

PENGARUH SUASANA TEMPAT DAN INOVASI MAKANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (STUDI PADA RESTORAN NELAYAN DI KOTA TANJUNGPINANG)

Barry Gunawan Manalu, Iranita, Akhirman
barrygmanalu@gmail.com

Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji

Abstrack

This study aims to determine the influence of the atmosphere of the place on customer loyalty with satisfaction, the influence of food innovation on customer loyalty with satisfaction, the influence of the atmosphere of the place and food innovation partially influence on satisfaction, the influence of the atmosphere of the place and food innovation partially influence on customer loyalty and the effect of satisfaction towards customer loyalty. The population in this study were all customers who came to the Nelayan Restaurant at the time of the study. Determination of the sample using the method non probability sampling with purposive sampling with a sampling technique using the iteration formula to get 100 respondents. The data used in this study are primary data obtained from questionnaires/questionnaires. The analytical methods used in this research are descriptive test, data quality test, classic assumption test, path analysis, and hypothesis testing. The results of the analysis in this study indicate that satisfaction can mediate between the atmosphere of the place on customer loyalty, satisfaction is able to mediate between food innovation on customer loyalty, the atmosphere of the place affects satisfaction, food innovation influences on satisfaction, the atmosphere of the place affects customer loyalty, food innovation influences on customer loyalty and satisfaction affect customer loyalty. Based on the results of the study, Nelayan Restaurant is expected to increase customer loyalty by taking into account the factors support the quality of service or food innovation and the influence of the atmosphere.

Keywords : *Place Atmosphere, Food Innovation, Customer loyalty, Satisfaction.*

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Restoran Nelayan merupakan salah satu restoran bertemakan seafood di kota Tanjungpinang. Restoran ini cukup familiar di mata masyarakat kota Tanjungpinang walaupun ada beberapa Restoran Pesaingnya yang memiliki konsep yang sama. Namun dilihat dari data pengunjung selama 3 tahun terakhir terjadi fluktuasi pelanggan seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1 Data Pengunjung Restoran Nelayan

3 Tahun Terakhir	Total Pengunjung
2017	15.719
2018	11.637
2019	9.762

Sumber: Restoran Nelayan 2019

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat terjadi fluktuasi jumlah pengunjung dalam 3 tahun terakhir. Untuk Jumlah pengunjung paling banyak yaitu pada 2017 yaitu berjumlah 15.719 pengunjung. Menurut Manager *Restoran Nelayan* hal ini disebabkan beberapa faktor, antara lain banyaknya pesaing yang memiliki bisnis yang sejenis, baik dari bentuk pelayanan dan fasilitas yang diberikan juga tidak beda jauh dengan pesaing lainnya yang sejenis. Sehingga perlu suatu inovasi yang menjadi pembeda Restoran Nelayan dengan pesaingnya. Dimulai dari penginovasian terhadap Suasana Tempat dan juga ke Inovasi Makanan diduga dapat menjawab fluktuasi pelanggan. Suasana Tempat atau sering disebut *Store Atmosphere* dapat menambah minat beli pelanggan sesuai dengan pendapat Kotler, et al (dalam Alfin dan Sahidillah, 2017) berpendapat “Atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli.

Selanjutnya adalah Inovasi Makanan juga merupakan hal yang perlu di perhatikan oleh Restoran Nelayan. Menurut Wawan Dewanto (dalam Yuliana dan Rahmat, 2018) Inovasi Makanan merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Inovasi merupakan proses teknologis, manajerial dan sosial, yang mana gagasan atau konsep baru pertama kali diperkenalkan untuk dipraktekkan dalam suatu kultur (Hartini, 2013).

Loyalitas Pelanggan Menurut Selang (dalam Alfin dan Sahidillah, 2017) “Loyalitas Pelanggan sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif individu terhadap suatu kesatuan (merek, jasa, toko, atau pemasok) dan pembelian ulang”. Loyalitas Pelanggan menekankan pada runtutan pembelian yang dilakukan pelanggan seperti proporsi dan probabilitas pembelian. Menurut Hasan dalam Yenny dan Hartono (2014) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.

