

Pengaruh Suasana Restoran, Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan Panda Hotpot and Grill

Vendy*, M. Khoiri

Universitas Putera Batam

*Correspondence e-mail: pb190910196@upbatam.ac.id; M.khoiri@puterabatam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana lingkungan, makanan, dan cara hidup di Panda Hotpot and Grill mempengaruhi kebahagiaan pelanggannya. Ukuran sampel penelitian adalah 115 orang, semuanya dipilih secara acak. Kuesioner dikirim untuk mengumpulkan informasi. Selanjutnya, SPSS versi 25 digunakan untuk melakukan analisis statistik seperti pengujian hipotesis, analisis korelasi, regresi berganda, dan pemeriksaan asumsi klasik dan kualitas data. Hasil pengujian mempresentasikan bahwa suasana restoran tentunya akan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, dengan nilai t hitung 2.615. Kualitas produk tentunya akan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, dengan hasil t hitung 5.883. Gaya hidup tentunya akan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, dengan hasil t hitung 2.469. Kemudian secara simultan suasana restoran, kualitas produk dan gaya hidup tentunya akan mampu memberi suatu pengaruh pada kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill sebesar 62,5% sesuai dengan data koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa suasana restoran tentunya akan mampu memberi suatu dampak positif dan signifikan, kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan dan gaya hidup tentunya akan mampu memberi suatu pengaruh dan signifikan dan secara bersamaan suasana restoran, kualitas produk dan gaya hidup tentunya akan mampu memberi suatu pengaruh secara positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill

Kata kunci : Suasana Restoran; Kualitas Produk; Gaya Hidup; Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how the environment, food, and way of life at Panda Hotpot and Grill affect the happiness of its customers. The study sample size was 115 people, all of whom were randomly selected. Questionnaires were sent to collect information. Furthermore, SPSS version 25 is used to perform statistical analysis such as hypothesis testing, correlation analysis, multiple regression, and examination of classical assumptions and data quality. The test results represent that the atmosphere of the restaurant will certainly have a positive significance on customer satisfaction, with a t value of 2.615. Product quality will certainly have a positive significance on customer satisfaction, with the result t count 5,883. Lifestyle will certainly have a positive significance on customer satisfaction, with the result t count 2.469. Then simultaneously the atmosphere of the restaurant, product quality and lifestyle will certainly be able to have an influence on Panda Hotpot and Grill customer satisfaction by 62.5% according to the coefficient of determination data (R^2). Based on these test results it can be concluded that the restaurant atmosphere will certainly be able to give a positive and significant impact, product quality will have a positive and significant impact and lifestyle will certainly be able to provide a positive and significant impact and simultaneously the restaurant atmosphere, product quality and lifestyle will certainly be able to give a positive and significant influence on customer satisfaction Panda Hotpot and Grill

Keywords : Restaurant Ambience; Product quality; Lifestyle; Customer satisfaction

PENDAHULUAN

Industri kuliner adalah industri yang menguntungkan di dunia global saat ini. Hal ini terlihat dari meningkatnya permintaan pasar pangan dan daya beli konsumen. Loyalitas konsumen sangat dipengaruhi oleh hal-hal seperti kualitas produk dan gaya hidup. Tren dan kehidupan masyarakat telah berubah seiring perkembangan zaman menjadi lebih kontemporer. Orang modern menghadiri kafe dan restoran, bahkan ketika mereka ingin makan, tidak dikhususkan untuk mengonsumsi makanan dan minuman namun tentunya dapat untuk menghargai suasana yang dihasilkan oleh tempat tersebut.

Lingkungan restoran dan kualitas pelayanan di kafe atau restoran menjadi faktor penting bagi pelaku bisnis di industri kuliner. Suasana restoran dan kualitas layanan yang diberikan oleh bisnis

merupakan dua faktor yang dapat mempengaruhi pilihan pelanggan untuk melakukan pembelian. Dengan menciptakan suasana restoran yang nyaman dan kualitas makanan yang disajikan itu menarik dapat memunculkan meningkatnya minat konsumen dalam mengunjungi tempat tersebut, kebanyakan konsumen lebih mementingkan suasana restoran serta kualitas produk yang disajikan dibandingkan dengan membanding harga terlebih dahulu, karena jika konsumen merasa puas dan enak di restoran tersebut, maka potensi berlangganan sangatlah besar. Salah satu strategi dalam mencapai kepuasan pelanggan adalah dengan menciptakan suasana restoran yang baik.

