

## PENGARUH HIGIENITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN: STUDI KASUS RM. SATE REMBIGA IBU SINASEH

Dita Yusfia Susandini<sup>1</sup>, Suharti<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Mataram<sup>1,2</sup>

Email: [170503001@uinmataram.ac.id](mailto:170503001@uinmataram.ac.id)<sup>1</sup>, [suhartisubhan@uinmataram.ac.id](mailto:suhartisubhan@uinmataram.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh higienis rumah makan terhadap kepuasan pengunjung pada rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh. Penelitian ini menggunakan satu variabel independen yaitu higienis dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung. Setelah dilakukan tinjauan pustaka maupun lapangan dan penyusunan hipotesis, data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang yang pernah berkunjung ke rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* yakni teknik sampling insidental. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana, uji T, dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan analisis, hasil menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data terdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada uji hipotesis higienis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini adalah, pertama, higienis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini terlihat dari signifikan higienis sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai thitung sebesar 7.771 lebih besar dari nilai ttabel 1.984. Kedua, Kepuasan pengunjung dipengaruhi sebesar 38,3% oleh higienis, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian sebesar 61,7%.

**Kata Kunci:** Higienis, Kepuasan Pengunjung, Rumah Makan, Sate Rembiga, Wisata Kuliner.

### Abstract

The purpose of this study is to investigate the impact of restaurant hygiene on visitor satisfaction at the Rembiga Ibu Sinnaseh satay restaurant. This study employs one independent variable, hygienic, and one dependent variable, visitor satisfaction. The data in this study were collected by distributing questionnaires to 100 people who had visited the Rembiga Ibu Sinnaseh satay restaurant as the research sample after reviewing the literature and the field and formulating hypotheses. The sampling method used is non-probability sampling, also known as incidental sampling. The quantitative data analysis method is used, with validity tests, reliability tests, classical assumption tests, simple regression analysis, T tests, and coefficient of determination tests. The results of the analysis show that the indicators in this study are valid and reliable. The data in the classical assumption test is normally distributed, with no heteroscedasticity. The hygienic hypothesis test has a positive and statistically significant impact on visitor satisfaction. The study's findings are as follows: first, hygiene has a positive and significant effect on visitor satisfaction. This is evidenced by the hygienic significance of  $0.000 < 0.05$  and a tcount value of 7,771 that is greater than the ttable value of 1,984. Second, hygiene influences visitor satisfaction by 38.3 percent, while the rest is influenced by other factors not included in the study by 61.7 percent.

**Keywords:** Hygiene, Visitor Satisfaction, Restaurant, Sate Rembiga, Culinary

### Pendahuluan

Kepuasan mengacu pada emosi, respons, dan reaksi konsumen terhadap produk atau layanan. Kepuasan pelanggan, di sisi lain, didefinisikan sebagai evaluasi pengalaman pelanggan setelah menerima produk atau layanan. Kursunluoglu (2011) menggambarkan kepuasan pelanggan sebagai perbandingan antara harapan dan persepsi kinerja produk atau layanan Kursunluoglu (2011). Kepuasan pelanggan dicapai ketika kinerja yang dirasakan dari produk atau layanan memenuhi atau melampaui harapan mereka. Kepuasan adalah keberhasilan penting dalam bisnis apa pun karena pelanggan yang puas cenderung membeli kembali produk di masa depan dan menyетуikannya kembali kepada orang lain. Menurut Zairi (2000), pelanggan menjadi tidak puas dengan produk jika tidak mencapai harapan mereka, sementara pelanggan yang puas setia pada dorongan atau layanan jika produk memenuhi harapan pelanggan.

Banyak faktor yang diidentifikasi untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan ketika mengunjungi makanan prem-ises, termasuk, rasa makanan, layanan, harga, lingkungan dan kebersihan (Liu, 2018 dan Udin, 2019). Sebuah studi yang dilakukan oleh Fatimah dan rekannya (2011) pada pelanggan Malaysia menemukan bahwa kebersihan adalah faktor utama diikuti oleh variasi makanan dan lokasi tempat sebagai kriteria dalam memilih tempat makan. Pengamatan ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki keprihatinan mendalam mengenai risiko penyakit bawaan makanan. Di Malaysia, tempat makanan, termasuk katering makanan, gerai makanan, warung, kantin, dan truk makanan, diharuskan untuk mematuhi persyaratan Peraturan Kebersihan Makanan 2009 berdasarkan Undang-Undang Makanan 1983. Tempat-tempat ini juga harus menjalani Inspeksi rutin oleh Kementerian Kesehatan dan pemerintah daerah untuk memastikan pemeliharaan kebersihan tempat.<sup>1</sup> Singkatnya, kebersihan tempat itu ditemukan untuk menjamin kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat dipertimbangkan untuk menentukan tingkat kebersihan suatu premis, meskipun studi menemukan bahwa pelanggan menciptakan bias optimis, yang percaya bahwa perusahaan jasa makanan memiliki lebih sedikit risiko untuk patogen. Namun, Wang dan rekannya (2020) mengklaim bahwa pelanggan memiliki perilaku perlindungan diri yang sangat baik karena tingkat kesadaran mereka yang tinggi mengenai kebersihan dan kesehatan sementara mereka mengejar makanan yang menggugah selera (Wang, 2020). Wawasan pelanggan juga dapat digunakan untuk meningkatkan sistem tertentu dalam skala besar, misalnya, dengan mempertimbangkan penilaian persepsi pelanggan untuk meningkatkan sistem keamanan pangan Kanada.

Studi di Amerika Serikat (AS) menemukan bahwa kebersihan pribadi dari penanganan makanan adalah faktor signifikan yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dan niat mereka untuk mengunjungi kembali meskipun beberapa area memerlukan perbaikan, seperti kebersihan meja, suhu makanan, dan tempat cuci tangan. Namun, penelitian mengenai kepuasan pelanggan Malaysia hanya difokuskan pada suasana, makanan, dan kualitas layanan yang disediakan oleh tempat makanan (Rashid, 2016). Sesuai, karena pengetahuan yang mereka peroleh dalam penyakit bawaan makanan, mahasiswa cocok sebagai responden dalam penelitian yang terkait dengan makanan dan kebersihan tempat (Omar, 2016).