Kepuasan merupakan hal penting bagi suatu perusahaan. Menurut Kotler, et al (dalam Alfin dan Sahidillah, 2017) “Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau asli) terhadap ekspektasi mereka.” Tjiptono, et al (dalam Alfin dan Sahidillah, 2017) juga menjelaskan “Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya”.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Tempat terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Nelayan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Makanan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Nelayan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Tempat terhadap kepuasan di Restoran Nelayan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Makanan terhadap kepuasan di Restoran Nelayan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Tempat terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan di Restoran Nelayan.

6. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Makanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan di Restoran Nelayan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan di Restoran Nelayan.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yang bersifat kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode yang digunakan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Deskriptif memberikan gambaran suatu data.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berkunjung Restoran Nelayan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dari pelanggan Restoran Nelayan.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini seluruh populasi dijadikan sampel, maka untuk memperoleh sampel diambil dengan *sampling insidental*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Kuisisioner merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2015).

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik atau metode pengujian instrumen, meliputi :

- Analisis Statistik Deskriptif
Menurut Ghazali (2016: 19) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi sesuatu data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *range*, *kurtosis* dan *skewness*.
- Uji Kualitas Data
Uji kualitas data terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.
- Uji Asumsi Klasik
Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas Data, Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas
- Uji Jalur (*Path Analysis*)
Untuk menguji pengaruh variabel *intervening* digunakan metode analisis jalur (*path analysis*).

III. Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Menurut Ghazali (2016:19) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, dan minimum dari setiap variabel penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Suasana Tempat (X1) dan Inovasi Makanan (X2) variabel independen, Kepuasan (Z) variabel *intervening*, dan Loyalitas Pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

**Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics
Statistics**

		SUASANA TEMPAT	INOVASI MAKANAN	KEPUASAN	LOYALITAS PELANGGAN
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		30.42	46.53	17.01	19.92
Median		30.00	46.50	17.00	20.00
Std. Deviation		2.531	4.275	1.951	2.304
Minimum		22	38	13	16
Maximum		35	57	20	25

Sumber: *Output data primer diolah, SPSS 24*

Pada tabel 2 menjelaskan bahwa jawaban minimum responden terhadap variabel suasana tempat sebesar 22 dan maksimum sebesar 35 jawaban, dengan rata-rata total jawaban sebesar 30,42 dan standar deviasi sebesar 2,531. Jawaban minimum responden terhadap inovasi makanan sebesar 38 dan maksimum sebesar 57 jawaban, dengan rata-rata total jawaban sebesar 46,53 dan standar deviasi sebesar 4,275. Jawaban minimum responden terhadap kepuasan sebesar 13 dan maksimum sebesar 20 jawaban, dengan rata-rata total jawaban sebesar 17,01 dan standar deviasi sebesar 1,951. Sedangkan jawaban minimum responden terhadap loyalitas pelanggan sebesar 16 dan maksimum sebesar 25 jawaban, dengan rata-rata total jawaban sebesar 19,92 dan standar deviasi sebesar 2,304.

Uji Kualitas Data

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Pertanyaan	Rhitung	rtabel (5%)	Keterangan
Suasana Tempat (X1)	P1.1	0,341	0,1966	Valid
	P2.2	0,639	0,1966	Valid
	P3.3	0,599	0,1966	Valid
	P4.4	0,586	0,1966	Valid
	P5.5	0,629	0,1966	Valid
	P6.6	0,620	0,1966	Valid
	P7.7	0,652	0,1966	Valid
Inovasi Makanan (X2)	P2.1	0,547	0,1966	Valid
	P2.2	0,587	0,1966	Valid
	P2.3	0,507	0,1966	Valid
	P2.4	0,610	0,1966	Valid
	P2.5	0,475	0,1966	Valid
	P2.6	0,698	0,1966	Valid
	P2.7	0,672	0,1966	Valid
	P2.8	0,405	0,1966	Valid