Pengecer harus memberi perhatian khusus pada suasana restoran, yang merupakan bagian dari bauran ritel. Minat beli pengunjung dipengaruhi oleh suasana restoran dimana restoran harus meningkatkan penampilan yang sebenarnya dan lingkungan ritelnya untuk meningkatkan reputasinya dan menarik pelanggan. Daya tarik pembeli juga dirangsang oleh interior, eksterior, desain, lalu lintas restoran, hiburan, udara, manajemen, musik, pakaian, dan panjang item, di antara faktor lainnya.

Tingkat kualitas produk yang dipilih bisnis untuk diproduksi dapat membantu mereka meningkatkan atau mempertahankan posisi produk mereka di pasar sasaran, menurut (Wulandari, 2022). Perusahaan yang memperhatikan apa yang diinginkan pelanggan dalam hal produk mungkin berakhir dengan barang yang memuaskan permintaan konsumen.

Kualitas produk merupakan suatu aspek yang tentunya mempengaruhi tingkat kesenangan konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk. Pendapat konsumen terhadap produk akan mempengaruhi apakah mereka memutuskan untuk melakukan pembelian lagi atau tidak. Manajer bisnis harus merancang produk yang spesifik untuk keinginan atau preferensi pelanggan.

Menurut (Sitepu et al., 2022), gaya hidup merupakan cara hidup yang memengaruhi keputusan tentang bagaimana menghabiskan waktu, uang, dan energi seseorang dan mencerminkan keyakinan, kesukaan, dan preferensi seseorang. Karena kenyataan bahwa kebanyakan orang memiliki kehidupan yang sibuk dan menuntut, gaya hidup orang menjadi semakin realistis seiring berjalannya waktu.

Menurut (Darmianti & Prabawani, 2019). Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai, apa yang penting bagi individu di lingkungannya (minat), bagaimana mereka menggunakan waktu luang mereka (aktivitas), dan bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (pendapat).

Perubahan gaya hidup (*life style*) menyebabkan pendirian kafe atau restoran yang memunculkan fenomena sosial dan budaya baru merupakan salah satu dari sekian banyak barang yang mengalami transformasi atau perubahan fungsi. Gaya hidup konsumen mengacu pada pola pikir seseorang yang secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian mereka.

Salah satu restoran yang hadir diantara banyaknya restoran di Kota Batam adalah restoran Panda Hotpot and Grill, Restoran tersebut terletak di tengah kota yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat. Konsep restoran modern ini dilengkapi dengan kapasitas 9 meja yang bermuat 4-6 orang per meja. Sejak berdiri pada tahun 2021, Kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan melalui seberapa besar pengunjung setiap bulannya, yang dapat dilihat dari data yang diberikan oleh Panda Hotpot and Grill selama periode Januari 2022 sampai Juni 2022.

Tabel 1
Data Pengunjung Januari-Juni 2022

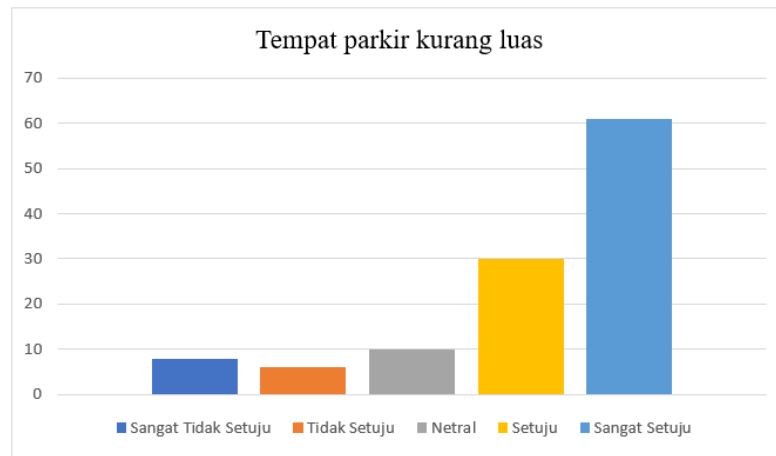
| Bulan | Jumlah Pengunjung |
|----------|-------------------|
| Januari | 156 |
| Februari | 145 |
| Maret | 132 |
| April | 115 |
| Mei | 127 |
| Juni | 108 |

