**LAPORAN AKHIR**



**JUDUL PENELITIAN**

**Pengaruh *Green Product*,*Servicescape* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Berbasis Alam Sekitar**

**di Kabupaten Semarang**

**Oleh :**

**Drs. R. Bowo Harcahyo, MB (0630035901)**

**Sentot Suciarto, A., P.hD (0602056101)**

**Veronica Kusdiartini, SE., M.Si (0601016701)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG, JUNI 2021**

**IDENTITAS DAN URAIAN UMUM**

1. Judul Penelitian : Pengaruh*Green Product,Servicescape*dan Kualitas Layanan

terhadap Kepuasan Konsumen pada Resto Berbasis Alam

 Sekitar di Kabupaten Semarang

1. Tim Peneliti:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Nama | Jabatan | Bidang Keahlian | Instansi Asal | Alokasi Waktu (Jam/minggu) |
| 1 | Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA | Dosen | Manajemen Pemasaran | FEB, Unika Soegijapranata | 8 jam |
| 2 | Sentot Suciarto, A, Ph.D  | Dosen | Manajemen Pemasaran | FEB,Unika Soegijapranata | 8 jam |
| 3 | Veronica Kusdiartini,SE.,Msi  | Dosen | Manajemen Operasi | FEB,Unika Soegijapranata  | 8 jam |

1. Objek Penelitian : Konsumen Resto Kampoeng Rawa Ambarawa.
2. Masa Pelaksanaan :Mulai: Nopember 2020. Berakhir: Juni 2021
3. Usulan Biaya : Rp.7.500.000,-
4. Lokasi Penelitian : Resto Kampoeng Rawa Ambarawa
5. Luaran yang ditargetkan: Model Pengaruh Kepuasan Konsumen Resto
6. Dampak Pengembangan Model: Upaya pengembangan kualitas layanan restoran dan pemanfaatan lingkungan sekitar restoran bisa menambah kepuasan pengunjung restoran dan menahan perpindahan konsumen ke restoran yang lainnya. Restoran yang dikelola dengan *service scape* yang baik dan khas daerah sekitar menjadi daya tarik bagi konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, yang berpengaruh signifikan dalam kepuasan konsumen adalah kualias layanan dan *servicescape* atau lingkungan sekitar yang mengesankan. Konsumen masih belum peduli akan produk yang *green* bagi konsumen. Oleh karena itu pihak manajemen restoran sebaiknya menjaga kualitas layanan dan lingkungan sekitar dengan perawatan rutin, pelatihan karyawan, dan menjaga kelestarian lingkungan. Restoran Kampoeng Rawa yang *sustainable* akan berdampak ekonomi bagi pemilik dan masyarakat di tiga desa sekitar, maupun Badan usaha milik desa (BUMDES) dan swasta sebagai pemilik.
7. Jurnal Ilmiah nasional terakreditasi : Jurnal JEMAP Oktober 2021.

**DAFTAR ISI**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | Hal |
| Identitas dan uraian umum | ii |
| Halaman Identitas dan Uraian Umum .......................................................... | iii |
| Ringkasan ..................................................................................................... | iv |
| Bab I Pendahuluan ........................................................................................ | 1 |
| Bab II Tinjauan Pustaka ............................................................................... | 4 |
| Bab III Metode Penelitian ............................................................................. | 14 |
| Bab IV Hasil dan Pembahasan .................................................................... | 18 |
| Bab V Penutup ............................................................................................. | 30 |
| Daftar Pustaka ............................................................................................... | 32 |
| Lampiran ...................................................................................................... | 34 |

**RINGKASAN**

Konsumen restoran atau resto akan memilih dan mengunjungi resto apabila merasa puas, terlayani dengan baik dan mendapatkan apa yang dia butuhkan pada restoran tersebut. Masalah penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh kualitas layanan, *green product* dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *green product, servicescape* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Berbasis Alam Sekitar. Upaya restoran dalam upaya menjaga kepuasan konsumen tersebut tidak terlepas dari kualitas layanan yang diberikan oleh resto. Selain itu konsumen dalam kunjungan ke restoran tidak hanya menikmati kuliner saja, melainkan juga menikmati *servicescape* atau pemandangan alam sekitar resto. Restoran Kampoeng Rawa di Ambarawa merupakan resto di tengah hamparan sawah dan menjorok ke tengah Rawapening dan berada di atas air. Pemandangan di tengah rawa dan air membuat suasana resto yang menarik bagi pengunjung.

Penelitian ini merupakan survey konsumen pengunjung restoran Kampoeng Rawa yang menikmati kuliner dan alam sekitar restoran. Berdasar *quota accidental sampling*, ditetapkan 60 responden konsumen yang makan di restoran Kampoeng Rawa selama bulan Maret 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan, dan *servicescape* terhadap kepuasan konsumen restoran. *Green product* tidak mempunyai pengaruh signifikan. Selanjutnya manajemen jasa restoran yang sustainable akan berdampak pada kontribusinya terhadap ekonomi pemilik swasta, pemilik BUMDES dan masyarakat sekitar yang menjadi pegawai. Restoran yang dikelola dengan memperhatikan kualitas layanan dan suasana sekitar yang menarik mampu menimbulkan kepuasan bagi para konsumen restoran.

Kata kunci: kualitas layanan, *green product*, *service scape*, kepuasan konsumen

**BAB 1. PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Pengertian restoran atau resto adalah suatu usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial. Banyak dibangun resto berbasis alam sekitar misalnya resto dengan tempat pemancingan (Semarang Island Resto, Prima Raja, Pemancingan Barokah), resto dengan pemandangan alam sekitar (Kampoeng Kopi Banaran, Eling Bening, Gubug Makan Mang Engking, Eva Coffee House) dan lainnya. Resto dengan memanfaatkan panorama lingkungan sekitar menjadi usaha yang banyak diminati di kabupaten Semarang. Restoran atau rumah makan ini bisa ada di pinggir jalan Semarang – Solo, di pinggir jalur lingkar kota Ambawara, di kawasan wisata Bandungan dan di sekitar tempat-tempat wisata lainnya di Kabupaten Semarang. Salah satu resto yang memanfaatkan lingkungan sekitar adalah Resto Apung Kampoeng Rawa di Ambarawa.

Resto Apung Kampoeng Rawa merupakan sebuah resto dengan pemandangan alam sekitar di rawa yang menghijau dan dikelilingi air yang tenang dan jernih atau mempunyai aspek *servicescape* yang menghijau menarik. Selain menjadi sarana kuliner, sekitar resto menjadi tempat kunjungan wisata. Dibuka pada tahun 2012, tempat ini dimiliki dan dioperasikan oleh duabelas kelompok petani dan nelayan dengan pendanaan dari Artha Prima Credit Union. Dengan adanya kegiatan ekonomi ini, para petani dan masyarakat dapat mata pencaharian sebagai karyawan resto dan suplier resto serta UMKM di sekitar Kampoeng Rawa. Selain resto apung, ada juga usaha kerajinan, pendopo tempat pertemuan, tempat memancing dan dok sandar kapal untuk wisata keliling Rawapening.

Setiap usaha resto memerlukan upaya agar konsumen tertarik mendatangi resto tersebut dengan membuat lingkungan sekitar resto yang menarik atau konsumen melihat *service scape* dari resto tersebut. Upaya menarik perhatian dengan service scape dilakukan oleh restoran agar dikunjungi konsumen. Upaya ini dicoba dilakukan Kampoeng Rawa dengan membuat kekhasan yaitu resto apung yaitu restoran yang mengapung di atas air rawa di Rawapening. Hamparan sawah menghijau dan pemandangan gunung di kejauhan turut mendukung resto ini. Oleh karena itu kondisi sekitar ini disebut *service scape* atau lingkungan jasa. Zeithaml melihat lingkungan jasa atau *service scape* menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen/pengunjung. (Zeithaml, 1985). Menarik untuk diteliti bagaimanakah pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Resto Kampoeng Rawa.

Selain itu produk kuliner atau makanan Kampoeng Rawa juga akan diteliti dari aspek *green product* yaitu produk dari lingkungan alam sekitar dan kesegarannya sehingga konsumen merasa puas. Kesegaran sumber bahan baku dan penyajian dari alam yang segar diharapkan akan membuat konsumen merasakan kuliner yang enak atau menyenangkan di resto Kampoeng Rawa. Masyarakat sekitar resto atau obyek wisata Kampoeng Rawa menjadi suplier bagi produk kuliner resto maupun UMKM sekitar. Mereka juga menjadi karyawan resto maupun pekerja yang menjalankan usaha permainan anak-anak, penjualan UMKM kerajinan, pendayung perahu maupun aktivitas ekonomi lainnya yang memanfaatkan kawasan wisata Kampoeng Rawa di sekitar Resto.Penelitian pengaruh terhadap kepuasan juga sudah ada yang melihat pengaruh di restoran (Haryanto, 2013; Purnama dan Andajani, 2019).

Persaingan kualitas layanan dengan resto sekitar juga ada karena di sekitar kawasan Rawapening ada Resto Eling Bening, ada tempat pemandian dan beberapa rumah makan seperti Rumah Makan Bintangan dan lain-lain. Rumah makan atau resto yang ada senantiasa berusaha agar kualitas layanan (*tangibles, emphaty, reliability, responsiveness, assurance*) memenuhi harapan konsumen sehingga puas dan kemudian datang lagi agar kelangsungan hidup resto tetap terjaga. Kecepatan layanan menjadi penting karena konsumen mengharapkan segera terpuaskan kebutuhannya untuk makan. Selain itu dalam menunggu dan menikmati suasana, kualitas layanan resto perlu diperhatikan sebab bila konsumen tidak puas maka mereka tidak akan berkunjung kembali. Berbagai upaya dilakukan oleh resto agar konsumen merasa puas dan menjadi *word of mouth* bagi resto tersebut. Oleh karena itu kualitas layanan juga diteliti apakah menjadi pengaruh terhadap kepuasan konsumen pengunjung Resto Apung Kampoeng Rawa ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dipilih judul penelitian ini adalah Pengaruh *Green Product, Service Scape* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Resto Kampoeng Rawa Berbasis Alam Sekitar di Kabupaten Semarang. Penelitian ini tidak meneliti loyalitas pengunjung karena apabila konsumen puas, maka nantinya akan menjadikan buah bibir yang baik dan diharapkan mereka akan datang lagi walaupun lokasi resto ini relatif terpencil dan di tengah rawa pening.

**Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini secara simultan adalah : Apakah*green product, service scape* dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Resto Kampoeng Rawa yang Berbasis Alam Sekitar di Kabupaten Semarang ? Sedangkan secara parsial akan diteliti masalah:

1. Bagaimanakah pengaruh *green product* terhadap kepuasan konsumen Resto Kampoeng Rawa?
2. Bagaimanakah pengaruh *service scape* terhadap kepuasan konsumen Resto Kampoeng Rawa?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Resto Kampoeng Rawa?

Penelitian ini hanya sampai pada kepuasan konsumen dengan alasan apabila konsumen puas, maka akan cenderung loyal atau menjadi pelanggan. Hal ini akan menjadi penelitian lanjutan setelah hasil penelitian ini.

**Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *green product, service scape* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Berbasis Alam Sekitar di Kabupaten Semarang baik secara per variabel individual maupun secara simultan atau semua variabel bersama-sama.

**Manfaat Khusus dari penelitian ini**

Dengan diketahuinya signifikansi pengaruh maka bisa diketahui variabel mana yang menjadi pengaruh kepuasan pelanggan. Variabel yang mempunyai pengaruh ini menjadi perhatian manajemen agar menjadi upaya perbaikan atau menjaga agar tidak terjadi masalah. Untuk prioritas penanganan, manajemen melihat manakah yang terbesar pengaruhnya agar menjadi perhatian agar jangan sampai terjadi penurunan layanan.

**Urgensi (keutamaan) penelitian**

Penelitian ini memberikan sumbangan atas faktor mana yang berpengaruh signifikan dan berapa besar pengaruhnya. Diharapkan dengan terjaganya kepuasan konsumen dengan memperhatikan variabel yang berpengaruh signifikan, resto ini tetap menjadi destinasi wisata dan kuliner bagi konsumen. Keberlangsungan usaha resto ini menjadi mata pencaharian penduduk di desa-desa sekitar Rawapening yang bekerja dan menjadi supplier di resto maupun usaha UMKM di sekitarnya.

**Luaran yang akan dicapai :**

Luaran penelitian ini berupa publikasi di kolom populer Unika News dan artikel jurnal ilmiah JEMAP.

**BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

**Lingkungan dan Pengelolaan Lingkungan Resto**

Otto Soemarno, seorang pakar lingkungan mendefinisikan lingkungan hidup sebagai jumlah semua benda dan kondisi yang ada dalam ruang yang kita tempati yang mempengaruhi kehidupan kita. ( Huasein, 1993).Lingkungan adalah keadaan sekitar yang mempengaruhi perkembangan dan tingkah laku makhluk hidup (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005).Lingkungan hidup dapat didefinisikan sebagai: 1) daerah tempat suatu makhluk hidup berada; 2) keadaan atau kondisi yang melingkupi suatu makhluk hidup; 3) keseluruhan keadaan yang meliputi suatu makhluk hidup atau sekumpulan makhluk hidup. (Supardi, 2009).

Menurut Undang Undang RI No. 4 tahun 1982, tentang Kententuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2009, tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, dikatakan bahwa: Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri, kelangsungan perikehidupan, dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain.

Pengelolaan lingkungan restoran menurut Atalya, 2019 meliputi 7 hal yaitu : Pemakaian air (air kamar mandi, air untuk mencuci piring, air untuk kepentingan memasak, air minum).Peralatan hemat energi (lampu, kulkas, blender, juicer, dan peralatan lain). Penggunaan bahan baku. Alat makan sekali pakai yang ramah lingkungan (Dari plastik). Sampah makanan (Porsi). Interior restoran (penggunaan AC). Produk pembersih ramah lingkungan (bahan kimia).

**Pengertian dan Kriteria*Green Product***

Kasali (2005) memberikan definisi dari produk hijau (green product)  sebagai ilustrasi dari barang atau produk yang dihasilkan oleh produsen yang terkait dengan rasa aman dan tidak menimbulkan dampak bagi kesehatan manusia serta tidak berpotensi merusak lingkungan hidup. Di samping itu, produk bersih juga dikaitkan dengan penggunaan bahan baku yang senantiasa memperhatikan generasi mendatang, produk bersih juga bertujuan untuk mengurangi sampah (waste) baik dari prosesnya maupun dari daur hidup produk tersebut. Lebih jauh, Nugrahadi (2002) menyatakan bahwa produk bersih (green produk) selalu berorientasi pada lingkungan.

Menurut Ottman (1998:89) menyatakan bahwa produk hijau secara prinsip dapat bertahan dalam periode waktu yang cukup  lama, tidak mengandung racun, terbuat dari bahan yang bersahabat dengan lingkungan dan dapat didaur ulang, atau dikemas secara sederhana (s*imple*) dan minimalis. Green product tersebut dibuat, disebarluaskan, dan digunakan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan seperti kerusakan dan pencemaran pada lingkungan.*Green product* atau produk ramah lingkungan menurut Handayani (2012), merupakan suatu produk yang dirancang dan diproses dengan suatu cara untuk mengurangi efek-efek yang dapat mencemari lingkungan, baik dalam produksi, pendistribusian, dan pengonsumsinya. Menurut Rath (2013), *green product* didefinisikan sebagai produk-produk industri yang diproduksi melalui teknologi ramah lingkungan dan tidak menyebabkan bahaya terhadap 24 lingkungan. D’Souza et al., (2006) menjelaskan bahwa *green product* adalah produk yang memiliki manfaat bagi konsumen dan juga memiliki manfaat sosial yang dirasakan oleh konsumen, seperti ramah terhadap lingkungan.

Makower et al.,(1993) menjelaskan kriteria-kriteria yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu produk ramah atau tidak terhadap lingkungan, sebagai berikut: 1) Tingkat bahaya suatu produk bagi kesehatan manusia atau binatang. 2) Seberapa jauh suatu produk dapat menyebabkan kerusakan lingkungan selama di pabrik (digunakan atau dibuang). 3) Tingkat penggunaan jumlah energi dan sumberdaya yang tidak proporsional selama di pabrik (digunakan atau dibuang). 4) Seberapa banyak produk yang menimbulkan limbah ketika kemasannya berlebihan atau untuk suatu penggunaan yang singkat. 5) Seberapa jauh suatu produk melibatkan penggunaan yang tidak ada gunanya atau kejam terhadap binatang. 6) Penggunaan material yang berasal dari spesies atau lingkungan yang terancam.

**Konsep *Service Scape***

*Service scape* atau lingkungan jasa adalah lingkungan fisik dimana layanan jasa terjadi dan bagaimana lingkungan fisik ini mempengaruhi kinerja karyawan dan konsumen (Chase, 2002: 192; Bitner, 1992).Bitner membagi 3 dimensi servicescape yaitu *ambient condition*, *spacial layout and functionality*, dan *sign, symbols and artifacts*. Penelitian Parish, Berry dan Lam (2008) melihat *service scape* dalam kegiatan pekerja meliputi kenyamanan (*convenience*), keamanan (*safety*) dan menyenangkan (*pleasantness*). Di dalam resto, ada penggunaan tong-tong penopang bangunan resto sehingga konsumen merasa ada sedikit ayunan yang menyenangkan ketika menikmati kuliner resto. Indikator *service scape* penelitian adalah kondisi sekitar resto (pemandangan alam sekitar resto), ruang/fungsi (pondok-pondok makan dan bangunan resto) dan tanda-simbol-artifak yang digunakan resto seperti hiasan patung dan lainnya, meja kasir, meja layanan.

**Konsep Kualitas Layanan**

Kualitas layanan (kualitas jasa) merupakan persepsi konsumen terhadap proses produksi jasa. Menurut Zeithaml dkk (1985), ada lima (5) dimensi kualitas layanan yaitu disingkat TERRA- tangible, empathy, reliability, responsiveness dan assurance (Kotler dan Keller, 2012: 396). Tangible merupakan wujud fisik atau penampilan fasilitas fisik (peralatan makan piring sendok resto, seragam karyawan, kelengkapan peralatan makanan). Emphaty merupakan kepedulian atau perhatian karyawan terhadap konsumen. Realibility atau keandalan adalah kemampuan memberikan jasa yang penyelesaiannya akurat dan sesuai dengan pesanan konsumen. Responsiveness atau daya tanggap merupakan kecepatan layanan, kecepatan menanggapi pertanyaan atau permintaan konsumen. Assurance atau kepastian adalah pelayanan dengan sopan santun karyawan sehingga menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.(Sasongko dan Subagio, 2013).

**Konsep Kepuasan Konsumen**

Upaya pemasaran menurut Kotler adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Kepuasan adalah perasaan seseorang atas kesenangan atau kekecewaan karena membandingkan kinerja dan harapan (Kotler dan Keller, 20112: 150). Kepuasan pelanggan adalah terpenuhinya kebutuhan pelanggan. Apa yang dirasakan pelanggan atas layanan yang diberikan dibandingkan dengan apa yang diharapkan. Hal ini juga sesuai dengan pandangan Schiffman dan Kanuk bahwa kepuasan pelanggan merupakan persepsi individu terhadap performans produk atau jasa terkait dengan harapannya (Schiffman dan Kanuk, 2007: 9). Indikator variabel kepuasan konsumen ini adalah tidak adanya keluhan atau keluhan teratasi, perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk resto, kesesuaian dengan ekspektasi/harapan pelanggan dan melakukan pembelian ulang.

**Penelitian Terdahulu**

| **Tabel 1. Penelitian terdahulu** |
| --- |
| No | Pengarang / Penulis | Topik / Judul | Variabel | Alat Analisis | Hasil |
| 1 | Ransulangi et al (2015) | Pengaruh kualitas produk, harga dan servicescape terhadap kepuasan konsumen pengguna rumah makan Ocean 27 Manado | Kualitas produk, harga, service scape, kepuasan konsumen | Regresi linier berganda | Ada pengaruh signifkan kualitas produk dan service scape. Harga tidak signifikan pengaruhnya. |
| 2 | Aziah Fatmawati(2015) | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian *Green Product* | Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, Produk, Harga, Tempat, Promosi | Regresi Linier Berganda | Variabel budaya, sosial, psikologi, harga, tempat, promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadapkeputusan pembelian sedangkan variabel pribadi dan produk tidak berpengaruhsignifikan terhadap keputusan pembelian |
| 3 | Rizky Ardi Purnama, dan Erna Andajani(2019) | Pengaruh Service scape terhadap Customer Loyalty Restoran McDonald’s Surabaya | Service Scape, Emotion, Satisfaction, Loyalty | Uji Goodness of Fit dengan AMOS | Terdapat pengaruh positif dan signifikan service scape terhadap emotion, emotion terhadap satisfaction, dan pengaruh satisfaction terhadap loyalty. |
| 4 | Janet Turner Parish, Leonard L Berry and Shun Yin Lam(2013) | The Effect of Service scape on Service Workers | Service scape, Job Satisfaction, Committment | SEM Analysis | Model terdukung oleh analisis. |
| 5 | Resti Avita Haryanto (2013) | Strategi promosi, Kualitas Produk dan Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan McDonald’s Manado | Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan | Regresi Berganda | Ada pengaruh secara bersama. Kualitas layanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan. |
| 6 | Felita Sasongko dan Hartono Subagio (2013) | Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ayam penyet ria | Kualitas layanan, kepuasan pelanggan | Regresi Berganda | Ada pengaruh kualitas layanan (TERRA) terhadap kepuasan pelanggan. Responsiveness dan Assurance mempunyai pengaruh yang lebih besar dibanding dimensi yang lain. |

**Peta Jalan Penelitian Secara Utuh**

Penelitian Green Marketing

Penelitian supply chain

Penelitian Green Product

Penelitian Kepuasan Pelanggan

Penelitian Loyalitas Pelanggan

Penelitian Loyalitas Digital Marketing

Penelitian Kualitas Jasa/layanan

**Kerangka Pikir Penelitian**

Dalam penelitian ini akan dilihat pengaruh beberapa variabel terhadap kepuasan konsumen Resto Kampoeng Rawa di Ambarawa. Konsumen berkunjung ke lokasi resto tidak hanya untuk tujuan kuliner saja melainkan juga untuk menikmati pemandangan sekitar resto yang menarik. Ada hamparan sawah menghijau, ada wisata air sekitar rawa pening dan ada arena permainan anak-anak. Adanya beberapa sarana di sekitar resto menjadikan peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruhnya terhadap konsumen selain kuliner yang ditawarkan dan kualitas layanannya.

Green Product

Service Scape

Kualitas Layanan

Kepuasan Konsumen

Diagram Kerangka Pikir Penelitian

Dengan demikian beberapa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1. Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Kampoeng Rawa Ambarawa.

H2. Diduga servicescape berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Kampoeng Rawa Ambarawa.

H3. Diduga green product berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Kampoeng Rawa Ambarawa.

H4. Diduga secara bersama-sama variabel kualitas layanan, servicescape, dan green product berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Kampoeng Rawa Ambarawa.

**Definisi Operasional Variabel**

**Tabel 2. Definisi Operasional dan Indikator Variabel**

| **Nama Variabel** | **Definisi** | **Indikator** |
| --- | --- | --- |
| **Kualitas Layanan** | Penilaian konsumen terhadap proses penyediaan produk dan jasa makanan dengan indikator tangibles, emphaty, reliability, responsiveness, assurance | * Tangibles = wujud fisik layanan yang diterima konsumen
* Emphaty = kepedulian dan perhatian kepada konsumen
* Responsiveness = kecepatan dan tanggap
* Reliability = handal dan akurat dalam pemenuhan janji dan layanan
* Assurance = keamanan dan jaminan terlayaninya konsumen dengan baik
 |
| **Service scape** | Lingkungan sekitar layanan resto yang nyaman, aman dan menyenangkan konsumen | * Convenience / kenyamanan menunggu dan menikmati suasana dalam resto
* Safety / merasa aman di lingkungan resto apung
* Pleasantness / perasaan senang, nyaman di resto apung
 |
| **Green Product** | Aktifitas menyediakan barang dan jasa yang mengurangi dampak negatif pada lingkungan misal menggunakan bahan segar dari lingkungan, menjaga udara, menghemat energi dan menghemat air. | * Fresh food raw materials = kesegaran bahan baku makanan
* Air quality = kualitas udara sekitar
* Energy Efficiency = penghematan energi
* Water Effeciency = penghematan air
 |
| **Kepuasan Konsumen** | Terpenuhinya harapan konsumen sesuai kebutuhannya | Kepuasan terhadap kualitas layanan restoKepuasan terhadap produk layanan restoKepuasan terhadap lingkungan layanan resto |

**BAB 3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan memberikan masukan tentang pengelolaan atau manajemen resto dalam melayani konsumen. Konsumen akan memberikan penilaian sesuai harapan atau kebutuhan dan keinginannya. Apabila ada kesesuaian yang dialami dengan harapan atau keinginannya maka konsumen akan merasa puas. Apabila konsumen puas, diharapkan akan terjadi word of mouth dan kunjungan yang berulang. Selanjutnya apabila resto selalu mendapatkan kunjungan dan konsumen berulangkali mengunjungi resto akan terjadi multiplier effect.