Layanan makanan harus ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan karena mereka bersedia membeli makanan di tempat ini. Oleh karena itu, operator makanan harus mempraktikkan budaya keamanan pangan selama penanganan makanan, karena pelanggan bersedia membayar premi untuk mengurangi risiko korban terkait makanan di tempat (Alphonse, 2014). Operator makanan pasti akan mengalami kerugian yang signifikan jika mereka mengabaikan faktor-faktor ini karena pelanggan yang kecewa cenderung menghindari mengunjungi kembali tempat makanan dengan wabah penyakit bawaan makanan.

---

<sup>1</sup> Annual report food safety and quality 2018 [Internet]. 2018 diperoleh dari: <http://fsq.moh.gov.my/v6/xs/page.php?id=21%0D>

Mengukur kepuasan dapat dilakukan dengan beberapa metode. Banyak penelitian menggunakan statistik seperti persentase, rata-rata dan standar deviasi sebagai media untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan tetapi metode ini tidak benar-benar akurat. Misalnya, menurut Rasmani dan Sha-hari (2007) mereka menyimpulkan bahwa evaluasi kepuasan kerja dengan menggunakan persentase tidak dapat menghasilkan hasil yang konsisten. Metode lain yaitu *fuzzy cojoint analysis*, telah digunakan dalam mengukur kepuasan kerja, persepsi siswa, kepuasan pada layanan kartu kredit tetapi belum diuji di bidang industri makanan, banyak digunakan saat ini untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan karena metode ini adalah pendekatan terdekat dengan keputusan pelanggan. Metode ini melibatkan skala Likert untuk mewakili istilah linguistik.

Dalam penelitian ini, kuesioner didesain ulang dari metode dikotomis yang mengevaluasi kepuasan pelanggan dengan memberikan jawaban apakah setuju atau tidak. Oleh karena itu, pelanggan juga dapat mengambil bagian dalam mengevaluasi kinerja tempat makanan. Sehingga, menarik untuk mengevaluasi kebersihan Restoran Sate Rembiga Ibu Sinaseh.

### **Tinjauan Pustaka**

Teori psikologi kognitif mendefinisikan persepsi sebagai "peristiwa kognitif di mana seseorang memberi makna pada setiap situasi / stimulus sesuai dengan nilai-nilai, keyakinan, dan sikapnya" (Klimoski, 2001). Persepsi pelanggan tentang suatu layanan atau produk adalah dimensi penting yang sedang dipertimbangkan saat ini di mata konsumen. Ini berarti bahwa konsumen akan mempertimbangkan sanitasi di restoran sebagai faktor penting. Kepuasan pelanggan disebabkan oleh perubahan nilai yang dirasakan, harapan pelanggan dan kualitas layanan (Farozi, 2013). Oleh karena itu ini menunjukkan bahwa kepuasan oleh pelanggan akan mengarah pada retensi mereka. Mereka juga menemukan bahwa ada hubungan yang tinggi antara nilai yang dirasakan pelanggan dan kepuasan pelanggan. Dari pandangan Zhang (2012), persepsi pelanggan tentang layanan tunduk pada karakteristik penyedia layanan. Steven et al. (1995) seperti dikutip dalam Shaikh (2011), juga menambahkan bahwa semakin besar persepsi kualitas layanan, semakin besar niat untuk kembali dan merekomendasikan. Ini sesuai dengan temuan McDougall (2000) bahwa, persepsi pelanggan berdampak pada kepuasan pelanggan yang, pada gilirannya, berdampak pada loyalitas.

Seperti yang dikutip dari studi Bagram (2012) bahwa peningkatan kualitas yang dirasakan pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan kemampuan keuntungan dari penyedia layanan. Seperti yang dinyatakan oleh Ryu (2011) bahwa, persepsi kualitas restoran secara langsung mempengaruhi persepsi citra restoran. Banyak peneliti telah menyatakan bahwa, untuk bertahan hidup dan makmur di lingkungan restoran, kualitas layanan yang dirasakan dan kepuasan pelanggan adalah indikator penting dan efektivitas perusahaan karena mereka terkait erat dengan kinerja keuangan.

Studi tentang Iglesias (2004) menunjukkan bahwa, persepsi pelanggan memiliki hubungan langsung dengan kepuasan pelanggan dan ini kemudian akan mengarah pada retensi pelanggan. Ini menegaskan pandangan bahwa, hubungan sebab akibat ada antara kualitas layanan dan kepuasan, dan bahwa persepsi kualitas layanan mempengaruhi perasaan puas yang, pada gilirannya, mempengaruhi perilaku pembelian di masa depan.

Studi tentang Ryu (2009), mengungkapkan bahwa kualitas lingkungan fisik yang dirasakan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Restoran meningkatkan daya saingnya ketika bergantung pada persepsi pelanggan tentang kualitas layanannya secara keseluruhan dibandingkan dengan pesaing lainnya Min (2011). Hal ini sejalan dengan studi Reynolds (2006) bahwa, ada terlalu banyak restoran yang tersedia untuk pelanggan di Amerika Serikat dan oleh karena itu peserta menyatakan bahwa mereka tidak akan menggurui makanan dari restoran. Dua pernyataan di atas menunjukkan bahwa pelanggan tidak akan melakukan pembelian kembali dari restoran dengan layanan yang buruk jika ada beberapa

restoran alternatif untuk dipilih. Namun, beberapa pelanggan dapat melakukan pembelian kembali dari restoran dengan kondisi sanitasi yang buruk. Hal ini dapat diungkapkan ketika Kivelä (2001) menyatakan bahwa, tingkat layanan tertentu mungkin lebih penting bagi beberapa pelanggan tetapi tidak untuk semua pelanggan. Oleh karena itu, pelanggan yang mungkin tidak mementingkan kondisi tertentu di restoran akan melakukan pembelian kembali. Literatur mengungkapkan bahwa, sebagian besar penulis mendasarkan temuan mereka pada kepuasan pelanggan dan retensi mereka. Namun, penelitian ini mencoba menemukan bagaimana persepsi pelanggan juga berdampak pada retensi.