	P2.9	0,403	0,1966	Valid
	P2.10	0,249	0,1966	Valid
	P2.11	0,266	0,1966	Valid
	P2.12	0,376	0,1966	Valid
Kepuasan (Z)	P3.1	0,765	0,1966	Valid
	P3.2	0,616	0,1966	Valid
	P3.3	0,792	0,1966	Valid
	P3.4	0,737	0,1966	Valid
Loyalitas Pelanggan (Y)	P4.1	0,675	0,1966	Valid
	P4.2	0,666	0,1966	Valid
	P4.3	0,670	0,1966	Valid
	P4.4	0,813	0,1966	Valid
	P4.5	0,780	0,1966	Valid

Sumber: *Data diolah, 2020*

Berdasarkan tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam

penelitian ini dikatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Suasana Tempat
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,659	7

Sumber: Output Olah data SPSS 24

Berdasarkan tabel 4 dapat dijelaskan bahwa nilai *cronbrach's alpha* (α) hitung variabel Suasana Tempat sebesar 0,659 atau lebih besar dari 0,60

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Makanan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,716	12

Sumber: Output Olah Data SPSS 24

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *cronbrach's alpha* (α) pada variabel inovasi makanan sebesar 0,716 atau lebih besar dari 0,60.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,707	4

Sumber: Output Olah data SPSS 24

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *cronbrach's alpha* (α) pada variabel Kepuasan sebesar 0,707 atau lebih besar dari 0,60.

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan
Reliability Statistics

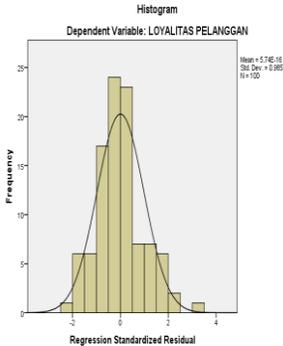
Cronbach's Alpha	N of Items

,766	5
------	---

Sumber: Output Olah data SPSS 24

Tabel 7 menunjukka bahwa nilai *cronbrach's alpha* (α) pada variabel Loyalitas Pelanggan sebesar 0,766 atau lebih besar dari 0,60.

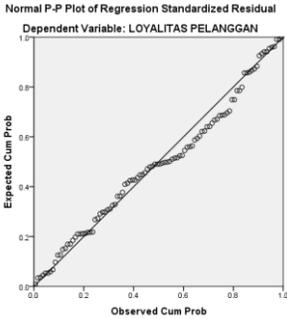
Uji Asumsi Klasik



Sumber: Output data primer diolah, SPSS 24

Gambar 1 Hasil Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 1 grafik histogram bahwa data menyebar disekitar garis diagonal, sehingga disimpulkan data yang diteliti berdistribusi normal.



Sumber: Output data primer diolah, SPSS 24

Gambar 2 Hasil Grafik Histogram

Pada gambar 2 diperoleh bahwa semua data berdistribusi secara normal, karena sebaran data berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Tabel 8 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36689492
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.048
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c

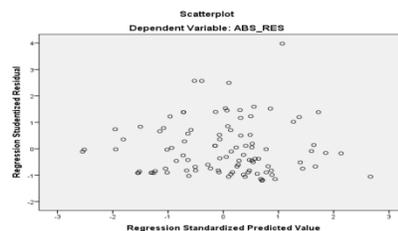
Berdasarkan tabel 8 uji *Kalmogorov-Smirnov* diatas, menunjukkan nilai *Asymp.sig (2-tailed)* adalah $> \alpha (0,05)$ yang dilihat pada kolom *Asymp.sig (2-tailed)* yaitu sebesar 0,80 maka dapat disimpulkan bahwa data sampel pada penelitian ini berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat dilihat bahwa perhitungan menunjukkan nilai *tolerance* masing-masing memiliki nilai *Toleranc*

Tabel 9 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.129	2.157		-.987	.326		
	SUASANA	.173	.058	.190	2.961	.004	.891	1.123
	TEMPAT							
	INOVASI	.070	.034	.130	2.050	.043	.916	1.092
	MAKANAN							
	KEPUASAN	.796	.078	.674	10.175	.000	.835	1.197

$e > 0,10$ dan hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan masing-masing variabel dalam model regresi memiliki nilai VIF < 10 .