Resto ini merupakan salah satu usaha BUMDES dengan pihak swasta dalam mengelola kawasan rawapening. Hasil usaha resto ini berguna bagi penduduk sekitar untuk mata pencaharian mereka.

Selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini menjadi masukan bagi resto dan bagi menambah implementasi konsep di bidang manajemen.

Diagram metode penelitian dan dampaknya

Peningkatan layanan dan kepuasan Konsumen

Artikel Jurnal Dosen

Usaha Resto Kampoeng Rawa Ambarawa

Penelitian green product, kualitas layanan, service scape

Sustainability Resto

Kebutuhan masyarakat konsumen akan wisata kuliner

Kebutuhan ekonomi penduduk akan pekerjaan

* 1. Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek penelitian dipilih Resto Kampoeng Rawa yang berlokasi di Rawapening Ambawara Kabupaten Semarang. Resto yang terletak di pinggir rawa ini terlihat menjorok ke dalam rawapening dengan pemandangan sekitar air rawa dan alam sekitar yaitu pegunungan. Keindahan alam sekitar dipadukan dengan kuliner menjadi daya tarik resto ini menjadikan alasan dipilih sebagai obyek penelitian ini.

* 1. Populasi dan Sampling

Populasi penelitian ini adalah para konsumen resto Kampoeng Rawa yang menikmati kuliner di lokasi resto. Diambil sampel secara *quota accidental sampling* karena keterbatasan biaya dan masa pandemi yang membatasi jumlah pengunjung restoran hanya separuh dari kapasitas, dipilih responden yang berkunjung menikmati kuliner dan mempunyai kesediaan mengisi atau menjawab kuesioner yang diedarkan. Besar sample ditentukan sejumlah 60 responden.

* 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan teknik survey responden dan alat pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengumpulan data dilakukan oleh enumerator yang mengunjungi Resto Kampoeng Rawa. Kuesioner berisi pilihan pertanyaan terkait variabel penelitian yaitu green product, service scape, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dengan skala likert. Penelitian dilakukan selama bulan Februari Maret April 2021 dan dipilih hari survey pada hari Sabtu dan Minggu dimana ada relatif banyak pengunjung yang makan di resto.

Hasil uji validitas indikator variabel penelitian semuanya valid karena di atas r tabel 0,265, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Indikator variabel** | **Nilai r hitung** | **Nilai r tabel** | **Keterangan** |
| KL11 | 0,322 | 0,265 | Valid |
| KL12 | 0,271 | 0,265 | Valid |
| KL21 | 0,346 | 0,265 | Valid |
| KL22 | 0,524 | 0,265 | Valid |
| KL31 | 0,598 | 0,265 | Valid |
| KL32 | 0,579 | 0,265 | Valid |
| KL41 | 0,537 | 0,265 | Valid |
| KL42 | 0,390 | 0,265 | Valid |
| KL51 | 0,496 | 0,265 | Valid |
| KL52 | 0,613 | 0,265 | Valid |
| SS11 | 0,578 | 0,265 | Valid |
| SS12 | 0,633 | 0,265 | Valid |
| SS21 | 0,706 | 0,265 | Valid |
| SS22 | 0,635 | 0,265 | Valid |
| SS31 | 0,572 | 0,265 | Valid |
| GP1 | 0,491 | 0,265 | Valid |
| GP2 | 0,455 | 0,265 | Valid |
| GP3 | 0,448 | 0,265 | Valid |
| GP4 | 0,558 | 0,265 | Valid |
| KK1 | 0,391 | 0,265 | Valid |
| KK2 | 0,531 | 0,265 | Valid |
| KK3 | 0,515 | 0,265 | Valid |
| KK4 | 0,582 | 0,265 | Valid |
| KK5 | 0,521 | 0,265 | Valid |

Sumber : Data Primer yang diolah, Juni 2021

Hasil uji reliabilitas variabel penelitian semuanya reliabel karena di atas Cronbach Alpha yaitu 0,7 yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Indikator variabel** | **Nilai Cronbach Alpha hitung** | **Nilai Cronbach Alpha**  | **Keterangan** |
| KL | 0,796 | 0,7 | Valid |
| SS | 0,828 | 0,7 | Valid |
| GP | 0,703 | 0,7 | Valid |
| KK | 0,744 | 0,7 | Valid |

Sumber : Data Primer yang diolah, Juni 2021

* 1. Alat Analisis

Analisis data penelitian ini menggunakan regresi berganda yang akan menguji pengaruh secara bersama dan secara parsial. Software yang digunakan adalah SPSS versi 22. Hipotesis yang akan dilakukan adalah uji t untuk pengujian pengaruh parsial, dan uji F untuk pengujian pengaruh bersama. Hipotesis penelitiannya adalah apakah ada pengaruh*green product, servicescape* dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Resto Berbasis Alam Sekitar di Kabupaten Semarang. Untuk melihat besar pengaruh, maka akan dilihat koefisien determinan (KD).

**BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil survey ke konsumen yang mendatangi Resto Kampoeng Rawa di Ambarawa, didapat hasil penelitian yang dilaporkan dalam bab ini. Diawali dengan gambaran umum pengelola restoran Kampoeng Rawa dan dilanjutkan dengan gambaran responden penelitian, kemudian hasil analisis regresi yang dilakukan.

**4.1. GAMBARAN UMUM PENGELOLA RESTORAN**

Resto Kampoeng Rawa Ambarawa berlokasi di Jalan Lingkar Ambarawa Km 3 Ambarawa Kabupaten Semarang Jawa Tengah, berdiri sejak Juni 2018 sebagai salah satu unit usaha dibawah BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) Bejalen Kecamatan Ambarawa. Pendirian Resto Kampoeng Rawa Ambarawa diprakarsai oleh beberapa kelompok tani yang bercocok tanam disekitar Danau Rawa Pening, dibawah binaan KSP Artha Prima. Tujuan utamanya : untuk menampung, memasarkan hasil perikanan, kerajinan dan semua potensi alam Danau Rawa Pening serta sebagai tempat pembelajaran kepada masyarakat sekitar untuk menjaga pelestarian ekosistem Danau Rawa Pening. Usaha ini merupakan One Village One Product (OVP) Agrowisata perikanan Kampoeng Rawa telah dimasukkan dalam instruksi Gubernur Jawa Tengah No. 518/23546 Tanggal 30 Des 2011 tentang produk unggulan daerah melalui pendekatan One Village One Product (OVP) yang berbasis koperasi di Jawa Tengah dalam hal ini KSP Artha Prima.

Resto Kampoeng Rawa Ambarawa beroperasi setiap hari dari jam 08.00 – 16.00 WIB, dengan jumlah karyawan 15 orang dan dikelola oleh Bapak Simon sebagai General Manager, Ibu Manager Marketing dan Bapak Rendy Engki sebagai Manager Resto. Adapun bidang usaha yang ditangani Rumah makan lesehan (terletak di Wilayah Kampoeng Rawa sebelah Timur) menyajikan makanan khas Danau Rawa Pening serta makanan khas Indonesia lainnya. Tersedia juga 2 kolam pemancingan dilengkapi dengan alat pancingnya, juga dilengkapi dengan Area Permainan seperti bebek air, flying fox, becak, bendi, mobil wisata, perahu motor dan juga selfie spot, taman bermain keluarga. Tarip masin-masing permainan juga berbeda, berkisar antara Rp 10.000,- hingga Rp 25.000,-. Dilokasi Wilayah Kampoeng Rawa Ambarawa juga tersedia terapi ikan serta craft centre sebagai pusat oleh-oleh khas Jawa Tengah (anyaman enceng gondok, crispy ikan wader, carica, lumpia, tahu bakso). Kampoeng Rawa Ambarawa juga menyediakan 6 fasilitas *meeting room* dengan tarip berkisar antara Rp 200.000,- sampai dengan Rp 750.000,- (Pendopo “Ageng Dewi Tara”, *Hall* “Apung Rawa Pening”, Joglo “Alit Kumambang”, Lesehan “Arjuna” & “Semar”, Lesehan “Rawa Makmur” & “Rawa Asri”, *Dinning Room* Lesehan), serta fasilitas pendukung lainnya seperti persewaan kursi, meja, *sound system* dsbnya.

Pembahasan *green product* dari sisi pengelola dijelaskan sebagai berikut. Bahan makanan dan minuman pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa menurut pengelola fresh atau segar karena bahan makanan dan minuman akan diambil dari tempat penyimpanan, ataupun dari kolam ketika ada permintaan konsumen, sehingga semua bahan makanan dan minuman masih segar, dan semua sifatnya alami. Ikan diambil langsung dari kolam, sedang sayuran dibeli langsung dari petani sekitar Resto Kampoeng Rawa Ambarawa. Pemenuhan kebutuhan bahan makanan dan minuman yang dulakukan oleh pengelola Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, setiap hari mereka belanja sayur mayur. Ikan selalu tersedia di kolam yang berada di sekitar resto, sedang untuk *seafood* yang tidak tersedia dikolam seperti udang, cumi-cumi, langsung dibeli untuk kebutuhan selama 3 hari dan langsung disimpan pada *freezer* atau box pendingin sehingga tidak rusak. Untuk menjaga kualitas bahan makanan dan minuman, maka pengelola resto setiap hari akan melakukan kontrol.

Untuk keamanan persediaan bahan baku makanan dan minuman pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa sangatlah beragam. Stock ikan telah disediakan kolam yang amat luas, sehingga diharapkan ikan segar akan selalu tersedia, sedang untuk seafood seperti udang, cumi dan bahan baku lain seperti daging ayam, daging sapi, dipastikan tersedia untuk 3 hari. Beda lagi untuk penyediaan sayur, pengelola akan melakukan pembelian setiap hari sehingga tidak ada penyimpanan. Sistem controlling makanan yang dilakukan oleh pengelola resto dalam pengelolaan persediaan menerapkan sistem FIFO (First In First Out) artinya bahan baku yang tersedia lebih awal, akan diolah terlebih dahulu sesuai dengan permintaan konsumen.

Hasil penelitian mengenai pencemaran udara berdasar pendapat pengelola Resto Kampoeng Rawa Ambarawa tidak terdapat pencemaran udara, karena semua diolah dengan baik. Kondisi ini didukung dengan adanya pengelolaan limbah sesuai dengan SOP yang berlaku. Pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa telah menerapkan sistem pengolahan limbah dengan IPAL.Pencemaran limbah berupa sampah atau kotoran dari sisa makanan, sisa minuman ataupun kemasan juga tidak terjadi, karena pengelola Resto Kampoeng Rawa Ambarawa mengelola dengan baik.Peralatan yang digunakan untuk memasak pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, menggunakan kompor gas. Penggunaan kompor gas untuk memasak tidak menimbulkan polusi dan tidak menimbulkan limbah, sehingga tidak pengelola tidak perlu mengatasi limbah dari energi untuk memasak.Penggunaan barang sekali pakai seperti sedotan, pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa berdasar informasi dari pengelola hanya dipakai apabila ada permintaan dari konsumen. Limbah non makanan, berupa sedotan bekas tersebut akan dikumpulkan dan dibuang ke TPA, sehingga tidak mencemari lingkungan. Bungkus yang dipakai untuk membungkus makanan yang dibawa pulang oleh konsumen tidak menggunakan sterofoam, tetapi menggunakan doos yang ramah lingkungan karena mudah didaur ulang.

Pengelolaan sampah makanan pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa dilakukan dengan pengolahan di IPAL, setelah terurai menjadi air dan pupuk akan digunakan sebagai pupuk di sawah. Sedang sampah non makanan, tida diolah melainkan dikumpulkan dengan kantong trash bag dan dibuang ke TPA. Pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, alat makan menggunakan sendok, garpu yang terbuat dari logam. Piring yang digunakan piring yang terbuat dari anyaman bambu, agar hygienis maka piring bambu diberi alas kertas minyak, hal ini tidak mengakibatkan adanya sampah yang berlebih.Peralatan lain berupa meja kursi pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa menggunakan bahan alam kayu, sehingga sangat ramah dengan lingkungan dan pembersihannyapun mudah.

Hasil penelitian pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa berdasar pengamatan pengelola, bisa dikatakan penggunaan energi listrik sangat hemat. Penghematan energi listrik sangat beralasan karena Resto Kampoeng Rawa Ambarawa berada di alam yang banyak sinar matahari membantu untuk meminimalisir penggunaan listrik. Namun demikian, penggunaan listrik yang memang dibutuhkan akan selalu dikontrol. Misalnya penggunaan listrik untuk toilet, pemakaian pompa air dsbnya.Peralatan menggunakan tenaga listrik pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, berupa kulkas, freezer, blender, showcase (untuk menyimpan soft drink agar tetap dingin).