Sumber : Panda Hotpot and Grill

Dari data pengunjung di atas, selama enam bulan terakhir, basis pelanggan Panda Hotpot and Grill telah berubah. Mulai bulan Januari, jumlahnya mencapai sekitar 156 orang. Bulan berikutnya, turun menjadi sekitar 145, dan bulan setelah itu, Maret, turun menjadi 132. Namun, pada bulan April,

turun secara signifikan menjadi sekitar 115, meningkat menjadi sekitar 127 pada bulan Mei, dan mengalami penurunan terkecil, menjadi sekitar 108 pada bulan Juni.

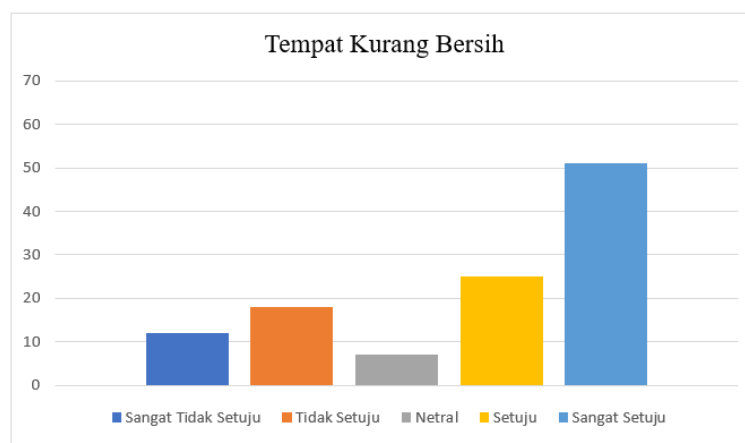
Restaurant atmosphere atau disebut juga sebagai setiap perusahaan harus memperhatikan suasana restoran karena membantu menciptakan lingkungan yang ramah yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendorong mereka untuk menghabiskan lebih banyak waktu di sana. Terdapat beberapa masalah pada suasana restoran yaitu kurangnya pencahayaan di bagian tempat panggang / grill dan aroma restoran yang sangat berantakan pada saat ramai pengunjung yang memasak didalam ruangan tersebut serta temperatur restoran yang panas ketika pada saat ramai pengunjung.



Gambar 1
Hasil Prasurvey Tempat Parkir Panda Hotpot and Grill

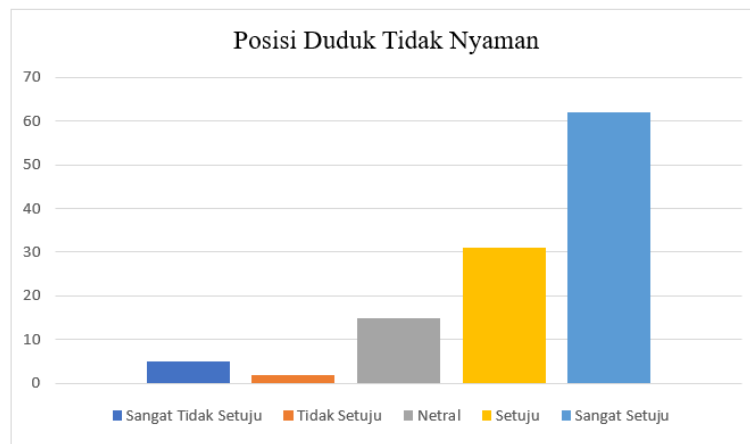
Kesan yang dibuat oleh sebuah restoran terhadap pelanggannya akan menentukan apakah suasananya positif atau tidak. Jika pelanggan dibiarkan dengan citra negatif, nilai merek akan memburuk. Data hasil presurvey terhadap tempat parkir wilayah restoran tersebut terlihat bahwa terdapat sekitar 61 orang dari 115 orang yang menyatakan bahwa tempat parkir restoran yang disediakan masih tidak cukup luas sehingga menyebabkan pelanggan susah mencari tempat untuk memarkirkan kendaraannya ketika ingin berkunjung ke restoran tersebut.