### ***Restoran Sate Rembiga Ibu Sinaseh***

Nama sate Rembiga sebenarnya diambil dari nama tempat sate ini berasal, yang secara kebetulan Ibu Sinnaseh sang pelopor dan peracik sate ini berasal dari Rembiga. Sejak usia belia di tahun 90-an Ibu Sinnaseh mulai eksis dengan bisnis satenya ini. Selama bertahun-tahun, bisnis ini dilakoni sehingga benar-benar mendapat tempat dihati para penikmat kuliner. Bahkan beberapa acara kuliner di stasiun TV nasional pernah meliput secara khusus kelezatan sate yang diraciknya itu.

Usaha Sate Rembiga ini terbilang cukup sukses, namun terdapat beberapa permasalahan yang dialami. Berdasarkan informasi yang diberikan oleh pemilik Sate Rembiga, lokasi berjualan yang telah digunakan selama bertahun-tahun merupakan bangunan sewaan. Sehingga, pada akhirnya diambil alih oleh pemilik bangunan. Pemilik bangunan tersebut dicurigai menjadi saingan dari Sate Rembiga, terbukti dengan munculnya pemilik bangunan tersebut dengan produk Sate Rembiga pada lokasi yang sama.

Bagian depan rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh terdapat tempat membakar sate. Di area depan untuk makan terdapat berugak (gazebo) untuk yang ingin duduk lesehan dan di bagian dalam seperti rumah makan biasa yang terdapat kursi dan meja. Ketika sudah duduk selanjutnya akan ada pelayan yang datang untuk memberi menu dan mencatat menu yang akan dipilih. Menu yang ditawarkan di rumah makan ini tidak hanya sate Rembiga, terdapat juga sate pusut, sate ayam, bebalung, peleceng kangkung, dan lain sebagainya. Bisa pula memilih makan dengan nasi atau lontong. Bahan utama untuk membuat sate ini yaitu daging sapi. Daging dari sapi yang hidup liar di padang rumput, bukan yang dikurung dalam kandang. Rumah makan ini memiliki 17 karyawan yang sangat ramah dan baik.

### **Metode Penelitian**

Untuk mendapatkan fakta tentang topik ini, desain penelitian deskriptif telah diadopsi. Menurut Agedu (2011), studi deskriptif berusaha mengumpulkan informasi sehingga deskripsi tentang apa yang sedang terjadi dapat dibuat. Mereka kembali menyatakan bahwa itu dapat dirancang untuk mengetahui apakah ada hubungan antara dua variabel. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mengamati, menggambarkan dan dokumen aspek fenomena seperti yang terjadi secara alami.

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Sate Rembiga Ibu Senaseh, Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia. alasan pemilihan lokasi ini karena Rumah Makan Sate Rembiga merupakan makanan khas yang dikenal banyak orang, baik masyarakat local ataupun wisatawan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pengunjung Restoran Sate Rembiga. Sedangkan, Ukuran sampel untuk penelitian ini adalah 100 pelanggan yang hadir. Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah teknik *nonprobability* sampling yakni teknik sampling insidental di mana setiap pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui cocok dengan kriteria yang diinginkan.

Untuk mendapatkan data dan menilainya, peneliti merancang kuesioner yang bersifat tertutup untuk pelanggan restoran. Kuesioner tertutup (*close ended*) digunakan karena lebih

nyaman bagi peserta untuk menjawab dan bagi peneliti untuk menafsirkan hasil responden. Kuesioner berusaha untuk mendapatkan tanggapan dari para peserta tentang bidang-bidang seperti kebersihan pribadi karyawan makanan; kebersihan ruang makan, area layanan makanan, area keseluruhan di dalam tempat serta sekitarnya. Kuesioner demografi mereka dalam formasi, pengalaman pelanggan pada beberapa variabel sanitasi dalam kaitannya dengan restoran di mana mereka diwawancarai dan restoran lain yang dikunjungi di masa lalu. Beberapa adalah pertanyaan jenis *likert* yang ditujukan untuk mencari tahu seberapa penting variabel seperti kebersihan ruang makan, kebersihan karyawan, lingkungan luar, area layanan makanan dan permukaan kontak makanan dalam mencegah niat kembali mereka. Semua variabel ini harus dinilai pada skala dari 'penting' menjadi 'tidak penting'. Kelompok lain dari item jenis *likert* adalah untuk menentukan apakah pelanggan setuju dengan variabel yang disebutkan di atas atau tidak. Skala di mana mereka juga diukur termasuk 'sangat setuju' untuk 'sangat bersih' dan mereka diberi nilai masing-masing 5, 4, 3, 2 dan 1.

Untuk mendapatkan data yang akurat yang akan membantu pencapaian tujuan penelitian ini, kuesioner terstruktur sedang diberikan kepada penyok respons. Wawancara tatap muka digunakan untuk mengelola kuesioner untuk penelitian ini. Pelanggan didekati untuk sesi wawancara ketika mereka sedang menunggu pesanan mereka atau ketika mereka selesai makan dan pada waktu-waktu tertentu ketika mereka sedang dalam proses makan. Pertanyaan-pertanyaan itu kadang-kadang dibacakan untuk memilih opsi dan pada saat-saat ketika mereka terburu-buru untuk pergi, mereka membaca dan memilih opsi itu sendiri.

Desain penelitian sebagian menjadi statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data. Ini menggunakan penggunaan Frekuensi, persentase, untuk menganalisis tanggapan yang diberikan oleh berbagai responden mengenai dampak kebersihan server makanan, kebersihan pelayan, area penyajian yang tidak bersih, lingkungan luar yang tidak bersih, persepsi pelanggan tentang kebersihan restoran dan banyak variabel lainnya dan cara mereka mempengaruhi atau berhubungan dengan retensi pelanggan atau niat pembelian kembali. Dampak sanitasi terhadap retensi pelanggan dan fakta-fakta lain diungkapkan dengan menganalisis dan menafsirkan skor untuk masing-masing variabel sanitasi.