Kegiatan pembersihan peralatan-peralatan tersebut dilakukan secara rutin, seperti kulkas dibersihkan setiap 3 hari sekali, freezer dibersihkan setiap seminggu sekali, sedang showcase dibersihkan setiap hari. Sehingga dari sisi kebersihan peralatan selalu terjaga, dan dengan pembersihan peralatan secara rutin bisa berdampak pada penghematan listrik.Penggunaan lampu listrik akan dinyalakan setelah pukul 17.00. Penggunaan lampu sebelum pukul 17.00 akan dilakukan apabila kondisi mendung, sehingga butuh penerangan. Penggunaan lampu juga sudah diupayakan agar menghemat energi listrik, dengan menggunakan lampu LED. Pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, untuk penerangan selain menggunakan energi listrik juga tersedia genset untuk mengantisipasi apabila terjadi pemadaman listrik.

Hasil penelitian pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa terkait dengan penggunaan energi air. Penggunaan air tetap dijaga dan diupayakan tidak terbuang sia-sia. Air pembuangan dari hasil cucian bahan makanan atau minuman ditampung dan diolah melalui IPAL, sehingga tidak mencemari dan merusak lingkungan. Penggunaan air juga terjadi pada toilet. Ada 2 toilet yang terdapat pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa. Untuk menjaga penggunaan air yang berlebihan, maka pengendalian aliran air digunakan shower dan kran. Untuk menjaga kesehatan dan kebersihan neja makan, Resto Kampoeng Rawa Ambarawa tidak menggunakan taplak tetapi menggunakan meja kayu saja. Pembersihan meja dan kursi dan juga peralatan makan digunakan air dicampur dengan sabun pencuci piring *sunlight*. Lantai pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa terbuat dari papan kayu. Untuk pembersihan lantai dilakukan seminggu sekali atau sesuai kebutuhan dengan menggunakan cairan pembersih lantai, agar lantai terbebas dari kuman dan bakteri. Konsumen sebelum dan setelah makan disediakan tempat cuci tangan dilengkapi dengan kran dan sabun cuci tangan. Untuk menghindari pencemaran dan perusakan lingkungan, maka air dan sabun bekas cuci tangan dialirkan menggunakan pralon ke penampungan untuk diproses lebih lanjut menjadi pupuk cair yang ramah untuk lingkungan.

**4.2. GAMBARAN UMUM RESPONDEN**

Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen resto Kampoeng Rawa Ambarawa yang menikmati kuliner di lokasi resto sebanyak 60 responden. Hasil penelitian terkait dengan asal kota konsumen yang menjadi responden, sebagian besar 96,6 % responden berasal dari Pulau Jawa, tetapi ada juga 3,4 % responden yang berasal dari luar pulau (Kalimantan - Banjarmasin). Bila dilihat dari hasil penelitian, sebagian besar responden (16,7%) berasal dari Semarang, berikutnya (8,3%) berasal dari Jakarta. Dari seluruh responden yang berjumlah 60 orang, jumlah antara yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan hampir sebanding, ada sebanyak 53,3% berjenis kelamin laki-laki dan sisanya 46,7% perempuan.

Kedatangan konsumen pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa biasanya tidak secara individu, tetapi rombongan baik rombongan keluarga, kantor, arisan atau komunitas yang lain. Berdasar hasil penelitian terhadap 60 responden hanya 1,7% yang datang secara individu, sedang sisanya 98,3% datang bersama rombongan. Jumlah dalam rombongan yang menjadi konsumen Resto Kampoeng Rawa juga bervariasi, sekitar 4 orang hingga 28 orang konsumen dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Banyaknya rombongan yang datang antara yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan berimbang jumlahnya (laki-laki 53,3% dan perempuan 46,7%).

Loyalitas konsumen juga terlihat pada frekuensi kunjungan. Hasil penelitian menunjukkan ada 50% konsumen yang berkunjung kurang dari 10 kali. Namun demikian ada sejumlah 1,7% responden yang berkunjung lebih dari 15 kali bahkan juga ada 1,7% yang berkunjung lebih dari 20 kali. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen loyal terhadap terhadap Resto Kampoeng Rawa Ambarawa. Kesetiaan konsumen terhadap terhadap Resto Kampoeng Rawa Ambarawa bila dilihat berdasar jenis kelamin tidak jauh berbeda, namun demikian kalau dilihat dari banyaknya frekuensi berkunjung ke Resto Kampoeng Rawa Ambarawa (lebih dari 10 kali kunjungan), masih didominasi kaun laki-laki (3,4%).

Hasil penelitian pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa bila dikaitkan antara asal kota dan jumlah rombongan, menunjukkan bahwa yang membawa rombongan dengan jumlah sekitar 8 orang terbanyak adalah berasal dari kota Demak (1,7%). Ada juga rombongan dengan 6 orang berasal dari Semarang, Jakarta, Karanganyar, Pekalongan dengan total 8,3%. Jumlah yang sama 8,3% terjadi pada rombongan responden dengan jumlah orang yaitu dari kota Ambarawa, Magelang, Temanggung, Yogyakarta. Sedang rombongan konsumen yang menikmati makanan di Resto Kampoeng Rawa Ambarawa sebanyak 3 kali kebanyakan (28,3%) datang dari kota Ambarawa, Banjarmasin, Boyolali, Brebes, Cirebon, Kendal, Pati, Semarang, Ungaran, Yogya. Selanjutnya rombongan dengan jumlah 4 orang (46,7%) merupakan jumlah rombongan yang paling sering mengunjungi Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, berasal dari kota Ambarawa, Bandung, Blora, Boro, Boyolali, Demak, Jakarta, Kendal, Kudus, Magelang, Pati, Pekalongan, Purworejo, Salatiga, Semarang, Tangerang, Tuntang, dan ada pula yang berasal dari Kalimantan. Untuk rombongan dengan jumlah anggota 5 orang ada sekitar 6,7% berasal dari kota Banyubiru, Jakarta, Pemalang.

Jumlah kunjungan konsumen ke Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, bila dikaitkan dengan jumlah rombongan berdasar hasil penelitian ini terbanyak kunjungan baru satu kali 50%, dengan jumlah rombongan 3 orang (20%), dengan jumlah rombongan 4 orang (18,3%), jumlah rombongan 2 orang (5%), dan jumlah rombongan 5 serta 6 orang masing-masing memiliki besaran yang sama 3,3% . Walaupun ada 50% konsumen yang berkunjung baru satu kali, namun ada 50% konsumen yang setia berkunjung ke Resto Kampoeng Rawa Ambarawa dan membawa rombongan dengan sekitar 2 sampai dengan 8 orang. Hal ini bisa dikatakann bahwa konsumen masih setia pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa.

Hasil penelitian mengenai makanan yang dipesan pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, hampir semua jenis makanan dipesan secara merata.Ada makanan yang dipesan dengan beberapa menu yaitu gurami bakar, udang dan sayuran; gurami bakar, udang, wader, telo; Ikan Gurami Bakar, Sayur, Tempe, Oseng Genjer, Nila Goreng. Sebagian besar konsumen memesan jenis makanan lebih dari satu macam, dan dari semua makanan yang dipesan selalu ada menu ikan.

Bila ingin mengetahui berapa uang konsumen yang telah dibelanjakan pada saat mengunjungi Resto Kampoeng Rawa Ambarawa berkisar antara Rp 100.000,- sampai Rp 400.000,- tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan konsumen (31,7%) akan mengeluarkan uang sebesar Rp 200.000,- Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan ada 30% konsumen yang membayar makanan yang telah mereka nikmati sebesar Rp 300.000,- Pengeluaran konsumen pada urutan berikutnya (20%) dengan pengeluaran sebesar Rp 250.00,- Rupiah yang dikeluarkan konsumen untuk membayar menu makanan minuman, yang telah konsumen nikmati tidak begitu besar dikarenakan penelitian ini dilakukan pada hari kerja bukan week end dan juga kondisi di masa pendemi covid 19, sehingga junlah pengunjung juga mengalami penurunan.

Kesetiaan pelanggan pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa terlihat dari banyaknya kunjungan yang dilakukan konsumen ke Resto Kampoeng Rawa Ambarawa. Frekuensi kunjungan juga akan berkaitan dengan besarnya uang yang mereka keluarkan untuk membeli makanan pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa. Dari konsumen yang baru berkunjung satu kali, kebanyakan (18,3%) mengeluarkan dana sebesar Rp 200.000 dan juga sekitar 18,3% mengeluarkan dana Rp 300.000,- Sedang konsumen yang belanja sebanyak Rp 200.000,- sampai dengan Rp 250.000,- berada pada kisaran 6,7% yang berkunjung satu kali dan tiga kali kunjungan. Sedang belanja sebesar Rp 300.000,- juga berada 5% dengan kunjungan sebanyak 3 kali. Bisa dikatakan bahwa setiap kunjungan konsumen dengan frekuensi kunjungan yang berdea-beda, akan membelanjakan uangnya untuk membeli makanan pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa secara bervariasi antara Rp 100.000,- sampai dengan Rp 400.000,-.

Hasil penelitian bila dilihat berdasar jumlah rombongan dan rupiah yang dibelanjakan pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, menunjukkan hasil bahwa rupiah yang dibelanjakan paling banyak (46,7%) pada rombongan dengan jumlah pengunjung sebanyak 4 orang, dan yang rupiah yang dibelanjakan terendah (1,7%) pada rombongan dengan jumlah pengunjung 8 orang. Namun demikian besarnya rupiah yang dibelanjakan tertiggi pada kisaran angka Rp 200.000,- dan disusul (30%) pada angka Rp 300.000,- urutan selanjutnya (20%) dana yang banyak dibelanjakan konsumen pada angka kisaran Rp 25.000,- Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsumen dengan jumlah rombongan yang beragam, akan membelanjakan uangnya untuk membeli makanan pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa dengan jumlah rupiah yang berbeda-beda.

Responden dalam penelitian ini menyampaikan beberapa alasan yang menarik minat mereka untuk mengunjungi Resto Kampoeng Rawa Ambarawa. Ada beberapa alasan yang sama dari setiap responden kebanyakan mereka ingin menikmati keindahan alam dan segarnya udara di lingkungan Resto Kampoeng Rawa Ambarawa. Ada 1.7% responden yang memiliki alasan berbeda ketika mengunjungi Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, yaitu untuk melakukan benchmarking dalam upaya untuk mengembangkan usaha dengan melihat view udara yang masih alami. Ada juga beberapa responden (3,3%) dengan alasan melepas lelah dari perjalanan; Pemandangan bagus karena punya ciri khas; pemandangan yang memberikan kedamaian; tempatnya bagus dan menarik; tempatnya bagus, lebih dekat dengan alam, view bagus. Bila dilihat dari hasil penelitian tersebut, yang menjadi daya tarik sebagian besar responden adalah keinginannya menikmati indah dan suasana pemandangan disekitar Resto Kampoeng Rawa Ambarawa.

**4.3. ANALISIS REGRESI**

Untuk mengetahui adanya pengaruh green product, servicescape dan kualitas layanan terhadap kepuasan dipakai analisis regresi berganda. Dari pengolahan data SPSS, terlihat hasil korelasi berganda R adalah 0,715 dengan R square sebesar 0,511 atau 51,10 persen pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini berarti pengaruh *green product, servicescape* dan kualitas layanan adalah sebesar 51,10 persen terhadap kepuasan konsumen restoran Kampoeng Rawa Ambarawa.

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .715a | .511 | .485 | 1.220 |
| a. Predictors: (Constant), TOTAL GP, TOTAL KL, TOTAL SS |

Dari tabel Anova terlihat nilai F hitung sebesar 19,499; sedangkan nilai F tabel untuk df1 n-1 dan df2 n-k maka F tabel (3, 56) adalah 0,361. Hal inimenunjukkan bahwa pengaruh semua variabel secara bersama-sama adalah signifikan karena F hitung lebih besar daripada F tabel atau nilai sig 0,000 di bawah alpha 0,05. Dengan demikian hipotesis bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan, servicescape dan green product terhadap kepuasan konsumen menjadi terbukti nyata ada pengaruh.

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 87.058 | 3 | 29.019 | 19.499 | .000b |
| Residual | 83.342 | 56 | 1.488 |  |  |
| Total | 170.400 | 59 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: TOTAL KK |
| b. Predictors: (Constant), TOTAL GP, TOTAL KL, TOTAL SS |

Berdasarkan analisis regresi, terlihat bahwa masing-masing koefisien regresi variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Namun dari uji t, terlihat bahwa hipotesis parsial untuk pengaruh variabel independen adalah berbeda, ada yang signifikan dan ada yang tidak signifikan.

Koefisien regresi variabel kualitas layanan mempunyai koefisien regresi 0,349 atau ada pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Terlihat nilai t hitung adalah 6,238. Dari t tabel untuk n= 60, df = n-2 = 58; terlihat nilai t tabel adalah 0,265. Karena t hitung lebih besar dari t tabel atau signifikansi 0,000 di bawah alfa 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen restoran kampoeng rawa ambawara. Hipotesis yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan demikian terbukti nyata.