Kemudian dilanjutkan dengan indikator kedua yang berkaitan dengan suasana restoran, yaitu kebersihan di lingkungan. Karena kebersihan adalah hal pertama yang dilihat pelanggan saat memasuki restoran, maka kebersihan di ruang makan menjadi hal yang krusial. Kepercayaan dan kenyamanan pengunjung terhadap restoran juga akan berkurang jika terlihat acak-acakan dan tidak bersih. Pengunjung akan merasa nyaman dan ingin kembali ke restoran yang rapi.



Gambar 2
Hasil Prasurvey Kebersihan Ruangan Panda Hotpot and Grill

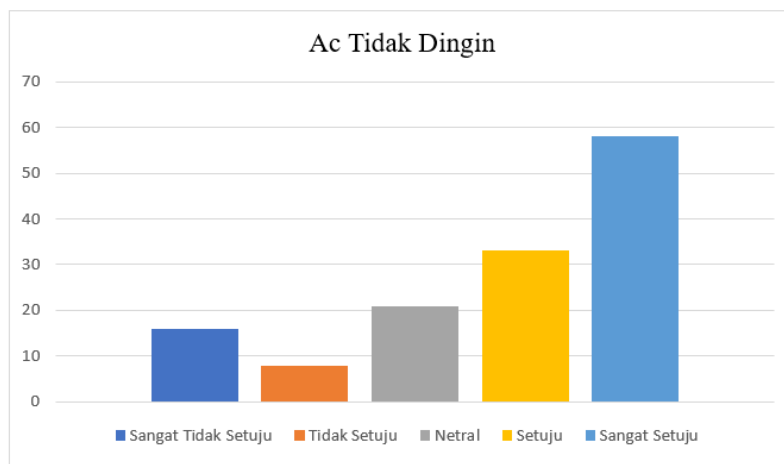
Terdapat sebanyak 51 pelanggan dari 115 pelanggan yang menyatakan bahwa tempatnya masih kurang bersih seperti meja makan yang masih berminyak dan terdapat percikan minyak disekitaran kursi dan lantai yang tidak dibersihkan sehingga menimbulkan kesan yang tidak nyaman terhadap pelanggan.



Gambar 3
Hasil Prasurvey Posisi Duduk Panda Hotpot and Grill

Terdapat sebanyak 62 pelanggan dari 115 pelanggan yang menyatakan bahwa design tempat duduk yang terlalu tegak dan bantalan duduk yang keras sehingga membuat posisi duduk kurang nyaman terutama ketika sedang menikmati makanan.

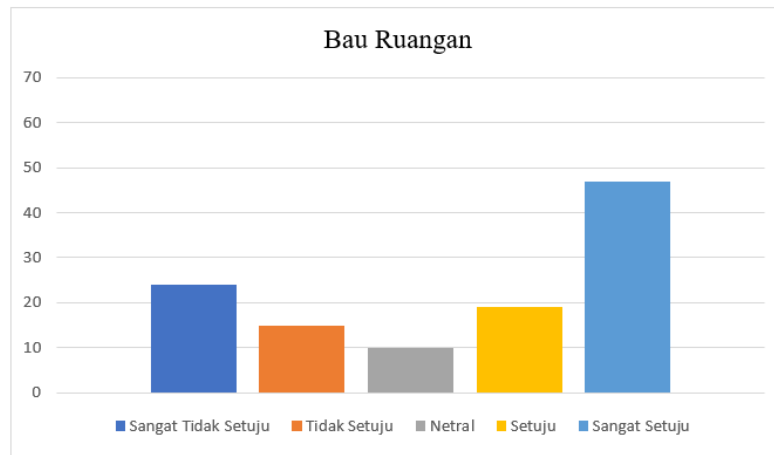
Selanjutnya dilanjutkan dengan indikator keempat yaitu mengenai suhu ruangan restoran tersebut, suhu ruangan berperan penting guna untuk memberikan kenyamanan, suhu ruangan yang memadai akan memberikan rasa segar, rileks dan kenyamanan terhadap pelanggan.



Gambar 4
Hasil Prasurvey Suhu Ruangan Panda Hotpot and Grill

Terdapat sebanyak 58 pelanggan dari 115 pelanggan yang menyatakan sangat setuju terhadap ruangan ac masih kurang dingin, terutama ketika sedang ramai pengunjung yang sedang memasak panggangan di meja yang menyebabkan ruangan terasa pengap dan panas terutama pada siang hari.