Pada penelitian ini, penulis akan melakukan uji instrumen serta asumsi klasik untuk melihat apakah kuesioner dan data yang diperoleh sudah cukup valid. Sebagai Langkah untuk analisis data, peneliti menggunakan regresi sederhana menggunakan bantuan aplikasi spss.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

Berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada 100 orang pengunjung rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh, karakter responden dapat digambarkan sebagai berikut

**Tabel 1.** Jenis Kelamin Responden

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Laki-Laki</b>	48	48%	48%	48%
<b>Perempuan</b>	52	52%	52%	100%
<b>Total</b>	100	100%	100%	

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 48 orang dengan persentase 48%, sedangkan perempuan berjumlah 52 orang dengan persentase 52%. Ini dapat diartikan bahwa pengunjung rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh lebih dominan berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 2. Usia Responden**

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>&lt;17 Tahun</b>	5	5%	5%	5%
<b>&gt;30 Tahun</b>	33	33%	33%	38%
<b>17-30 Tahun</b>	62	62%	62%	100%
<b>Total</b>	100	100%	100%	

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan usia <17 tahun berjumlah 5 orang dengan besar persentase 5%, usia 17-30 tahun berjumlah 30 orang dengan besar persentase 30%, kemudian usia >30 tahun berjumlah 65 orang dengan persentase 65%. Dengan demikian tingkat usia yang berkunjung ke rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh paling dominan adalah pada usia 17-30 tahun.

**Tabel 3. Pekerjaan**

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Lainnya</b>	19	19%	19%	19%
<b>Pegawai Negeri</b>	53	53%	53%	72%
<b>Pelajar/Mahasiswa</b>	14	14%	14%	86%
<b>Wiraswasta</b>	14	14%	14%	100%
<b>Total</b>	100	100	100%	

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil tabel di atas, maka jumlah responden berdasarkan pekerjaan lainnya berjumlah 19 orang dengan persentase 19%, pegawai negeri berjumlah 53 orang dengan persentase 53%, pelajar/mahasiswa berjumlah 14 orang dengan persentase 14%, dan wiraswasta berjumlah 14 orang dengan persentase 14%. Dengan demikian latar belakang pekerjaan yang berkunjung ke rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh paling dominan adalah pegawai negeri.

### ***Tingkat Higenitas RM. Ibu Sinaseh***

Dalam hal ini dikemukakan angket mengenai higienis atau bukti fisik yang merupakan variabel bebas dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel di bawah.

**Tabel 4. Higeinis 1**

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>&lt;3 Kali</b>	66	66%	66%	66%
<b>&gt;8 Kali</b>	12	12%	12%	78%
<b>3-8 Kali</b>	22	22%	22%	100%
<b>Total</b>	100	100%	100%	

Keterangan: Tingkat kesegaran daging

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, maka dilihat dari berapa kali pengunjung berkunjung ke rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh sebanyak < 3 kali berjumlah 66 orang dengan persentase 66%, sebanyak > 8 kali sebanyak 12 orang dengan persentase 12%, dan sebanyak 3-8 kali berjumlah 22 orang dengan persentase 22%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang berkunjung sebanyak < 3 kali lebih dominan daripada yang lainnya.

**Tabel 5.** Higeinis 2

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	1	1%	1%	1%
<b>Tidak Setuju</b>	0	0%	0%	0%
<b>Netral</b>	3	3%	3%	4%
<b>Setuju</b>	63	63%	63%	67%
<b>Sangat Setuju</b>	33	33%	33%	100%
<b>Total</b>	100	100	100	

Keterangan: Makanan dihindangi lalat

Sumber: Olah Data SPSS

Dalam tabel di atas menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 63% (setuju) dan frekuensi paling rendah sebesar 0% (tidak setuju).

**Tabel 6.** Higeinis 3

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	4	4%	4%	4%
<b>Tidak Setuju</b>	4	4%	4%	8%
<b>Netral</b>	34	34%	34%	42%
<b>Setuju</b>	42	42%	42%	84%
<b>Sangat Setuju</b>	16	16%	16%	100%
<b>Total</b>	100	100	100	

Keterangan: Lokasi pembakaran

Sumber: Olah Data SPSS

Dalam tabel di atas menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 32% (tidak setuju) dan frekuensi paling rendah sebesar 6% (sangat tidak setuju).

**Tabel 7.** Higeinis 4

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Tidak Setuju</b>	1	1%	1%	1%
<b>Netral</b>	13	13%	13%	14%
<b>Setuju</b>	39	39%	39%	53%
<b>Sangat Setuju</b>	47	47%	47%	100%
<b>Total</b>	100	100	100	

Keterangan: Kebersihan pakaian pekerja

Sumber: Olah Data SPSS

Dalam tabel di atas menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 47% (sangat setuju) dan frekuensi paling rendah sebesar 0% (sangat tidak setuju).

**Tabel 7. Higeinis 5**

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	1	1%	1%	1%
<b>Netral</b>	16	16%	16%	17%
<b>Setuju</b>	42	42%	42%	59%
<b>Sangat Setuju</b>	41	41%	41%	100%
<b>Total</b>	100	100	100	

Keterangan: Lokasi penyimpanan makanan  
 Sumber: Olah Data SPSS

Dalam tabel di atas menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 42% (setuju) dan frekuensi paling rendah sebesar 0% (tidak setuju).

**Tabel 8. Higeinis 6**

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	1	1%	1%	1%
<b>Netral</b>	16	16%	16%	17%
<b>Setuju</b>	42	42%	42%	59%
<b>Sangat Setuju</b>	41	41%	41%	100%
<b>Total</b>	100	100	100	

Keterangan: Lokasi penyimpanan makanan  
 Sumber: Olah Data SPSS

Dalam tabel di atas menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 42% (setuju) dan frekuensi paling rendah sebesar 0% (tidak setuju).

**Tabel 9. Higeinis 7**

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	1	1%	1%	1%
<b>Netral</b>	8	8%	8%	9%
<b>Setuju</b>	41	41%	41%	50%
<b>Sangat Setuju</b>	50	50%	50%	100%
<b>Total</b>	100	100	100	

Keterangan: Alat penyajian yang bersih  
 Sumber: Olah Data SPSS

Dalam tabel di atas menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 50% (sangat setuju) dan frekuensi paling rendah sebesar 1% (sangat tidak setuju).