Selain itu dari tabel koefisien regresi juga terlihat adanya pengaruh servicescape restoran terhadap kepuasan konsumen restoran. Nilai t hitung sebesar 2,916. Sedangkan nilai t tabel adalah 0,265. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai probabilitas signifikansi t hitung adalah 0,032 di atas t tabel 0,265 atau signifikansi hitung 0,032 di bawah alfa 0,05 maka ada pengaruh positif dan signifikan servicescape terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis yang menyatakan servicescape berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terbukti nyata.

Dilain pihak pengaruh terkecil terlihat dari koefisien regresi 0,046 dari variabel green product. Nilai t hitungnya sebesar 0,415 dan probabilitas t sebesar 0,680 atau di atas 0,05. Karena t hitung 0,415 lebih besar daripada t tabel 0,265 atau signifikansi hitung 0,680 di atas alfa 0,05 maka dikatakan tidak ada pengaruh variabel green product terhadap kepuasan konsumen resto Kampoeng Rawa Ambarawa. Hipotesis yang menyatakan green product berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tidak terbukti.

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -.336 | 3.551 |  | -.095 | .925 |
| TOTAL KL | .349 | .056 | .615 | 6.238 | .000 |
| TOTAL SS | .221 | .100 | .217 | 2.196 | .032 |
| TOTAL GP | .046 | .110 | .039 | .415 | .680 |
| a. Dependent Variable: TOTAL KK |

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS, diketahui ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas layanan dan servicescape terhadap kepuasan. Sedangkan *green product* tidak signifikan pengaruhnya. Berikut uraian pembahasannya.

Kualitas layanan berpengaruh positif sebesar nilai koefisien regresi beta 0,615 dan signifikan 0,000 menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan berupa *tangible, emphaty, reliability, responsiveness dan assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Restoran Kampoeng Rawa Ambarawa. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Ransulangi et al (2015) dan Haryanto (2013) yang juga menemukan pengaruh signifikan dari servicescape terhadap konsumen rumah makandi Manado.

*Servicescape* berpengaruh positif dengan koefisien beta 0,217 dan signifikansi 0,032 berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa konsumen juga memperhatikan berbagai aspek lingkungan sekitar yang menarik dan membuat suasana makan menjadi menyenangkan di restoran tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ransulangi et al (2015) dan Haryanto (2013) yang juga menemukan pengaruh signifikan dari servicescape terhadap konsumen rumah makan Ocean 27 dan Mc.Donald di Manado. Dari aspek ambient condition (lingkungan fisik terkait pancaindera), fungsi dan layout spasial (letak meja kursi perabot fasilitas ruangan) serta tanda simbol yang kelihatan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dari analisis regresi, terlihat bahwa variabel *green product* tidak berpengaruh signifikan. Namun demikian ada koefisien regresi yang positif dari beta 0,039 artinya ada kecenderungan berpengaruh positif walau kecil sekali. Hal ini berarti semakin meningkat *green product* maka semakin meningkat pula kepuasan, namun tidak terlihat signifikan karena alfa sig 0,680 di atas nilai kritis alfa 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai upaya restoran terkait produk hijau tidak menjadi perhatian konsumen. Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Fatmawati (2015) yang melihat adanya pengaruh green product terhadap keputusan pembelian.

Ada beberapa alasan mengapa *green product* tidak signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan. Hal *green product* atau produk hijau meliputi kesegaran produk ikan dan sayuran dari desa sekitar, penghematan listrik dan air, atau masalah pencemaran air di sekitar tidak terlihat menjadi perhatian bagi konsumen pengunjung resto. Limbah sampah dimasukkan dalam kotak sehingga tidak terlihat ada kotoran atau sampah makanan, demikian juga lalat atau binatang lainnya tidak terlihat. Situasi seperti seakan dianggap pengunjung sebagai sesuatu yang seharusnya atau *necessity*. Bukan dianggap kebutuhan (*need*) dari konsumen pengunjung restoran. *Green product* ini mungkin kurang menjadi perhatian konsumen. Mereka menganggap kebersihan adalah sudah menjadi standar atau keharusan bagi restoran sehingga tidak signifikan pengaruhnya. Namun secara bersama-sama variabel *green product* dan kualitas layanan serta *service scape* mempunyai pengaruh secara bersama-sama dengan besar pengaruh koefisien determinan sebesar 51,80 persen.

Adanya pengaruh lain terhadap kepuasan konsumen resto sebesar 48,20 persen bisa berupa unsur marketing mix yang lain seperti adanya promosi yang gencar dari pihak kawasan Kampoeng Rawa dan pemerintah daerah sekitar tentang wisata Kampoeng Rawa. Selain itujuga letak atau lokasi restoran Kampoeng Rawa yang strategis sehingga mudah dijangkau konsumen di pinggir jalan lingkar luar kota Ambarawa. Kemudian juga harga makanan di restoran yang terjangkau oleh konsumen. Didukung oleh orang-orang atau pengelola yang ramah dan penuh perhatian serta proses penyiapan makanan untuk restoran yang bagus membuat restoran Kampoeng Rawa menjadi pilihan konsumen dan mendukung kepuasan konsumen. Hal ini membuat restoran Kampoeng Rawa juga menjadi tujuan konsumen yang membutuhkan kesegaran suasana atau variasi suasana makan yang berbasis alam sekitar walaupun tidak menjadi variabel penelitian ini.

**BAB 5. PENUTUP**

**5.1. KESIMPULAN**

Pengelola Kampoeng Rawa Resto di Ambarawa ini adalah BUMDES bekerja sama dengan swasta yang berpengalaman dalam pengelolaan restoran apung. Karyawan restoran berasal dari penduduk dari tiga desa sekitar. Namun manajer restoran berasal dari profesional.

Konsumen Kampoeng Rawa Resto Ambarawa berasal dari berbagai kota di Indonesia, antara lain dari sekitar Ambarawa, Semarang, Ungaran, Jakarta, Boyolali, Salatiga dan lainnya, bahkan ada yang dari luar pulau Jawa yaitu dari pulau Kalimantan. Pengeluaran mereka di restoran rata-rata sekitar Rp.250.000,00. Mereka datang secara rombongan atau tidak sendirian, bisa dengan keluarga dan teman-temannya. Para responden ini memesan menu yang beragam namun secara umum ada menu ikan dalam pesanannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan dan servicescape terhadap kepuasan konsumen. Koefisien regresi kualitas layanan terbesar dibanding servicescape dan green product menunjukkan kualitas layanan lebih besar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu keadaan suasana sekitar yang berpengaruh positif dan signifikan berarti bahwa kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh servicescape restoran. Green product tidak berpengaruh signifikan karena konsumen tidak begitu memperhatikan aspek produk hijau ini yang dianggap sudah sewajarnya kesegaran ikan dan sayuran serta tidak terlihatnya aspek hijau dalam keterangan atau brosur sehingga konsumen tidak menyadarinya.

**5.2. SARAN**

Berdasarkan temuan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan dan servicescape, maka aspek ini perlu tetap dipertahankan dan dijaga oleh Restoran Kampoeng Rawa. Beberapa cara adalah dengan menyediakan kertas dan kotak saran, atau google form yang dapat diakses konsumen untuk evaluasi layanan dan suasana sekitar restoran. Para karyawan dilatih, praktek memperhatikan pengunjung, trampil melayani dan mendapatkan perhatian untuk selalu peka terhadap konsumen yang menunggu atau belum dilayani. Ada karyawan yang ditugasi mengkoordinir teman-temannya agar memperhatikan tamu dengan teliti dan seksama. Manajemen urutan pesanan dan penghantaran perlu dijaga terus agar konsumen puas atau tidak ada konsumen yang tidak terperhatikan.

*Green product* tidak berpengaruh karena konsumen tidak menyadari atau tidak paham akan produk hijau tersebut. Apabila restoran ingin menampilkan produk hijau sebagai salah satu daya tarik, maka perlu disebutkan dalam tawaran menu bahwa produk food and beverage mereka adalah produk yang bebas pestisida atau produk organik dan sebagainya yang sesuai kriteria green product.

**DAFTAR PUSTAKA**

Anggraini, Atalya (2016). *7 Tips Memulai Restoran dengan Konsep Go Green*, March 6 2016. <https://www.nibble.id/blog/7-tips-memulai-restoran-konsep-go-green/>

Bitner, Mary Jo. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical surroundings on Customers and Employees*. Journal of Marketing*. Vol 56. April 1992. P.57-71.

Chase, Richard B., Nicholas J. Aquilano and F. Robert Jacobs, (2002). *Operations Management for Competitive Advantage*. Ninth Edition. International Edition. New York: McGraw-Hill Higher Education.

D'Souza, C., Taghian, M., Lamb, P., and Peretiatkos, R., (2006). "Green Products and Corporate Strategy: An Empirical Investigation". *Society and Business Review*. Vol. 1 Iss: 2.

Fatmawati, Azizah (2015). “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Green Product*” *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhannadiyah Surakarta.

Handayani, Novita Tri.,(2012). “Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Green Product Sepeda Motor Honda Injection”. *Management Analysis Journal* (Volume 1 Nomor 2). Hlm. 1-2.

Harum, M. Huasein, (1993). *Lingkungan Hidup: Masalah Pengelolaan dan Penegakan Hukumnya*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Haryanto, Resti Avita, (2013). Strategi promosi, Kualitas Produk dan Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan McDonald’s Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 1. No 4. Desember 2013, Hal. 1465-1473

Hidayat, Deby Wahyu; dan Andreas Pandu Setiawan, (2015). Perancangan Interior Café dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya. *Jurnal Intra* Vol 3. No.2 hlm 92-101.

Kаsаli, Rhenаld. (2005). *Sembilаn Fenomenа Bisnis*. Jаkаrtа: Grаmediа.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2012). *Marketing Management*. 14 Edition. Global Edition. Boston: Pearson Education Limited.

Makower, J., Elkington, J., Hailes, J.(1993). *The di Green Consumer*.USA: Penguin Group.

Nugrahadi, Eko Wahyudi. (2002). “Pertanian Organik Sebagai Alternatif Teknologi dalam Upaya Menghasilkan Produk Hijau”. Makalah Falsafah Sains (PPs 702) Program Pasca Sarjana IPB. http://www.deptan.go.id (diakses 2 Oktober 2014 pukul 10.32 WIB).

Ottman, J. A., Reilly, W. R. (1998). Green marketing; Opportunity for innovation. Second edition. New Jersey: Prentice Hall.

Parish, Janet Turner, Leonard L. Berry and Shun Yin Lam, (2008). The Effect of the Service Scape on Service Workers. Journal of Service Research, Vol 10. No.3. February 2008. P.220-238.

Purnama, Rizky Ardi, dan Erna Andajani. (2019). Pengaruh Service Scape terhadap Customer Loyalty Restoran Limited Service McDonald’s Surabaya. Jakarta: UPN Veteran.

Rath, Ramesh Chandra, (2013). “An Impact of Green Marketing on Practices of Supply Chain Management in Asia: Emerging Economic Opportunities and Challenges. International *Journal of Supply Chain Management*(Volume 2 Nomor 1).

Ransulangi, Mega Silvia; Silvya Mandey, dan Willem A Tumbuan (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Servicescape terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado. Jurnal EMBA. No.3. Vol 3. Hal.839-848. September 2015.

Sasongko, Felita dan Hartono Subagio, (2013). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Penyet Ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol.1. No.2. 1-7. Surabaya: UK Petra.

Supardi,Bahrudin (2009). *Berbakti Untuk Bumi*, Bandung: Rosdakarya.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa,(2005).*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.

Undang Undang RI No. 4 tahun 1982, tentang Kententuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Undang-Undang RI No. 32 Tahun 2009, tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

**LAMPIRAN KUESIONER RESPONDEN**

**KUESIONER**

Para responden yang terhormat,

Sehubungan dengan keperluan pengembangan ilmu manajemen dalam hal kualitas pelayanan, kami dosen peneliti dari Fak. Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata (Bowo Harcahyo – ketua tim, dan anggota Sentot SA dan Veronica K), dibantu dengan petugas lapangan melakukan penelitian. Dalam rangka pemahaman akan pengaruh lingkungan alam sekitar, produk ramah lingkungan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan ini perkenankanlah kami mengadakan pengumpulan data melalui kuesioner. Data yang terkumpul akan dipakai untuk keperluan akademis semata terkait dengan apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada jasa restoran dengan pemandangan alam.

Demikian pengantar dan perkenalan dari tim peneliti. Terimakasih atas bantuannya mengisi kuesioner ini.