Sumber: Output data primer diolah, SPSS 24

Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 3 grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Model I

Tabel 10 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.129	2.157		-.987	.326
SUASANA	.173	.058	.190	2.961	.004
TEMPAT					
INOVASI	.070	.034	.130	2.050	.043
MAKANAN					

KEPUASAN	.796	.078	.674	10.175	.000	Sumber: Output
----------	------	------	------	--------	------	-------------------

data primer diolah, SPSS 24

Pada tabel 10 di atas, di dapati bahwa:

- variabel suasana tempat dengan nilai sig. 0,004 dan nilai t hitung 2,961, dan berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel didapat t hitung lebih besar dari t tabel 1,9849. Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga suasana tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- Variabel inovasi makanan dengan nilai sig. 0,043 dan nilai t hitung 2,050 dan berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel didapat t hitung lebih besar dari t tabel 1,9849. Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H2 diterima, sehingga inovasi makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- Variabel kepuasan dengan nilai sig. 0,000 dan nilai t hitung 10,175 dan berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel didapat t hitung lebih besar dari t tabel 1,9849. Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H3 diterima, sehingga kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Tabel 11 Koefisien Determinasi Adjusted R2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.648	.637	1.388

Sumber: Output data primer diolah, SPSS 24

Berdasarkan tabel 11 di atas, dapat dilihat bahwa hasil analisis SPSS model *summary* menunjukkan bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,637 atau 63,7%, ini berarti bahwa variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel suasana tempat, inovasi makanan dan kepuasan sebesar 63,7% dan 36,3% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Model II

Tabel 12 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.998	2.754		1.815	.073
	SUASANA TEMPAT	.225	.072	.292	3.110	.002
	INOVASI MAKANAN	.111	.043	.244	2.598	.011

Sumber: Output data primer diolah, SPSS 24

Berdasarkan tabel 12 di atas, dapat di pahami bahwa:

- Variabel suasana tempat dengan nilai sig 0,002 dan nilai t hitung 3,110 dan berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel didapat t hitung lebih besar dari t tabel 1,9847. Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H4 diterima, sehingga Suasana Tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan.

- Variabel inovasi makanan dengan nilai sig 0,011 dan nilai t hitung 2,598, dan berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel didapat t hitung lebih besar dari t tabel 1,9847. Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H5 diterima, sehingga inovasi makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.406 ^a	.165	.147	1.802

Sumber: Output data primer diolah, SPSS 24

Berdasarkan tabel 13 diatas dapat dilihat bahwa hasil analisis SPSS model summary menunjukkan bahwa besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,147 atau sama dengan 14,7%.

Alisis Jalur (*Path Analysis*)

Tabel 14 Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel	<i>Direct</i>	<i>Indirect</i>	Total	Kriteria	Kesimpulan
Suasana Tempat	0,190	0,292 x 0,674 =0,196808	0,386808	<i>Direct effect</i> < <i>indirect effect</i>	Kepuasan sebagai variabel <i>intervening</i>
Inovasi Makanan	0,130	0,244 x 0,674 =0,164456	0,294456	<i>Direct effect</i> < <i>indirect effect</i>	Kepuasan sebagai variabel <i>intervening</i>

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 14 mengenai hasil analisis pengaruh langsung dan tidak langsung, maka dapat disimpulkan bahwa:

- hipotesis 6 (H6) dapat diterima karena kekuatan hubungan pengaruh secara tidak langsung suasana tempat terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan lebih besar bila dibandingkan dengan pengaruh secara langsung variabel suasana tempat terhadap loyalitas pelanggan.
- hipotesis 7 (H7) dapat diterima karena kekuatan hubungan pengaruh secara tidak langsung inovasi makanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan lebih besar bila dibandingkan dengan pengaruh secara langsung variabel inovasi makanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat penulis simpulkan bahwa :

