor 1
- Siregar. (2021). *Cita Rasa Pada Makanan*
- Friendman A K. *Indikator-indikator Standard Operating Procedure (SOP) Proses Covid-19*.
- Krisna. (2018). *Kualitas Pelayanan Yang Diberikan*
- Nurmasari, Dewi R,SE.,MM,Miftah El Fikri,SE.,M.Si,Husni Muharran Ritonga,BA.,M.Sc.(2018). *Pengaruh Harga,Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Makan Sidempuan Medan. ISSN : 2088-3145 Vol. 9 Nomor 1*
- Tjiptono. (2017:45). *Elemen Pokok Kepuasan Konsumen*
- Keller K. (2018:138). *Kepuasan Konsumen*
- Tombang B, F.Roring.,F.S Rumokoy., (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pada Warung Makan Raja Oci Manado. ISSN 2303-117 Vol. 7 No..1 Januari 2019 Hal.891-900*
- Sugiyono. (2017). *Hipotesis Penelitian*
- Siregar H A, Susana, Zuriani Ritonga,Desmawati Hasibuan,Elvina.(2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Di Rumah Makan Mbak Siti. Vol 3 Januari 2021*
- Sugiyono. (2018). *Ruang Lingkup Penelitian*
- Atmaja. (2018). *Kepuasan Pelanggan*
- Darwin M, Marriane Reynelda Mamardol.(2021). *Metode Penelitian Kuantitatif. ISBN : 978-623-6290-569 Vol 178*
- Ghozali. (2018:179). *Uji Parsial Dan Uji F*
- Melinia Y P, M.Agus Salim, Khalikussabin. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Makan Dan Suasana Terhadap Pelanggan Pada Warung Makan Kindai Masako Banjar Di Malang*
- Kurniawati. (2018:227). *Data Primer dan Data Sekunder*
- Suryani, Dyah dan Arihni Arihatal. (2021). *Determinan Penerapan Higijene Sanitasi Makanan Pada Pedagang . Vol 5 Nomor 2*
- Sugiyono. (2018:68). *Variabel Penelitian*
- Hidayat T. (2020). *Analisis Pengaruh Produk, Harga,Promosi Dan Terhadap Kepuasan Pembelian. Vol 17 Nomor 2*
- Lokasi