Hormat kami,

Tim Peneliti

No. Kuesioner: ...............................

Tempat: .............................................. Hari: ..............Tanggal: ............Jam: ..........

**BAGIAN 1. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : ..............................................................
2. Usia : ............................................................th.
3. Jenis kelamin: a. Laki-laki b. Perempuan
4. Asal Kota: ................................................
5. Makan di resto ini bersama siapa? ...................................
6. Bila dengan teman/keluarga/rombongan, ada berapa orang? .............
7. Sudah berapa kali mengunjungi resto ini? ...................
8. Makanan apa yang saudara pesan di restoran ini? .....................................
9. Kira-kira habis berapa rupiah saat ini Saudara keluarkan untuk menikmati resto di sini? .................................
10. Apa yang menarik di resto ini sehingga anda berkunjung ke resto ini? .......................................................................................................................

**BAGIAN II. KUALITAS LAYANAN**

| **Item** | **Pernyataan** | **STS****1** | **TS****2** | **N****3** | **S****4** | **SS****5** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| KL11 | Segala sajian makanan dan minuman yang disajikan di resto ini terasa enak nikmat. |  |  |  |  |  |
| KL12 | Meja kursi lingkungan sekitar bersih sehingga nyaman berada di resto ini. |  |  |  |  |  |
| KL21 | Para karyawan resto memberi perhatian baik pada setiap konsumen yang ada di resto ini. |  |  |  |  |  |
| KL22 | Para karyawan resto ini peduli pada kebutuhan konsumen pengunjung resto ini. |  |  |  |  |  |
| KL31 | Pelayanan para karyawan resto ini dapat diandalkan akurat sesuai pesanan konsumen. |  |  |  |  |  |
| KL32 | Layanan resto ini tidak menunggu terlalu lama. |  |  |  |  |  |
| KL41 | Dalam melayani konsumen, para karyawan terlihat cepat tanggap akan permintaan konsumen. |  |  |  |  |  |
| KL42 | Para karyawan resto ini selalu bersedia menjawab pertanyaan konsumen. |  |  |  |  |  |
| KL51 | Resto ini memberikan layanan yang aman bagi konsumen. |  |  |  |  |  |
| KL52 | Para karyawan terlihat meyakinkan dalam layanan kepada konsumen. |  |  |  |  |  |
| Komentar atau usulan responden untuk saran perbaikan kualitas layanan resto ini: ................................................................................................................................................................................................................................................................ |

**BAGIAN III. SERVICESCAPE**

| **Item** | **Pernyataan** | **STS****1** | **TS****2** | **N****3** | **S****4** | **SS****5** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| SS11 | Alam sekitar resto apung ini terlihat asri untuk dinikmati suasananya. |  |  |  |  |  |
| SS12 | Tata letak hiasan patung, barang jualan, lampu resto maupun meja kursi membuat pengunjung terasa nyaman.  |  |  |  |  |  |
| SS21 | Resto ini walau terapung di air rawa tetapi terasa aman bagi pengunjung. |  |  |  |  |  |
| SS22 | Bangunan dengan tata letak pondok-pondok resto ini terasa longgar lega nyaman.  |  |  |  |  |  |
| SS31 | Pemandangan Air rawa, ikan, sawah, gunung alam sekitar resto menyenangkan bagi saya. |  |  |  |  |  |
| Komentar atau usulan responden untuk saran perbaikan: ................................................................................................................................................................................................................................................................ |

**BAGIAN IV. GREEN PRODUCT**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item** | **Pernyataan** | **STS****1** | **TS****2** | **N****3** | **S****4** | **SS****5** |
| GP1 | Bahan makanan minuman di resto ini terlihat fresh atau segar karena diambil dari alam langsung tanpa pengawet buatan membuat saya menikmati hidangan di resto ini. |  |  |  |  |  |
| GP2 | Produk Resto ini tidak membuat pencemaran udara karena udara di resto ini terasa baik sehingga mendukung kenikmatan hidangan yang ada . |  |  |  |  |  |
| GP3 | Resto ini terlihat hemat energi listrik dengan baik karena bisa mendapatkan cahaya matahari atau tidak banyak menggunakan peralatan listrik. |  |  |  |  |  |
| GP4 | Resto ini terlihat hemat dalam penggunaan air sehingga konsumen tetap terpenuhi kebutuhan kebersihannya. |  |  |  |  |  |
| Komentar atau usulan responden untuk saran perbaikan: ................................................................................................................................................................................................................................................................ |

**BAGIAN V. KEPUASAN KONSUMEN**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item** | **Pernyataan** | **STS****1** | **TS****2** | **N****3** | **S****4** | **SS****5** |
| KK1 | Seluruh layanan di resto ini sesuai dengan yang saya harapkan sehingga saya merasa kebutuhan saya terpenuhi dengan baik. |  |  |  |  |  |
| KK2 | Segala sajian produk resto ini terasa memenuhi apa yang saya harapkan saat memilih berkunjung ke resto ini. |  |  |  |  |  |
| KK3 | Alam di sekitar resto ini membuat saya merasa segar nyaman enak sesuai dengan harapan saya mengunjungi resto ini. |  |  |  |  |  |
| KK4 | Resto ini membuat saya akan menceritakan kepada teman2 atau merekomendasikan untuk dikunjungi. |  |  |  |  |  |
| KK5 | Saya merencakan akan mengunjungi resto ini lagi di lain waktu.  |  |  |  |  |  |
| Komentar atau usulan responden untuk saran perbaikan: ................................................................................................................................................................................................................................................................ |

======TERIMAKASIH ATAS PENGISIAN KUESIONER INI=======

**LAMPIRAN KUESIONER PENGELOLA RESTO**

**KUESIONER UNTUK PENGELOLA RESTO**

HARI: ............ TANGGAL: ................. JAM: .......................

NAMA SURVEYOR: ......................................................

**IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama : ....................................
2. Alamat : ..................................
3. Jenis kelamin: ..........................
4. Jabatan di resto: ...........................
5. Lama menduduki jabatan: ...........................
6. Nama pemilik Resto: ..................................
7. Produk unggulan resto: ................................
8. Apa saja dari alam sekitar dimanfaatkan menjadi daya tarik atau unsur pendukung resto: ....................................................................................

..................................................................................................................

***GREEN PRODUCT* DARI SISI PENGELOLA RESTO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Item** | **Pertanyaan** | **Jawaban** |
| GP11 | Apakah Bahan makanan minuman di resto ini terlihat fresh atau segar karena diambil dari alam (langsung tanpa pengawet buatan)?  |  |
| GP12 | -Kapan Belanja dilakukan sebelum dimasak? |  |
| GP13 | -Berapa hari stock aman (untuk ikan, buah, dan bahan baku lainnya)? |  |
| GP14 | -Sistem FIFO first in first out atau apa untuk pengelolaan persediaan?  |  |
| **Item** | **Pertanyaan** | **Jawaban** |
| GP21 | * Apakah ada pencemaran udara karena pengolahan Produk Resto ini?
 |  |
| GP22 | * Apakah ada pencemaran limbah/kotoran buangan sampah karena Produk Resto ini?
 |  |
| GP23 | * Apakah peralatan masak yang digunakan energi – kompor gas? Listrik? Kayu bakar? Sabut kelapa? Arang? Bagaimanakah pembuangan limbahnya?
 |  |
| GP24 | -apakah ada barang sekali pakai? Misal sedotan, piring, gelas, pembungkus take away yang sekali pakai? Bagaimanakah bila ada untuk penanganan limbahnya?Berapa frekuensi per hari – bila ada ?Apakah Bungkus take away memakai styrio foam? Atau plastik? Atau kertas? |  |
| GP25 | Bagaimanakah sampah sisa makanan, sayur dll dikelola? Buang kolam?Bagaimanakah sampah non makanan dikelola? Dikubur? |  |
| GP26 | Alat makan, terbuat dari sekali pakai ataukah dari logam yg dapat dipakai berulang kali? |  |
| GP27 | Kursi-kursi terbuat dari bahan apa? Apakah memanfaatkan bahan alam sekitar? |  |
| **Item** | **Pertanyaan** | **Jawaban** |
| GP3 | Resto ini terlihat hemat energi listrik dengan baik karena bisa mendapatkan cahaya matahari atau tidak banyak menggunakan peralatan listrik. |  |
| GP31 | 1)peralatan masak yang digunakan apa saja? (kulkas, fresher)2)penyalaan listrik spt lampu jam rp?3)penggunaan energy menggunakan apa? (aki kah? Ato apa?)4)terkait Kulkas, fresher, pendingin minuman apakah rutin untuk dibersihkan? (berapa kali sehari?) |  |
|  |  |  |
| **Item** | **Pertanyaan** | **Jawaban** |
| GP4 | Resto ini terlihat hemat dalam penggunaan air meskipun pihak resto tetap berusaha memenuhi kebutuhan kebersihan konsumen dalam hidangannya. |  |
|  | 1)pencucian BB makanan biasanya buangnya dimana? (seperti ikan, ayam, BB lainnya)2)kira2 berpengaruh terhadap lingkungan kah? Ato malah mencemari lingkungan tersebut ?3)pengaturan airnya spt gimana dalam mengolah makanan? (Menggunakan kran shower dan selang kah? Ato menggunakan gayung?)4)pengaturan di WC kmar mandi apakah pake shower ato kran dg gayung menggunakan ember? 5)taplak meja itu pencuciannya bagaimana? Atau pakai menggunakan taplak plastic?6)bersihin meja menggunakan apa? (cairannya apa) (biasanya disemprot2)7)nyuci piring itu menggunakan apa? 8)ngepel menggunakan bahan kimia kah?9)cuci tangan konsumen menggunakan apa?Dan pembuangannya seperti apa? |  |

======TERIMAKASIH ATAS PENGISIAN KUESIONER INI=======

**LAMPIRAN OLAH DATA PENELITIAN**

Berikut data asal kota dan jenis kelamin konsumen Resto Kampoeng Rawa Berbasis Alam Sekitar di Ambarawa sebagai berikut :

|  |
| --- |
| **Lampiran 1 Asal Kota dan Jenis Kelamin**  |
|  | Jenis Kelamin | Total |
| Laki - laki | Perempuan |
| Asal Kota | Ambarawa | Count | 1 | 2 | 3 |
| % of Total | 1.7% | 3.3% | 5.0% |
| Bandung | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Banjarmasin | Count | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| Banyubiru | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Blora | Count | 2 | 0 | 2 |
| % of Total | 3.3% | 0.0% | 3.3% |
| Boro | Count | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| Boyolali | Count | 1 | 2 | 3 |
| % of Total | 1.7% | 3.3% | 5.0% |
| Brebes | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Cirebon | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Demak | Count | 2 | 0 | 2 |
| % of Total | 3.3% | 0.0% | 3.3% |
| Jakarta | Count | 2 | 3 | 5 |
| % of Total | 3.3% | 5.0% | 8.3% |
| Kalimantan | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Karanganyar | Count | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| Kendal | Count | 1 | 1 | 2 |
| % of Total | 1.7% | 1.7% | 3.3% |
| Kendal Bojah | Count | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| Kudus | Count | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| Magelang | Count | 3 | 0 | 3 |
| % of Total | 5.0% | 0.0% | 5.0% |
| Magelang Borobudur | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Pati | Count | 2 | 1 | 3 |
| % of Total | 3.3% | 1.7% | 5.0% |
| Pekalongan | Count | 1 | 1 | 2 |
| % of Total | 1.7% | 1.7% | 3.3% |
| Pemalang | Count | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| Purworejo | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Sala3 | Count | 0 | 2 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 3.3% | 3.3% |
| Salatiga | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Semarang | Count | 6 | 4 | 10 |
| % of Total | 10.0% | 6.7% | 16.7% |
| Tangerang | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Temanggung | Count | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| Tuntang | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Ungaran | Count | 0 | 2 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 3.3% | 3.3% |
| Ungaran Semarang | Count | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| Yogyakarta | Count | 1 | 2 | 3 |
| % of Total | 1.7% | 3.3% | 5.0% |
| Total | Count | 32 | 28 | 60 |
| % of Total | 53.3% | 46.7% | 100.0% |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Data mengenai jumlah rombongan berdasar jenis kelamin yang datang pada Resto Kampoeng Rawa, terlihat sebagai berikut :

|  |
| --- |
| **Lampiran 2 Jumlah Rombongan dan Jenis Kelamin**  |
|  | Jenis Kelamin | Total |
| Laki - laki | Perempuan |
| Rombongan Jumlah Berapa? | 2 | Count | 3 | 2 | 5 |
| % of Total | 5.0% | 3.3% | 8.3% |
| 3 | Count | 8 | 9 | 17 |
| % of Total | 13.3% | 15.0% | 28.3% |
| 4 | Count | 17 | 11 | 28 |
| % of Total | 28.3% | 18.3% | 46.7% |
| 5 | Count | 2 | 2 | 4 |
| % of Total | 3.3% | 3.3% | 6.7% |
| 6 | Count | 1 | 4 | 5 |
| % of Total | 1.7% | 6.7% | 8.3% |
| 8 | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Total | Count | 32 | 28 | 60 |
| % of Total | 53.3% | 46.7% | 100.0% |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

|  |
| --- |
| **Lampiran 3 Berapa Kali Kunjungan dan Jenis Kelamin**  |
|  | Jenis Kelamin | Total |
| Laki - laki | Perempuan |
| Berapa Kali Kunjungan? |  | Count | 16 | 14 | 30 |
| % of Total | 26.7% | 23.3% | 50.0% |
| > 10 | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| > 20 | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| > 5 | Count | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| > 6 | Count | 2 | 0 | 2 |
| % of Total | 3.3% | 0.0% | 3.3% |
| >15 | Count | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| 2 | Count | 1 | 2 | 3 |
| % of Total | 1.7% | 3.3% | 5.0% |
| 3 | Count | 7 | 7 | 14 |
| % of Total | 11.7% | 11.7% | 23.3% |
| 4 | Count | 2 | 3 | 5 |
| % of Total | 3.3% | 5.0% | 8.3% |
| 5 | Count | 1 | 1 | 2 |
| % of Total | 1.7% | 1.7% | 3.3% |
| Total | Count | 32 | 28 | 60 |
| % of Total | 53.3% | 46.7% | 100.0% |