1. Suasana Tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Nelayan. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari taraf thitung= 2,961 lebih besar

dari ttabel ($2,961 > 1,9849$), sehingga dapat disimpulkan bahwa suasana tempat berpengaruh signifikan dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

2. Inovasi Makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Restoran Nelayan. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari thitung = 2,050 lebih besar dari ttabel ($2,050 > 1,9849$), sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi makanan sangat berpengaruh dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Semakin baik restoran menciptakan inovasi makan akan sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
3. Suasana Tempat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Nelayan. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari thitung = 3,110 lebih besar dari ttabel ($3,110 > 1,9847$), sehingga dapat disimpulkan bahwa suasana tempat sangat mempengaruhi kepuasan.
4. Inovasi Makanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Nelayan. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari dan thitung = 2,598 lebih besar dari ttabel ($2,598 > 1,9847$), sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi makanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Jika semakin baik restoran memperhatikan faktor inovasi makanan mereka maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan yang terpenuhi kan berujung pada Loyalitas Pelanggan.
5. Suasana Tempat berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pada Restoran Nelayan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung ($X1Y$) = 0,190 lebih kecil dari nilai pengaruh tidak langsung ($X1Z$) = 0,196, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan dapat memediasi pengaruh antara Suasana Tempat terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Nelayan.
6. Inovasi Makanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pada Restoran Nelayan. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh langsung ($X2Y$) = 0,130 lebih kecil dari nilai pengaruh tidak langsung ($X2Z$) = 0,164, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan dapat memediasi pengaruh antara Inovasi Makanan terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Nelayan.
7. Kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Nelayan. Hal ini dibuktikan dengan nilai Coefficients Sig = 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi dan thitung = 10,175 lebih besar dari ttabel yaitu, sehingga dapat disimpulkan apabila pelanggan merasa puas pada pelayanan jasa yang sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan tersebut akan menjadi loyal kepada Restoran Nelayan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran, sebagai berikut :

1. Loyalitas Pelanggan menjadi faktor yang sangat penting dalam sebuah bisnis apalagi dalam bisnis restoran, oleh karena itu Restoran Nelayan diharapkan selalu berupaya untuk meningkatkan suasana tempat berupa peningkatan kenyamanan dan keindahan desain bangunan Restoran Nelayan, dan juga berupaya menciptakan kesan yang berbeda dengan restoran sejenis dengan menghadirkan kenyamanan atmosphere tempat kepada khalayak pelanggan secara progresif. Sehingga pengaruh suasana tempat dapat dirasakan pelanggan yang berujung menciptakan loyalitas pelanggan. Serta pelanggan akan terus mengingat Restoran Nelayan sebagai restoran dengan suasana restoran yang khas dan harus dikunjungi.
2. Restoran Nelayan diharapkan dapat mempertahankan reputasi serta Inovasi Makanan yang terus di kembangkan dan disampaikan kepada pelanggan guna memberikan pelayanan yang

menarik, sesuai dengan keinginan para pelanggan atau masyarakat. Dengan memberikan Inovasi Makanan yang baik seperti penambahan menu atau menginovasi makanan yang sudah ada dengan resep baru ataupun hal lain yang sesuai dengan inovasi serta keinginan pelanggan. Semakin baik Inovasi Makanan di tawarkan maka pelanggan akan mendapatkan rasa kepuasan terhadap makanan yang baik juga, sehingga fenomena fluktuasi pengunjung selama 5 tahun terakhir pada Restoran Nelayan dapat diatasi dengan menggantinya dengan pelanggan semakin loyal.