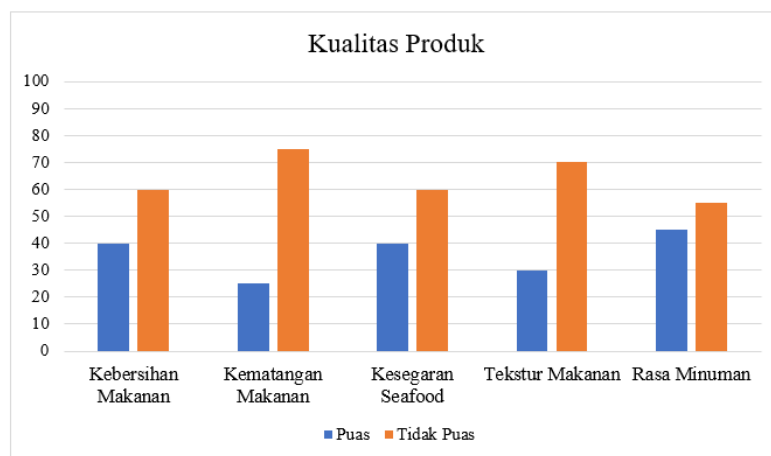
Kemudian dilanjutkan dengan indikator terakhir yaitu mengenai kualitas bau udara dalam restoran tersebut, Bau (aroma) yang positif dapat berkontribusi ke suasana restoran seperti aroma makanan atau pengharum ruangan yang segar yang dapat menimbulkan nafsu makan. Pengunjung lebih cenderung kembali ke restoran jika suasananya tetap aromatik. Ini meredakan kecemasan tentang makan di luar dan memungkinkan orang untuk bersantai dan menikmati makanannya.



Gambar 5
Hasil Prasurvey Bau Ruang Panda Hotpot and Grill

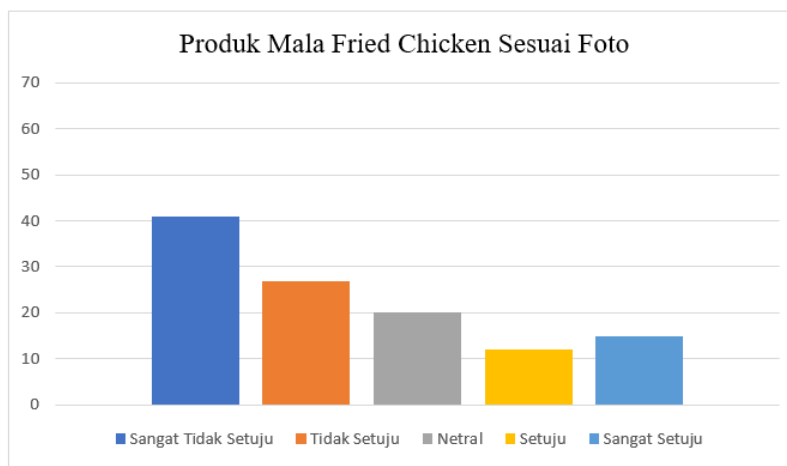
Terdapat sebanyak 47 pelanggan dari 115 pelanggan yang masih menyatakan sangat setuju mengenai masih ada bau ruangan seperti bau masakan dari dapur yang masuk kedalam ruangan restoran dan aroma pengharum restoran tercampur aduk sehingga menimbulkan kurangnya nafsu makan terhadap pelanggan tersebut.

Kualitas produk merupakan Mengingat bahwa kualitas produk sangat terkait dengan masalah ketidakpuasan pelanggan, yang merupakan tujuan dari operasi pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, suatu perhatian yang memerlukan perhatian khusus dari bisnis atau produsen. Pada grafik 6 ini, penulis menyajikan temuan pra-survei kualitas produk yang dilakukan di Panda Hotpot and Grill. Konsumen biasanya mempertimbangkan kualitas produk yang diberikan selama konsumsi.



Gambar 6
Data Prasurvey Kualitas Produk Panda Hotpot and Grill

Gaya hidup seseorang pasti dapat mempengaruhi bagaimana mereka berperilaku ketika melakukan pembelian barang atau jasa karena setiap orang membandingkan dan menilai seberapa cocok gaya hidup mereka dengan produk atau jasa yang ingin mereka beli. Agar sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka, setiap konsumen harus mengadopsi gaya hidup dan penilaian yang unik.