Data jumlah rombongan yang datang ke Resto Kampoeng Rawa Ambarawa bila dikaitkan dengan asal kota, dapat terlihat pada tabel sebagai berikut :

|  |
| --- |
| **Lamapiran 4 Asal Kota danJumlah Rombongan**  |
|  | Rombongan Jumlah Berapa? | Total |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 8 |
| Asal Kota | Ambarawa | Count | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| % of Total | 1.7% | 1.7% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 5.0% |
| Bandung | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Banjarmasin | Count | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Banyubiru | Count | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Blora | Count | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 3.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3.3% |
| Boro | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Boyolali | Count | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 3.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 5.0% |
| Brebes | Count | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Cirebon | Count | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Demak | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 3.3% |
| Jakarta | Count | 0 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 5 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 3.3% | 3.3% | 1.7% | 0.0% | 8.3% |
| Kalimantan | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Karanganyar | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Kendal | Count | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3.3% |
| Kendal Bojah | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Kudus | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Magelang | Count | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| % of Total | 3.3% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 5.0% |
| Magelang Borobudur | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Pati | Count | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| % of Total | 0.0% | 3.3% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 5.0% |
| Pekalongan | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 3.3% |
| Pemalang | Count | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Purworejo | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Sala3 | Count | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 3.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3.3% |
| Salatiga | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Semarang | Count | 0 | 5 | 3 | 0 | 2 | 0 | 10 |
| % of Total | 0.0% | 8.3% | 5.0% | 0.0% | 3.3% | 0.0% | 16.7% |
| Tangerang | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Temanggung | Count | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Tuntang | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Ungaran | Count | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3.3% |
| Ungaran Semarang | Count | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| Yogyakarta | Count | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| % of Total | 1.7% | 3.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 5.0% |
| Total | Count | 5 | 17 | 28 | 4 | 5 | 1 | 60 |
| % of Total | 8.3% | 28.3% | 46.7% | 6.7% | 8.3% | 1.7% | 100.0% |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Hasil penelitian jumlah kunjungan konsumen dikaitkan dengan jumlah rombongan terlihat pada tabel berikut :

|  |
| --- |
| **Lampiran 5 Jumlah Kunjungan dan Jumlah Rombongan**  |
|  | Rombongan Jumlah Berapa? | Total |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 8 |
| Berapa Kali Kunjungan? |  | Count | 3 | 12 | 11 | 2 | 2 | 0 | 30 |
| % of Total | 5.0% | 20.0% | 18.3% | 3.3% | 3.3% | 0.0% | 50.0% |
| > 10 | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| > 20 | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| > 5 | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| > 6 | Count | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 1.7% | 3.3% |
| >15 | Count | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| 2 | Count | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 5.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 5.0% |
| 3 | Count | 1 | 3 | 8 | 1 | 1 | 0 | 14 |
| % of Total | 1.7% | 5.0% | 13.3% | 1.7% | 1.7% | 0.0% | 23.3% |
| 4 | Count | 0 | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 5 |
| % of Total | 0.0% | 3.3% | 1.7% | 0.0% | 3.3% | 0.0% | 8.3% |
| 5 | Count | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3.3% |
| Total | Count | 5 | 17 | 28 | 4 | 5 | 1 | 60 |
| % of Total | 8.3% | 28.3% | 46.7% | 6.7% | 8.3% | 1.7% | 100.0% |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Data mengenai rupiah yang dibelanjakan untuk menikmati hidangan pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa, ada pada tabel berikut :

|  |
| --- |
| **Lampiran 6 Habis Berapa Rupiah?** |
|  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 100000 | 2 | 3.3 | 3.3 | 3.3 |
| 150000 | 2 | 3.3 | 3.3 | 6.7 |
| 200000 | 19 | 31.7 | 31.7 | 38.3 |
| 225000 | 1 | 1.7 | 1.7 | 40.0 |
| 250000 | 12 | 20.0 | 20.0 | 60.0 |
| 280000 | 1 | 1.7 | 1.7 | 61.7 |
| 300000 | 18 | 30.0 | 30.0 | 91.7 |
| 400000 | 5 | 8.3 | 8.3 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Hasil penelitian mengenai frekuensi kunjungan dan jumlah uang yang dibelanjakan pada Resto Kampoeng Rawa Ambarawa terlihat pada tabel sebagai berikut :

|  |
| --- |
| **Lampiran 7 Berapa Kali Kunjungan dan Rupiah yang dikeluarkan** |
|  | Habis Berapa Rupiah? | Total |
| 100000 | 150000 | 200000 | 225000 | 250000 | 280000 | 300000 | 400000 |
| Berapa Kali Kunjungan? |  | Count | 2 | 2 | 11 | 0 | 4 | 0 | 11 | 0 | 30 |
| % of Total | 3.3% | 3.3% | 18.3% | 0.0% | 6.7% | 0.0% | 18.3% | 0.0% | 50.0% |
| > 10 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% |
| > 20 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 1.7% |
| > 5 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| > 6 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 1.7% | 3.3% |
| >15 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| 2 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 3 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 1.7% | 1.7% | 5.0% |
| 3 | Count | 0 | 0 | 4 | 1 | 4 | 0 | 3 | 2 | 14 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 6.7% | 1.7% | 6.7% | 0.0% | 5.0% | 3.3% | 23.3% |
| 4 | Count | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 5 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 3.3% | 0.0% | 3.3% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 8.3% |
| 5 | Count | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 3.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 3.3% |
| Total | Count | 2 | 2 | 19 | 1 | 12 | 1 | 18 | 5 | 60 |
| % of Total | 3.3% | 3.3% | 31.7% | 1.7% | 20.0% | 1.7% | 30.0% | 8.3% | 100.0% |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berikut tabel yang menunjukkan hasil penelitian berkaitan dengan jumlah rombongan dan rupiah yang telah dibelanjakan :

|  |
| --- |
| **Lampiran 8 Jumlah Rombongan dan Habis Berapa Rupiah** |
|  | Habis Berapa Rupiah? | Total |
| 100000 | 150000 | 200000 | 225000 | 250000 | 280000 | 300000 | 400000 |
| Rombongan Jumlah Berapa? | 2 | Count | 1 | 1 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| % of Total | 1.7% | 1.7% | 3.3% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 8.3% |
| 3 | Count | 0 | 1 | 9 | 1 | 3 | 0 | 3 | 0 | 17 |
| % of Total | 0.0% | 1.7% | 15.0% | 1.7% | 5.0% | 0.0% | 5.0% | 0.0% | 28.3% |
| 4 | Count | 1 | 0 | 3 | 0 | 8 | 0 | 12 | 4 | 28 |
| % of Total | 1.7% | 0.0% | 5.0% | 0.0% | 13.3% | 0.0% | 20.0% | 6.7% | 46.7% |
| 5 | Count | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 4 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 5.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 6.7% |
| 6 | Count | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 2 | 0 | 5 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 3.3% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 3.3% | 0.0% | 8.3% |
| 8 | Count | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| % of Total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 1.7% | 0.0% | 1.7% |
| Total | Count | 2 | 2 | 19 | 1 | 12 | 1 | 18 | 5 | 60 |
| % of Total | 3.3% | 3.3% | 31.7% | 1.7% | 20.0% | 1.7% | 30.0% | 8.3% | 100.0% |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Data mengenai alasan yang menarik untuk berkunjung ke Resto Kampoeng Rawa Ambarawa senagai berikut :

|  |
| --- |
| **Lampiran 9 Alasan yang menarik sehingga berkunjung** |
|  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Ada upaya mau mengembangkan shg mau datang berkunjung, melihat view, udara masih alami | 1 | 1.7 | 1.7 | 1.7 |
| Adem, Nyaman dan dipandang mata sejuk | 1 | 1.7 | 1.7 | 3.3 |
| Adem, view dan nikmat serasa makan di pinggir | 1 | 1.7 | 1.7 | 5.0 |
| Bisa makan di tengah2 rawa | 1 | 1.7 | 1.7 | 6.7 |
| Bumdes mau membangun pariwisata, menyediakan view yang berbeda | 1 | 1.7 | 1.7 | 8.3 |
| Damai, Alami dan penghilang stress | 1 | 1.7 | 1.7 | 10.0 |
| Dekat dengan alam | 1 | 1.7 | 1.7 | 11.7 |
| Enjoy, Santai dan tidak berisik | 1 | 1.7 | 1.7 | 13.3 |
| Hal yang utama adalah pemandangan yang Indah | 1 | 1.7 | 1.7 | 15.0 |
| Lokasi indah banget sih dan memberikan kedamaian | 1 | 1.7 | 1.7 | 16.7 |
| lokasi suasana yang indah dan tidak bisa ditemukan di segala tempat, pemandangan yang ba | 1 | 1.7 | 1.7 | 18.3 |
| Lokasinya terapung, lokasinya enak untuk menikmati makanan sembari beristirahat | 1 | 1.7 | 1.7 | 20.0 |
| Luas, bersih, pemandangan yang enak | 1 | 1.7 | 1.7 | 21.7 |
| makan di atas air | 1 | 1.7 | 1.7 | 23.3 |
| Makan di tengah rawa dan terasa unik | 1 | 1.7 | 1.7 | 25.0 |
| mampir mau ke Magelang, kangen masakan kampung rawa | 1 | 1.7 | 1.7 | 26.7 |
| mampir mau ke Magelang, kangen masakan kampung rawa ini | 1 | 1.7 | 1.7 | 28.3 |
| melepas lelah dari perjalanan | 2 | 3.3 | 3.3 | 31.7 |
| Melihat Rawa dan ketenangan | 1 | 1.7 | 1.7 | 33.3 |
| Mendapatkan kesejukan | 1 | 1.7 | 1.7 | 35.0 |
| menu makanan manado | 1 | 1.7 | 1.7 | 36.7 |
| Pemandangan bagus karena punya ciri khas | 2 | 3.3 | 3.3 | 40.0 |
| Pemandangan bagus, nyaman, tenang, sepi | 1 | 1.7 | 1.7 | 41.7 |
| pemandangan pegunungan yang membuat indah dan merasa lengkap | 1 | 1.7 | 1.7 | 43.3 |
| Pemandangan terasa adem, view dan nikmat serasa makan di pinggir | 1 | 1.7 | 1.7 | 45.0 |
| Pemandangan terlihat luas, sejuk dan nyaman | 1 | 1.7 | 1.7 | 46.7 |
| pemandangan yang memberikan kedamaian | 2 | 3.3 | 3.3 | 50.0 |
| Pemandangan yang mencerminkan iconic daerah ambarawa | 1 | 1.7 | 1.7 | 51.7 |
| Pemandangan yang terasa adem dan dinilai berbeda | 1 | 1.7 | 1.7 | 53.3 |
| Pemandangannya bagus dan sejuk | 1 | 1.7 | 1.7 | 55.0 |
| Pemandangannya dan rawanya yang sejuk | 1 | 1.7 | 1.7 | 56.7 |
| Penyambutan yang menarik ketika di awal dimana ditarik dengan menggunakan papan terapung | 1 | 1.7 | 1.7 | 58.3 |
| rawa - rawa yang di tengah - tengahnya ada resto, ini bener - bener unik. | 1 | 1.7 | 1.7 | 60.0 |
| Resto ini memberikan suasana nyaman dan syahdu | 1 | 1.7 | 1.7 | 61.7 |
| sejuk, pemandangan indah dan suasana yang dibangun sudah pas untuk refreshing | 1 | 1.7 | 1.7 | 63.3 |
| suasana memberikan kenyamanan | 1 | 1.7 | 1.7 | 65.0 |
| Suasana mendukung untuk menikmati makanan | 1 | 1.7 | 1.7 | 66.7 |
| suasana rawa - rawa yang asri | 1 | 1.7 | 1.7 | 68.3 |
| suasana rawa - rawa yang sejuk, damai dan indah | 1 | 1.7 | 1.7 | 70.0 |
| suasana yang nyaman di samping rawa2 | 1 | 1.7 | 1.7 | 71.7 |
| suasana yang nyaman di samping rawa2 bisa menikmati makanan enak | 1 | 1.7 | 1.7 | 73.3 |
| suasananya bagus dan nyaman | 1 | 1.7 | 1.7 | 75.0 |
| suasananya nyaman dan syahdu | 1 | 1.7 | 1.7 | 76.7 |
| tempat makan di atas air dan View bagus | 1 | 1.7 | 1.7 | 78.3 |
| tempat makan yang terapung dan bagus untuk keluarga | 1 | 1.7 | 1.7 | 80.0 |
| tempatnya bagus dan menarik | 2 | 3.3 | 3.3 | 83.3 |
| tempatnya bagus karena ada pemandangan | 1 | 1.7 | 1.7 | 85.0 |
| tempatnya bagus, lebih dekat dengan alam, view bagus deh | 2 | 3.3 | 3.3 | 88.3 |
| Tempatnya bersih dan nyaman, ruangannya terbuka | 1 | 1.7 | 1.7 | 90.0 |
| view bagus alami dan unik karena terapung | 1 | 1.7 | 1.7 | 91.7 |
| view bagus dan tempat nyaman | 1 | 1.7 | 1.7 | 93.3 |
| View dan makanan | 1 | 1.7 | 1.7 | 95.0 |
| view pegunungan yang menyejukan | 1 | 1.7 | 1.7 | 96.7 |
| view yang bagus dan ndilalah lewat | 1 | 1.7 | 1.7 | 98.3 |
| wisata restoran yang berada di tengah - tengah rawa | 1 | 1.7 | 1.7 | 100.0 |
| Total | 60 | 100.0 | 100.0 |  |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