V. Daftar Pustaka

- Aditya, Finnan, Ajie Nugraha, Suharyono dan Andriyani Kusumawati, 2015. *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Kober Mie Setan Jalan Simpang Soekarno Hatta Nomor 1-2 Malang)*, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang.
- Christi, Styana. *Pengaruh Suasana Tempat Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Toko Koperasi Serba Usaha Karyawan Pemerintah Kota Semarang*. Skripsi.
- Dewi, N., Purnama, R., & Andari, R. 2013. Pengaruh Direct Mail Dan Telemarketing Terhadap Keputusan Pembelian Paket Umrah Raka Tours And Travel. *Tourism And Hospitality Essentials Journal (The Journal)*, Iii(2), 633–648.
- Furoida, Fatin dan Ida Maftukhah, (2018). The Influence Of Service Quality And Store Atmosphere On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *Management Analysis Journal* 7 (2)
- Gunawan, Tjandra. Dkk. 2019. *Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Suasana Tempat Terhadap Loyalitas Pelanggan*. ISSN Online.2540-8259.Vol.7. No.2. Tahun 2019.
- Isnaeni, Muchammad Agung dan Sanaji. 2016. *Pengaruh Inovasi Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Denga Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 4 Nomor 2. Tahun 2016.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Essex: Pearson Education Limited.
- _____, and Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc
- _____, Kevin Lane. 2012. *Pricipel Marketing Jilid 1*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama
- Lingasari, Citra dan Heppy Millanyani. 2015. *Pengaruh Suasana Tempat Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kopi Progo Bandung*. ISSN 2443-2121. Vol. 9. No. 2. Tahun 2015.

- Listiono, Florencia Irena Sari dan Sugiono Sugiarto. 2015. *Pengaruh Suasana Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya*. Vol. 1 No. 1. Tahun 2015.
- Logiawan, Yenny dan Hartono Subagio. (2014). Analisa Customer Value Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Bandar Djakarta Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2. No. 1, 1-11
- Nainggolan, Friswenty Grasela. 2020. *Pengaruh Word Of Mouth dan Service Quality Terhadap Costumer Loyalty Dengan Costumer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Madu Tiga Beach and Resort Bintan*. Tahun 2020
- Pratikto, H. Heri dan Agus Hermawan. 2019. *Relationship of Product Quality, Price, Cafe Atmosphere to Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Cafe Harmony*. ISSN 2321–8916. Vol 7 Issue 3. Tahun 2019.
- Putri, Lily Harlina. Dkk. 2014. *Pengaruh Suasana Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 15 No. 2. Tahun 2014.
- Rachmawati, Rina. 2014. *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Makanan)*. *Tekno buga* Volume 1 No.1. Tahun 2014.
- Sari, Mifta Anggun. 2019. *Pengaruh pemberdayaan dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Distrik Navigasi Kelas I Tanjungpinang Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening*. Tahun 2019
- Sari, Netti Mulya dan Aditya Wardhana. 2015. *Pengaruh Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roemah Kopi Bandung*. ISSN : 2355-9357. Vol.2. No.3. Tahun 2015.
- Sinurat, Elinawati Susi Mentari. Dkk. 2017. *Pengaruh Inovasi Makanan, Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga*. ISSN 2303-1174. Vol.5 No.2. Tahun 2017.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- _____, 2015. *Statistik Nonparametrik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- _____, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsih. 2019. *Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Briket (CV. Arang Surabaya Campalagian Polman)*. *Movere Journal* Vol 1 No. Tahun 2019.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*. Yogyakarta. CAPS (Center Of Academic Publishing Service).

- Tambunan, Filemon. 2020. *Pengaruh Bauran Promosi dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Pegadaian Persero Cabang Tanjungpinang Timur*. Tahun 2020
- Tjiptono, Fandy, 2015 “*Strategi Pemasaran*” ed-4, Yogyakarta, penerbit ANDI.
- _____, Chandra Gregorius, 2016, “ *Service, Quality, dan Satisfaction*” ed-4, Yogyakarta, penerbit ANDI.
- Wati, Dinda Sukma Rangga dan I.G.A.K Sri Ardani, (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Warunk Upnormal). E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 12, ISSN : 2302-8912
- Wibowo, A. S. 2013. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Di Kota Purwokerto*. Skripsi
- Yuliana dan Rahmat Hidayat. 2018. *Pengaruh Harga Dan Inovasi Makanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Elzatta Pada Generasi Milenial Tahun 2018)*. ISSN : 2442-5826. Vol.4. No.3. Tahun 2018.