Gambar 7
Hasil Prasurvey Produk Mala Fried Chicken

Berdasarkan hasil penelitian dari data diatas, terdapat 41 pelanggan menyatakan bahwa salah satu produk Mala Fried Chicken yang disajikan dalam restoran tersebut tidak sesuai yang ditampilkan dalam foto list menu. Beberapa pelanggan menyatakan bahwa ukuran ayam yang difoto tidak sesuai dengan ukuran aslinya ketika disajikan, yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dengan apa yang mereka dapatkan sesuai dengan harga yang tertera.

METODE

Penelitian kuantitatif adalah jenis yang cenderung dipergunakan dalam metodologi ini. Made Laut Mertha Jaya (2020: 12) mendefinisikan temuan yang terdapat atas suatu penelitian kuantitatif sebagai suatu jenis penelitian yang mampu memperoleh suatu temuan-temuan baru yang dapat dikuantifikasi dan dievaluasi secara kualitatif. Seringkali melibatkan penyebaran kuesioner kepada responden untuk mengumpulkan data menggunakan teknik skala likert.

1. Suasana Restoran (X1), Suasana restoran meliputi penataan ruangan, cahaya, papan nama dan keharuman ruangan yang selaras dengan kemauan konsumen serta suasana restoran.
2. Kualitas Produk (X2), yaitu suatu produk yang dapat diberikan suatu penilaian dari kekuatan, keunggulan, dan daya tariknya.
3. Gaya Hidup (X3), merupakan kegiatan konsumen menghabiskan waktu mereka (aktivitas) terhadap lingkungan (ketertarikannya) dan juga pendapat terhadap di lingkungan sekitarnya (opini) yang menggambarkan bagaimana konsumen tersebut menghabiskan uangnya dan memanfaatkan waktunya.
4. Kepuasan Pelanggan (Y), merupakan hasil yang diterima konsumen atas kesannya atas suatu kinerja dari suatu produk maupun jasa yang diharapkannya.

Populasi merupakan seluruh daftar objek atau subjek yang harus diteliti tergantung pada kriteria yang peneliti pilih (Sujarweni, 2015: 80). Pada penelitian ini peneliti berfokus pada konsumen pada bulan Oktober-November 2022 yaitu sebanyak 115 konsumen. Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah komponen populasi dari mana sampel diambil untuk tujuan penelitian, sedangkan populasi tersebut mungkin memiliki banyak fitur yang membedakan. Karena penelitian ini menggunakan metode sampel jenuh, maka setiap anggota populasi diperlakukan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 115 partisipan, sesuai populasi yang disebutkan.

Sejumlah metode ada untuk mengumpulkan informasi untuk studi ilmiah, termasuk:

1. Observasi
Menurut Morissan (2017:143) Observasi adalah panca indera digunakan sebagai instrumen utama dalam tindakan manusia sehari-hari.
2. Kuesioner
Menurut Sugiyono (2019:199) angket ialah metode pengumpulan data dimana informan ditanyai berulang kali atau diberikan komentar tertulis untuk dipertimbangkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2
Hasil Pengujian Validitas

| Variabel | Pernyataan | R hitung | R tabel | Keterangan |
|--------------------|------------|----------|---------|------------|
| Suasana Restoran | X1.1 | 0,779 | 0,1832 | Valid |
| | X1.2 | 0,799 | | |
| | X1.3 | 0,79 | | |
| | X1.4 | 0,791 | | |
| Kualitas Produk | X2.1 | 0,752 | 0,1832 | Valid |
| | X2.2 | 0,821 | | |
| | X2.3 | 0,802 | | |
| | X2.4 | 0,799 | | |
| Gaya Hidup | X3.1 | 0,891 | 0,1832 | Valid |
| | X3.2 | 0,847 | | |
| | X3.3 | 0,792 | | |
| Kepuasan Pelanggan | Y.1 | 0,759 | 0,1832 | Valid |
| | Y.2 | 0,725 | | |
| | Y.3 | 0,846 | | |
| | Y.4 | 0,831 | | |