**LAMPIRAN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN SPSS**

**Reliability**

|  |
| --- |
| **Notes** |
| Output Created | 12-JUN-2021 10:55:22 |
| Comments |  |
| Input | Data | D:\2021 penelitian P3M FEB\bowo sentot vero kepuasan service scape\kuesioner\EDIT data survey RESTO lengkap.sav |
| Active Dataset | DataSet1 |
| Filter | <none> |
| Weight | <none> |
| Split File | <none> |
| N of Rows in Working Data File | 60 |
| Matrix Input |  |
| Missing Value Handling | Definition of Missing | User-defined missing values are treated as missing. |
| Cases Used | Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure. |
| Syntax | RELIABILITY /VARIABLES=KL11 KL12 KL21 KL22 KL31 KL32 KL41 KL42 KL51 KL52 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL. |
| Resources | Processor Time | 00:00:00.03 |
| Elapsed Time | 00:00:00.04 |

**Scale: ALL VARIABLES**

|  |
| --- |
| **Case Processing Summary** |
|  | N | % |
| Cases | Valid | 60 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 60 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. |

|  |
| --- |
| **Reliability Statistics** |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .796 | 10 |

|  |
| --- |
| **Item Statistics** |
|  | Mean | Std. Deviation | N |
| KL11 | 4.67 | .475 | 60 |
| KL12 | 4.68 | .469 | 60 |
| KL21 | 4.52 | .504 | 60 |
| KL22 | 4.55 | .502 | 60 |
| KL31 | 4.50 | .537 | 60 |
| KL32 | 4.52 | .537 | 60 |
| KL41 | 4.55 | .502 | 60 |
| KL42 | 4.50 | .504 | 60 |
| KL51 | 4.47 | .503 | 60 |
| KL52 | 4.48 | .504 | 60 |

|  |
| --- |
| **Item-Total Statistics** |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| KL11 | 40.77 | 7.877 | .322 | .794 |
| KL12 | 40.75 | 8.021 | .271 | .800 |
| KL21 | 40.92 | 7.739 | .346 | .793 |
| KL22 | 40.88 | 7.291 | .524 | .772 |
| KL31 | 40.93 | 6.979 | .598 | .762 |
| KL32 | 40.92 | 7.027 | .579 | .764 |
| KL41 | 40.88 | 7.257 | .537 | .770 |
| KL42 | 40.93 | 7.623 | .390 | .788 |
| KL51 | 40.97 | 7.355 | .496 | .775 |
| KL52 | 40.95 | 7.065 | .613 | .761 |

|  |
| --- |
| **Scale Statistics** |
| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
| 45.43 | 8.962 | 2.994 | 10 |

**Reliability**

|  |
| --- |
| **Notes** |
| Output Created | 12-JUN-2021 10:57:19 |
| Comments |  |
| Input | Data | D:\2021 penelitian P3M FEB\bowo sentot vero kepuasan service scape\kuesioner\EDIT data survey RESTO lengkap.sav |
| Active Dataset | DataSet1 |
| Filter | <none> |
| Weight | <none> |
| Split File | <none> |
| N of Rows in Working Data File | 60 |
| Matrix Input |  |
| Missing Value Handling | Definition of Missing | User-defined missing values are treated as missing. |
| Cases Used | Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure. |
| Syntax | RELIABILITY /VARIABLES=SS11 SS12 SS21 SS22 SS31 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL. |
| Resources | Processor Time | 00:00:00.02 |
| Elapsed Time | 00:00:00.01 |

**Scale: ALL VARIABLES**

|  |
| --- |
| **Case Processing Summary** |
|  | N | % |
| Cases | Valid | 60 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 60 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. |

|  |
| --- |
| **Reliability Statistics** |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .828 | 5 |

|  |
| --- |
| **Item Statistics** |
|  | Mean | Std. Deviation | N |
| SS11 | 4.78 | .415 | 60 |
| SS12 | 4.72 | .454 | 60 |
| SS21 | 4.75 | .437 | 60 |
| SS22 | 4.75 | .437 | 60 |
| SS31 | 4.77 | .427 | 60 |

|  |
| --- |
| **Item-Total Statistics** |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| SS11 | 18.98 | 1.949 | .578 | .807 |
| SS12 | 19.05 | 1.811 | .633 | .792 |
| SS21 | 19.02 | 1.779 | .706 | .770 |
| SS22 | 19.02 | 1.847 | .635 | .791 |
| SS31 | 19.00 | 1.932 | .572 | .809 |

|  |
| --- |
| **Scale Statistics** |
| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
| 23.77 | 2.792 | 1.671 | 5 |

**Reliability**

|  |
| --- |
| **Notes** |
| Output Created | 12-JUN-2021 10:58:22 |
| Comments |  |
| Input | Data | D:\2021 penelitian P3M FEB\bowo sentot vero kepuasan service scape\kuesioner\EDIT data survey RESTO lengkap.sav |
| Active Dataset | DataSet1 |
| Filter | <none> |
| Weight | <none> |
| Split File | <none> |
| N of Rows in Working Data File | 60 |
| Matrix Input |  |
| Missing Value Handling | Definition of Missing | User-defined missing values are treated as missing. |
| Cases Used | Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure. |
| Syntax | RELIABILITY /VARIABLES=GP1 GP2 GP3 GP4 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL. |
| Resources | Processor Time | 00:00:00.00 |
| Elapsed Time | 00:00:00.01 |

**Scale: ALL VARIABLES**

|  |
| --- |
| **Case Processing Summary** |
|  | N | % |
| Cases | Valid | 60 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 60 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. |

|  |
| --- |
| **Reliability Statistics** |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .703 | 4 |

|  |
| --- |
| **Item Statistics** |
|  | Mean | Std. Deviation | N |
| GP1 | 4.53 | .503 | 60 |
| GP2 | 4.53 | .503 | 60 |
| GP3 | 4.57 | .500 | 60 |
| GP4 | 4.60 | .494 | 60 |

|  |
| --- |
| **Item-Total Statistics** |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| GP1 | 13.70 | 1.298 | .491 | .637 |
| GP2 | 13.70 | 1.332 | .455 | .659 |
| GP3 | 13.67 | 1.345 | .448 | .663 |
| GP4 | 13.63 | 1.253 | .558 | .595 |

|  |
| --- |
| **Scale Statistics** |
| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
| 18.23 | 2.114 | 1.454 | 4 |

**Reliability**

|  |
| --- |
| **Notes** |
| Output Created | 12-JUN-2021 10:59:00 |
| Comments |  |
| Input | Data | D:\2021 penelitian P3M FEB\bowo sentot vero kepuasan service scape\kuesioner\EDIT data survey RESTO lengkap.sav |
| Active Dataset | DataSet1 |
| Filter | <none> |
| Weight | <none> |
| Split File | <none> |
| N of Rows in Working Data File | 60 |
| Matrix Input |  |
| Missing Value Handling | Definition of Missing | User-defined missing values are treated as missing. |
| Cases Used | Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure. |
| Syntax | RELIABILITY /VARIABLES=KK1 KK2 KK3 KK4 KK5 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL. |
| Resources | Processor Time | 00:00:00.02 |
| Elapsed Time | 00:00:00.01 |

**Scale: ALL VARIABLES**

|  |
| --- |
| **Case Processing Summary** |
|  | N | % |
| Cases | Valid | 60 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 60 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. |

|  |
| --- |
| **Reliability Statistics** |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .744 | 5 |

|  |
| --- |
| **Item Statistics** |
|  | Mean | Std. Deviation | N |
| KK1 | 4.30 | .462 | 60 |
| KK2 | 4.32 | .469 | 60 |
| KK3 | 4.28 | .454 | 60 |
| KK4 | 4.33 | .510 | 60 |
| KK5 | 4.37 | .520 | 60 |

|  |
| --- |
| **Item-Total Statistics** |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| KK1 | 17.30 | 2.146 | .391 | .739 |
| KK2 | 17.28 | 1.969 | .531 | .690 |
| KK3 | 17.32 | 2.017 | .515 | .696 |
| KK4 | 17.27 | 1.826 | .582 | .669 |
| KK5 | 17.23 | 1.877 | .521 | .694 |

|  |
| --- |
| **Scale Statistics** |
| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
| 21.60 | 2.888 | 1.699 | 5 |

**LAMPIRAN ANALISIS REGRESI DENGAN SPSS**

**Regression**

|  |
| --- |
| **Notes** |
| Output Created | 12-JUN-2021 10:18:14 |
| Comments |  |
| Input | Data | D:\2021 penelitian P3M FEB\bowo sentot vero kepuasan service scape\kuesioner\EDIT data survey RESTO lengkap.sav |
| Active Dataset | DataSet1 |
| Filter | <none> |
| Weight | <none> |
| Split File | <none> |
| N of Rows in Working Data File | 60 |
| Missing Value Handling | Definition of Missing | User-defined missing values are treated as missing. |
| Cases Used | Statistics are based on cases with no missing values for any variable used. |
| Syntax | REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT TOTALKK /METHOD=ENTER TOTALKL TOTALSS TOTALGP. |
| Resources | Processor Time | 00:00:00.02 |
| Elapsed Time | 00:00:00.34 |
| Memory Required | 8256 bytes |
| Additional Memory Required for Residual Plots | 0 bytes |

[DataSet1] D:\2021 penelitian P3M FEB\bowo sentot vero kepuasan service scape\kuesioner\EDIT data survey RESTO lengkap.sav

|  |
| --- |
| **Variables Entered/Removeda** |
| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
| 1 | TOTAL GP, TOTAL KL, TOTAL SSb | . | Enter |
| a. Dependent Variable: TOTAL KK |
| b. All requested variables entered. |

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .715a | .511 | .485 | 1.220 |
| a. Predictors: (Constant), TOTAL GP, TOTAL KL, TOTAL SS |

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 87.058 | 3 | 29.019 | 19.499 | .000b |
| Residual | 83.342 | 56 | 1.488 |  |  |
| Total | 170.400 | 59 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: TOTAL KK |
| b. Predictors: (Constant), TOTAL GP, TOTAL KL, TOTAL SS |

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -.336 | 3.551 |  | -.095 | .925 |
| TOTAL KL | .349 | .056 | .615 | 6.238 | .000 |
| TOTAL SS | .221 | .100 | .217 | 2.196 | .032 |
| TOTAL GP | .046 | .110 | .039 | .415 | .680 |
| a. Dependent Variable: TOTAL KK |

**LAMPIRAN SURAT TUGAS**