**Tabel 10. Variabel Higeinis**

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>					<b>Total</b>	<b>Rata-Rata</b>	<b>Kategori</b>
		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>N</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>			
<b>1</b>	Bahan Makanan	33	63	3	0	1	427	4.27	Sangat Positif
<b>2</b>	Penyimpanan	8	25	29	32	6	303	3.03	Sedang
<b>3</b>	Pengolahan	16	42	34	4	4	362	3.62	Positif



4	Penghidangan	47	39	13	1	0	442	4.42	Sangat Positif
6	Penyimpanan	41	42	16	0	1	422	4.22	Sangat Positif
7	Penyajian	50	41	8	0	1	439	4.39	Sangat Positif
<b>Total</b>							2395		
<b>Rata-rata</b>								3.99	Positif

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan pada tabel di atas, skor keempat yakni pengangkutan makanan dengan pernyataan “pakaian yang dapat menjadi sumber pencemaran penyakit terhadap makanan. Oleh karena itu, pada saat pengolahan dan pengangkutan makanan harus memakai pakaian yang bersih”, pernyataan ini memiliki nilai rata-rata 4,42 yang berada pada kategori sangat positif. Skor terendah berada pada indikator kedua yakni penyimpanan bahan makanan dengan pernyataan “makanan yang dihindari lalat tidak mempengaruhi kesehatan”, pernyataan ini memiliki nilai rata-rata 3,03 yang berada pada kategori sedang.

### ***Kepuasan Pengunjung***

Dalam hal ini dikemukakan tujuan dalam penelitian yang diperoleh dari hasil angket dengan item yang berhubungan dengan kepuasan pengunjung yang merupakan variabel terikat dari penelitian, sebagaimana terlihat pada gambar tabel di bawah.

**Tabel 11.** Kepuasan Pengunjung 1

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Netral</b>	29	29%	29%	29%
<b>Setuju</b>	55	55%	55%	84%
<b>Sangat Setuju</b>	16	16%	16%	100%
<b>Total</b>	100	100	100	

Keterangan: Kebersihan dan Keamanan

Sumber: Olah Data SPSS

Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 54% (setuju) dan frekuensi terendah sebesar 0% (tidak setuju dan sangat tidak setuju).

**Tabel 12.** Kepuasan Pengunjung 2

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
<b>Netral</b>	36	36%	36%	36%
<b>Setuju</b>	49	49%	49%	85%
<b>Sangat Setuju</b>	15	15%	15%	100%
<b>Total</b>	100	100	100	

Keterangan: Keputusan merekomendasikan ke orang lain

Sumber: Olah Data SPSS

Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 49% (setuju) dan frekuensi terendah sebesar 0% (tidak setuju dan sangat tidak setuju).

**Tabel 13.** Kepuasan Pengunjung 3

	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Valid Persentase</b>	<b>Cumulative Persentase</b>
--	------------------	-------------------	-------------------------	------------------------------

<b>Tidak Setuju</b>	1	1%	1%	1%
<b>Netral</b>	29	29%	29%	30%
<b>Setuju</b>	54	54%	54%	84%
<b>Sangat Setuju</b>	16	16%	16%	100%
<b>Total</b>	100	100	100	

Keterangan: Keputusan berkunjung lagi

Sumber: Olah Data SPSS

Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi sebesar 54% (setuju) dan frekuensi terendah sebesar 0% (sangat tidak setuju).

**Tabel 14.** Variabel Kepuasan

No	Indikator	Skala					Total	Rata-Rata	Kategori
		SS	S	N	TS	STS			
1	Sesuai Harapan	16	55	29	0	0	387	3.87	Positif
2	Akan merekomendasikan	15	49	36	0	0	379	3.79	Positif
3	Minat Membeli	16	54	29	0		385	3.85	Positif
<b>Total</b>							1151		
<b>Rata-rata</b>								3.83	Positif

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan pada tabel di atas, skor tertinggi berada pada indikator pertama yakni perasaan puas dan sesuai harapan dengan pernyataan “Saya merasa puas dengan keamanan dan kebersihan makanan yang telah disajikan oleh rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh”, pernyataan ini memiliki nilai rata-rata 3,87 yang berada pada kategori positif. Skor terendah berada pada indikator kedua yakni akan merekomendasikan ke orang lain dengan pernyataan:

*“Akan merekomendasikannya ke orang lain karena sudah terjamin keamanan dan kebersihan makanannya”*

pernyataan ini memiliki nilai rata-rata 3,79 yang berada pada kategori positif. Berdasarkan hasil jawaban responden atas variabel terikat maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mereka mengatakan setuju atas kepuasan yang dirasakan pengunjung.

### Uji Instrumen

#### Uji Validitas

Pengujian validasi ini digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner dengan skor total dengan jumlah sampel 100 responden. Uji validitas ini diolah menggunakan SPSS versi 25. Untuk pengujian validitasnya, peneliti membandingkan *pearson correlation* setiap item pernyataan dengan tabel r. jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid di mana  $r_{tabel}$  sebesar 0,196.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrumen yang digunakan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung pada kolom 3 dengan r tabel pada kolom 4, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung setiap komponen pernyataan lebih besar dari pada r tabel.

Ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dari tiap-tiap variabel dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dari r hitung  $>$  r tabel, sehingga dapat dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke analisis berikutnya.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner serta untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila diukur berulang kali. Dalam uji ini menggunakan metode reliabilitas cronbach alpha ( $\alpha$ ) karena setiap item pernyataan menggunakan skala