Sumber : Output Data SPSS versi 25, 2022

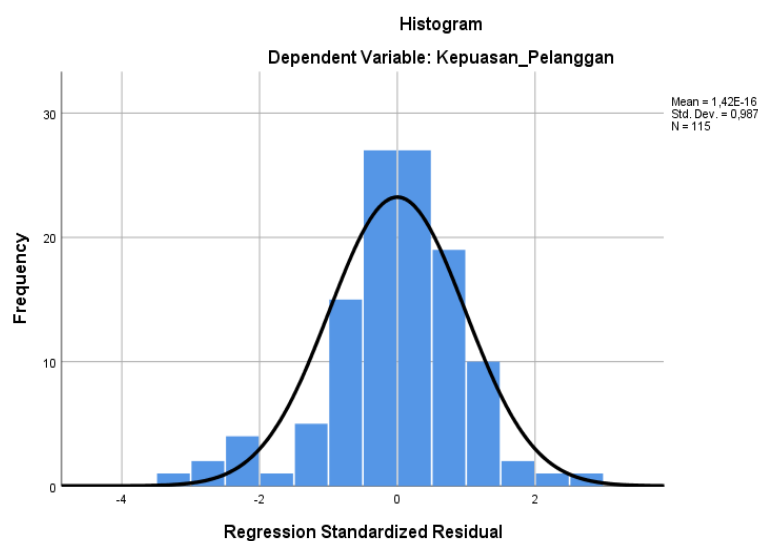
Terlihat tabel 2 tentunya mampu disimpulkan peneliti disebut *valid* dikarenakan tentu dari setiap variabel mempunyai r hitung $>$ r tabel

Tabel 3
Hasil Pengujian Reliabilitas

| No | Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----|--------------------|------------------|------------|
| 1 | Suasana Restoran | 0,798 | Reliabel |
| 2 | Kualitas Produk | 0,804 | Reliabel |
| 3 | Gaya Hidup | 0,793 | Reliabel |
| 4 | Kepuasan Pelanggan | 0,800 | Reliabel |

Sumber : Output Data SPSS versi 25, 2022

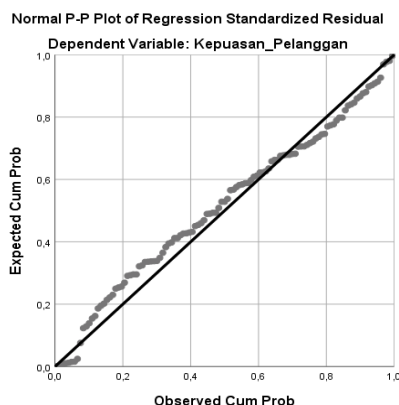
Terlihat tabel 3 tentunya mampu disimpulkan peneliti disebut *reliabel* dikarenakan tentu dari setiap variabel mempunyai *Cronbach Alpha* $>$ 0,6



Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 25, 2022

Gambar 8
Diagram Histogram

Kriteria data tampak normal dan terpenuhi karena kurva berbentuk lonceng di tengah grafik batang pada gambar di atas menunjukkan bahwa data terdistribusi secara teratur. Diagram normal *p-p* plot menegaskan temuan ini:



Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 25, 2022

Gambar 9
Normal P-Plot

Dapat dilihat pada diagram di atas bahwa informasi telah berkembang dan sekarang mencakup seluruh diagram, dari bawah ke atas sepanjang diagonal. Indikator statistik dari distribusi normal adalah kemunculan titik-titik yang berjarak seragam di sekitar garis.

Suatu pengujian yang berlandaskan pada *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) adalah cara alternatif untuk memeriksa apakah data mengikuti distribusi normal; untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4
Uji Kolmogorav Smirnov

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 115 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.92185196 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .063 |
| | Positive | .063 |
| | Negative | -.063 |
| Test Statistic | | 0.63 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .070 ^c |

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data
- c. Lilliefors Significance Correlation

Sumber : Output SPSS versi 25, 2022

Terlihat tabel 4 tentunya mampu disimpulkan peneliti disebut data distribusi normal dikarenakan tentu dari *Asymp Sig* sebesar 0,07 tentu mempunyai nilai > 0,05

Tabel 5 Uji Multikolonieritas

| Model | Coefficients ^a | Collinearity Statistic | |
|-------|---------------------------|------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Suasana_Restoran | .544 | 1.839 |
| | Kualitas_Produk | .489 | 2.046 |
| | Gaya_Hidup | .516 | 1.938 |