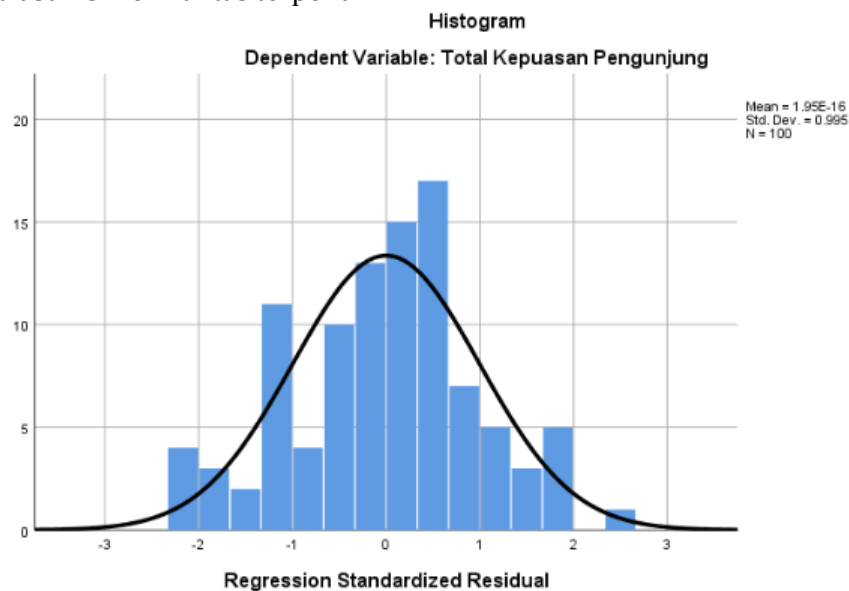
pengukuran interval. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai alpha ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,6.

Pada item ini koefisien alpha sebesar .642 (dibaca 0,642). Dan diperoleh nilai  $0,642 > 0,60$ . Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji sangat reliabel. Pada item ini koefisien alpha-nya sebesar .884 (dibaca 0,884). Dan diperoleh nilai  $0,884 > 0,60$ . Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji sangat reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

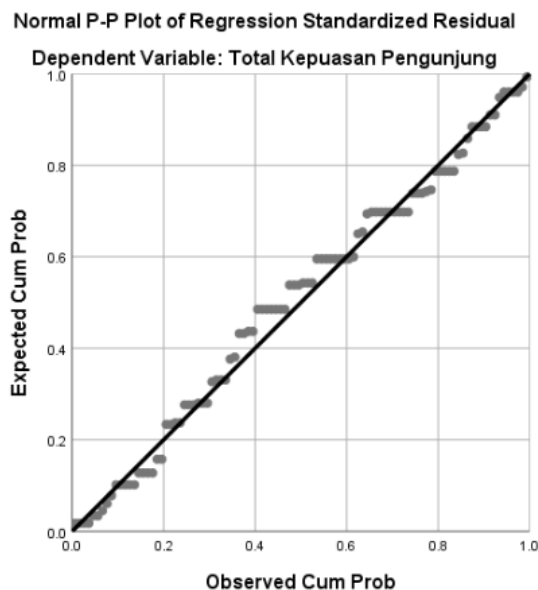
Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan P-P plot. Jika histogram regresi residual berbentuk lonceng dan untuk *P-P plot of regression standardized residual* dengan melihat penyebaran data di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka asumsi normalitas terpenuhi.



Sumber: Olah data SPSS

**Gambar 1.** Histogram

Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat bahwa grafik histogram berbentuk seperti lonceng yang ujungnya tepat berada di tengah-tengah, grafik tersebut tidak miring ke samping kanan maupun kiri yang berarti data tersebut terdistribusi normal.



Sumber: Olah data spss

**Gambar 2.** P Plot

Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### ***Heteroskedastisitas***

**Tabel 15. Uji Heteroskedastisitas**

Model	Std. Error	Sig.	t
Constant	<b>0.747</b>	<b>0.379</b>	<b>0.883</b>
Total	<b>0.031</b>	<b>0.516</b>	<b>0.652</b>

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel independen bebas dari masalah heteroskedastisitas. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan antara nilai signifikan setiap variabel independen dengan nilai absolut residualnya dan menunjukkan bahwa nilai signifikansi setiap variabel independen lebih besar dari nilai absolut residualnya ( $0,05$ ) yaitu  $0,516 > 0,05$ .

### ***Regresi Linier Sederhana***

Penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana untuk memprediksi seberapa besar hubungan positif higienis terhadap kepuasan pengunjung. Analisis ini menggunakan data berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25. Adapun hasil dari uji analisis regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 16. Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	B		
<b>Constant</b>	1.973	1.236	-	1.596	0.114
<b>Total</b>	0.403	0.052	0.617	7.771	0.000
<b>Higienis</b>					

Sumber: Olah data SPSS

Dari tabel 16 di atas menunjukkan hasil yang diperoleh nilai constant ( $\alpha$ ) sebesar 1,973, sedangkan nilai (b/koeffisien regresi) total higienis sebesar 0,403. Dari hasil tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 1,973 + 0,403X$$

Hasil persamaan di atas yaitu konstanta sebesar 1,973 yang mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan pengunjung sebesar 1,973, koeffisien regresi higienis sebesar 0,403 yang menyatakan bahwa penambahan 1, nilai total pernyataan higienis akan bertambah sebesar 0,403. Koeffisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh higienis (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y) adalah positif. Dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel di atas sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel higienis (X) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y).

### Uji Hipotesis

#### Uji-T

Uji T dilakukan untuk mengetahui kebenaran pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka suatu variabel dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel yang lain.

**Tabel 17.** Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	B		
<b>Constant</b>	1.973	1.236	-	1.596	0.114
<b>Total Higeinis</b>	0.403	0.052	0.617	7.771	0.000

Sumber: Olah data SPSS

Pada tabel di atas diketahui bahwa variabel higienis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini terlihat dari signifikan higienis sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai  $t_{tabel} = (\alpha; n-k-1) = (0,025; 98) = 1.984$ . Berarti nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $7.771 > 1.984$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi diduga ada pengaruh higienis terhadap kepuasan pengunjung diterima.

### Koeffisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh higienis (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y), dilakukan perhitungan statistik dengan menggunakan koeffisien determinan.

**Tabel 18.** Koeffisien Determinasi

Model	R	R-Square	Adjusted Square	R-	Std. Error
<b>1</b>	0.617	0.381	0.375		1.450

Sumber: Olah data SPSS

Dari hasil tabel di atas menjelaskan bahwa besarnya nilai hubungan (R) yaitu sebesar 0,617. Dari *output* tersebut diperoleh koeffisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,381 yang mengandung pengertian bahwa variabel dependen (kepuasan pengunjung) dipengaruhi sebesar 38,1% oleh variabel independen (higienis), sedangkan sisanya sebesar 61,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel independen tersebut.

## **Pembahasan**

### ***Higienis***

Ditinjau dari sisi kualitas jawaban pada setiap item pernyataan terkait dengan higienis didapatkan nilai skor total dari jawaban yang diberikan responden adalah 2379. Yang di mana pada tabel 4.11 terdapat skor tertinggi dengan nilai rata-rata 4,42 dalam kategori sangat positif. Ini berarti responden lebih banyak setuju akan indikator pengangkutan makanan yakni dengan pernyataan “pakaian yang dapat menjadi sumber pencemaran penyakit terhadap makanan. Oleh karena itu, pada saat pengolahan dan pengangkutan makanan harus memakai pakaian yang bersih”.

Dalam pengangkutan makanan harus menerapkan higienis seperti pakaian yang digunakan karyawan harus bersih agar pengunjung semakin senang untuk datang berkunjung. Kemudian skor terendah dengan nilai rata-rata 3,03 dalam kategori sedang pada indikator kedua yakni penyimpanan bahan makanan dengan pernyataan “makanan yang dihindari lalat tidak mempengaruhi kesehatan”. Ini berarti responden tidak memperlakukan jika makanannya dihindari lalat. Hal ini sesuai dengan teori yang ditulis oleh Hulu (2020) dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, yang sesuai dengan prinsip higienis yaitu sebagai berikut:

1. **Pemilihan Bahan Makanan**  
Pihak rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh menggunakan daging segar dan tidak rusak maupun berubah warna, rasa dan bentuk agar pengunjung merasa nyaman dan dapat menikmati dengan nikmat setiap santapan sate yang dimakan.
2. **Penyimpanan Bahan Makanan**  
Pihak rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh menyimpan bahan makanan yang mentah sesuai dengan jenisnya, seperti daging disimpan di dalam mesin pendingin. Tempat penyimpanan makanan tertutup rapat dari serangga dan tikus.
3. **Pengolahan Makanan**  
Dalam proses pengolahan makanan, karyawannya telah menerapkan higienis dengan berpakaian yang bersih dan rapi, juga menggunakan celemek saat mengolah makanan. Makanan yang akan diolah sebelumnya dicuci hingga bersih.
4. **Pengangkutan Makanan**  
Alat yang digunakan untuk mengangkut makanan sudah dijamin bersih dan tidak kotor. Sebelum dan setelah digunakan selalu dibersihkan.
5. **Penyimpanan Makanan**  
Pihak rumah makan tersebut menyimpan makanan yang siap disajikan menggunakan wadah yang tertutup agar terhindar dari serangga. Seperti buah-buahan yang tersimpan baik di dalam kulkas.
6. **Penyajian Makanan**  
Di rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh menggunakan piring ingke dengan alas kertas nasi untuk menyajikan berbagai macam sate. Sedangkan yang lainnya menggunakan piring, mangkok dan gelas yang sudah bersih dan wangi.

### ***Kepuasan pengunjung***

Ditinjau dari sisi jawaban pada setiap item pernyataan terkait dengan kepuasan pengunjung didapatkan nilai skor total dari jawaban yang diberikan responden adalah 1.151. Pada tabel 4.15 skor tertinggi berada pada indikator pertama yakni perasaan puas dan sesuai harapan dengan pernyataan “Saya merasa puas dengan kebersihan makanan yang telah disajikan oleh rumah makan sate Rembiga Ibu Sinnaseh”, pernyataan ini memiliki nilai rata-rata 3,87 yang berada pada kategori positif. Ini berarti responden sangat puas dengan makanan yang disajikan secara aman dan bersih.

Kemudian skor terendah berada pada indikator kedua yakni akan merekomendasikan ke orang lain dengan pernyataan “Akan merekomendasikannya ke orang lain karena sudah terjamin keamanan dan kebersihan makanannya”, pernyataan ini memiliki nilai rata-rata 3,79 yang berada pada kategori positif. Ini berarti responden akan merekomendasikan rumah makan sate Rembiga Ibu Sinaseh ke keluarga atau orang-orang terdekatnya. Ditinjau dari hasilnya, kepuasan pengunjung (Y) ini dipengaruhi sebesar 38,3% oleh higienis (X), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian sebesar 61,7%. Hal ini sesuai dengan teori yang ditulis oleh Candrianto (2021) mengenai kepuasan pengunjung yang terpengaruh oleh higienitas yaitu:

### **Perasaan Puas**

Pengunjung rumah makan sate Rembiga Ibu Sinaseh merasa puas terhadap pelayanan serta rumah makan tersebut telah menerapkan higienitas, sehingga pengunjung tidak merasa takut akan tercemar penyakit.

1. Minat Membeli Produk Lagi:

Pengunjung akan membeli kembali sate atau makanan lain yang berada di rumah makan sate Rembiga Ibu Sinaseh karena merasa puas, nyaman dan makanannya sangat cocok di lidah pengunjung.

2. Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain:

Ada beberapa dari pengunjung yang akan merekomendasikan rumah makan sate Rembiga Ibu Sinaseh ini kepada orang lain, tak banyak juga yang tidak merekomendasikan ke orang lain, kemungkinan karena hal lain yang ada di luar penelitian ini.

3. Pengaruh Higienis Terhadap Kepuasan Pengunjung:

Higienis berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, hal ini terlihat dari signifikan higienis sebesar  $0,00 < 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7.771 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1.984.

Kemudian hasil penelitian ini didukung oleh bukti empiris dari penelitian Stevianus (2014) yang mengatakan bahwa variabel atraksi wisata yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan variabel lainnya hanya berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung. penelitian lainnya oleh terdahulu Auliya dan Aprilia (2016) menyimpulkan bahwa higienitas makanan, peralatan, serta dapur memiliki pengaruh terhadap kualitas makanan.