- a. Dependent Variable : Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Output SPSS versi 25, 2022

Terlihat tabel 5 tentunya mampu disimpulkan peneliti disebut tidak terjadi multikolinieritas dikarenakan tentu dari setiap variabel mempunyai VIF < 10

Tabel 6
Uji Heteroskedastisitas

| Model | Unstandarized Coeffisient | | Standarized Coeffisient | t | Sig |
|------------------|---------------------------|------------|-------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 Constant | 2.299 | .685 | | 3.355 | .001 |
| Suasana_Restoran | -.030 | .050 | -.077 | -.607 | .545 |
| Kualitas_Produk | .040 | .055 | .099 | .739 | .462 |
| Gaya_Hidup | -.080 | .056 | -.158 | -1.213 | .228 |

a. Dependent Variable : RES2

Sumber : Output SPSS versi 25, 2022

Terlihat tabel 6 tentunya mampu disimpulkan peneliti disebut tidak terjadi tanda heterokedasititas dikarenakan tentu dari setiap variabel mempunyai sig > 0,05

Tabel 7
Uji Analisis Linear Berganda

| Model | Unstandarized Coeffisient | | Standarized Coeffisient | t | Sig |
|------------------|---------------------------|------------|-------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 Constant | 1.604 | 1.043 | | 1.538 | .127 |
| Suasana_Restoran | .199 | .076 | .206 | 2.615 | .010 |
| Kualitas_Produk | .490 | .083 | .489 | 5.883 | .000 |
| Gaya_Hidup | .247 | .100 | .200 | 2.469 | .015 |

a. Dependent Variable : Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Output SPSS versi 25, 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas, persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 1.604 + 0.199(X1) + 0.490(X2) + 0.247(X3)$$

Kesimpulan :

1. Konstanta koefisien regresi linear berganda memperoleh nilai sebesar 1,604, yang menunjukkan bahwa variabel Suasana Restoran, Kualitas Produk dan Gaya Hidup memiliki nilai nol maka Kepuasan Pelanggan memiliki nilai 1,604.
2. Koefisien regresi sebesar 0,199 (19,9%), menunjukkan hubungan positif antara suasana restoran dan kepuasan pelanggan, mendukung gagasan ini. Satu studi menemukan bahwa peningkatan 1% dalam suasana restoran dikaitkan dengan peningkatan 0,199 poin (atau 19,9%) dalam kepuasan pengunjung secara keseluruhan (Y).
3. Ketiga, korelasi antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan adalah baik, dengan nilai regresi sebesar 0,490 (49%). Variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat meningkat sebesar 0,490 atau 49%, untuk setiap kenaikan 1% variabel kualitas produk (X).

Korelasi positif antara kepuasan konsumen dengan gaya hidup didukung oleh fakta bahwa variabel gaya hidup memiliki koefisien regresi sebesar 0,247 atau 24,7%. Peningkatan 1% pada variabel gaya hidup dikaitkan dengan peningkatan 0,247 (atau 24,7%) pada variabel kepuasan pelanggan (Y)

SIMPULAN

Suasana Restoran tentu mampu memberi suatu pengaruh secara positif dan signifikan kepada Kepuasan Pelanggan Panda Hotpot and Grill. Kualitas Produk tentu mampu memberi suatu pengaruh secara positif dan signifikan kepada Kepuasan Pelanggan Panda Hotpot and Grill. Gaya Hidup tentu mampu memberi suatu pengaruh secara positif dan signifikan kepada Kepuasan Pelanggan Panda Hotpot and Grill. Suasana Restoran, Kualitas Produk dan Gaya Hidup tentu mampu memberi suatu pengaruh signifikan dan simultan kepada Kepuasan Pelanggan Panda Hotpot and Grill..

DAFTAR PUSTAKA

- A., Morissan M. dkk.2017. Metode Penelitian Survei. Jakarta: Kencana.
- Darmianti, M., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Konsumen Klinik Kecantikan Larissa Aesthetic Center Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 8(4), 287–299. <http://doi.org>
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Quadrant
- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 200–214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.622>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wulandari, P. Y. (2022). Pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan pelanggan di skai restoran hotel padma resort legian. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(7), 1775–1789. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i7.121>