### **Kesimpulan**

Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting. Kepuasan akan mempengaruhi berbagai hal seperti keinginan untuk menggunakan jasa atau barang yang sama hingga memperkenalkan produk tersebut kepada orang lain. Salah satu hal yang mempengaruhi kepuasan yakni tingkat sanitasi dan kebersihan sebuah barang/jasa. Kepuasan mengacu pada emosi, respons, dan reaksi konsumen terhadap produk atau layanan. Kepuasan pelanggan, di sisi lain, didefinisikan sebagai evaluasi pengalaman pelanggan setelah menerima produk atau layanan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh higienis rumah makan terhadap kepuasan pengunjung pada rumah makan sate Rembiga Ibu Sinaseh. Penelitian ini menggunakan satu variabel independen yaitu higienis dengan satu variabel dependen yaitu kepuasan pengunjung. Setelah dilakukan tinjauan pustaka maupun lapangan dan penyusunan hipotesis, data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang yang pernah berkunjung ke rumah makan sate Rembiga Ibu Sinaseh sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* yakni teknik sampling insidental. Metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana, uji T, dan uji koefisien determinasi.

Penulis menemukan bahwa tingkat higienitas dan kepuasan pengunjung berpengaruh satu sama lain. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator higienitas mempengaruhi keputusan pengunjung dalam minat konsumsi, rekomendasi, serta kepuasan pengunjung.

### **Daftar Pustaka**

- Agedu, G.O., Donkor, F. and Obeng, S. (2011). Teach Yourself Research Methods. UEW, Kumasi.
- Alphonse R, Alfnes F, Sharma A. Consumer vs. citizen willingness to pay for restaurant food safety. *Food Policy*. 2014; 49:160–6.
- Anisatul Auliya dan Dinda Nira Aprilia. (2016). Pengaruh Hygiene Pengolahan Makanan Terhadap Kualitas Makanan di Hotel Aston Rasuna Jakarta, *Jurnal Hospitality dan Pariwisata, Akademi Pariwisata Pertiwi* Vol. 2 No. 2, hlm. 216-227.
- Bagram, M.M.M. and Khan, S. (2012) Attaining Customer Loyalty: The Role of Consumer Attitude and Consumer Behaviour. *International Review of Management and Business Research*, 1, 1-8.
- Candrianto. (2021). Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar. Malang: Literasi Nusantara.
- Fatimah UZAU, Boo HC, Sambasivan M, Salleh R. (2011). Foodservice hygiene factors—The consumer perspective. *International Journal of Hospitality Management*. 30(1):38–45.
- Forozia, A., Zadeh, S.M. and Hemmati, M. (2013) Customer Satisfaction in Hospitality Industry: Middle East Tourists at 3star Hotels in Malaysia. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 5, 4329-4335.
- Hulu, Victor Trismanjaya, dkk. (2020). Kesehatan Lingkungan. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Iglesias, M.P. and Guillen, M.J.Y. (2004) Perceived Quality and Price: Their Impact on the Satisfaction of Restaurant Customers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16, 373-379. <https://doi.org/10.1108/09596110410550824>
- Kivelä, J.J. and Chu, C.Y.H. (2001) Delivering Quality Service: Diagnosing Favourable and Unfavourable Service Encounters in Restaurants. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 25, 251-271. <https://doi.org/10.1177/109634800102500302>
- Klimoski, R. and Donahue, L. (2001) Person Perception in Organizations: An Overview of the Field. In: London, M., Ed., *How People Evaluate Others in Organizations*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, 5-43.
- Kursunluoglu E. (2011) Customer service effects on customer satisfaction and customer loyalty: A field research in shopping centers in Izmir City-Turkey. *International Journal of business and social science*. 2(17).
- Kursunluoglu E. (2011) Customer service effects on customer satisfaction and customer loyalty: A field research in shopping centers in Izmir City-Turkey. *International Journal of business and social science*. 2(17).
- Liu P, Tse EC-Y. (2018). Exploring factors on customers' restaurant choice: an analysis of restaurant attributes. *British Food Journal*. 120(10). <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2017-0626> PMID: 30581195
- McDougall, G.H.G. and Levesque, T. (2000) Customer Satisfaction with Services: Putting Perceived Value into the Equation. *Journal of Services Marketing*, 14, 392-410. <https://doi.org/10.1108/08876040010340937>
- Min, H. and Min, H. (2011) Benchmarking the Service Quality of Fast-Food Restaurant Franchises in the USA: A Longitudinal Study. *Benchmarking*, 18, 282-300. <https://doi.org/10.1108/14635771111121711>
- Omar MS, Ariffin HF, Ahmad R. (2016). Service quality, customers' satisfaction and the moderating effects of gender: A study of Arabic restaurants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 224:384–92.



- Rashid IM, Abdullah MFS, Yusuf BNM, Shaari MS. (2016). Impact of service and food quality on customer satisfaction among generation Y for the fast food restaurant in Malaysia. *International Journal of Information, Business and Management*. 8(1):51.
- Rasmani KA, Shahari NA, editors. (2007). Job satisfaction evaluation using fuzzy approach. Third International Conference on Natural Computation (ICNC 2007): IEEE.
- Reynolds, S.J. and Hwang, J. (2006) Influence of Age on Customer Dining Experience Factors at U.S. Japanese Restaurants. *International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 1, 29-43. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/25394>
- Ryu, K. and Han, H. (2009) Influence of the Quality of Food, Service, and Physical Environment on Customer Satisfaction and Behavioral Intention in Quick-Casual Restaurants: Moderating Role of Perceived Price. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 34, 310-329. <https://doi.org/10.1177/1096348009350624>
- Ryu, K., Lee, Y. and Kim, J. (2011) The Influence of the Quality of the Physical Environment, Food, and Service on Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioural Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24, 200-223. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Shaikh, A.A.U. and Khan, R.U.N. (2011) Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: Evidences from the Restaurant Industry in Pakistan. *Journal of Management and Marketing*, 9, 343-355. <https://ssrn.com/abstract=2104139>
- Stevianus. (2014). Pengaruh Atraksi Wisata, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta”, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma Vol. 19 No. 3, hlm. 39-48.
- Uddin MB. (2019). Customer loyalty in the fast food restaurants of Bangladesh. *British Food Journal*. 121 (11).
- Wang M, Bai L, Gong S, Huang L. (2020). Determinants of consumer food safety self-protection behavior—an analysis using grounded theory. *Food Control*. 113:107198.
- Zairi M. (2000). Managing customer dissatisfaction through effective complaints management systems. *The TQM magazine*.
- Zhang, Z., Zhang, Z. and Law, R. (2012) Regional Effects on Customer Satisfaction with Restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25, 705-722. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-Aug-2012-0148>