

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Makanan Pedagang Kaki Lima Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Jakarta

Ch. Dini Ika Handayani
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi sbi
dini.ika79@gmail.com

Abstrak

Pandemi Covid 2019 yang telah melanda seluruh dunia sejak tahun 2019 membawa dampak di berbagai bidang kehidupan manusia. Sektor keuangan, kesehatan, operasional, pendidikan, pariwisata adalah bidang kehidupan yang terpengaruh oleh pandemi ini. Di tengah situasi pandemi Covid-19 bertambahnya tingginya tingkat pengangguran perkotaan menumbuhkan usaha di sektor informal. Pedagang kaki lima merupakan salah satu sektor informal yang menjadi alternatif bagi mereka yang tidak mendapat pekerjaan atau menjadi korban PHK akibat Covid 19 ini. Kawasan pedagang kaki lima yang cukup terkenal di Jakarta adalah kawasan Bulungan, Blok M, dimana di daerah tersebut banyak sekali terdapat pedagang kaki lima yang berjualan gulai. Istilah yang terkenal bagi kawasan ini adalah Gultik Bulungan. Adapun singkatan dari Gultik adalah Gulai Tikungan karena memang kawasan berjualan berada di daerah tikungan Jalan Bulungan. Adanya jumlah pedagang yang cukup banyak menyebabkan persaingan antar pedagang. Masing-masing pedagang harus menyediakan pelayanan tempat, karyawan serta rasa masakan yang menarik sehingga pembeli berminat membeli di warung mereka dan merasa puas. Kepuasan pembeli ini yang diharapkan akan disampaikan kepada calon pembeli lainnya sehingga mereka tertarik untuk datang ke warung tersebut atau pembeli yang sama melakukan pembelian ulang di tempat tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen serta pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap niat perilaku beli ulang. Penelitian ini dilakukan menggunakan kuisioner dalam bentuk google form yang disebarakan melalui whatapps terhadap 50 orang konsumen yang pernah datang berkunjung ke pedagang kaki lima Gultik Tikungan ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun untuk variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku beli ulang.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, Kualitas makanan, Kepuasan Konsumen, Niat Perilaku Beli Ulang*

Abstract

The COVID-19 pandemic, which has hit the entire world since 2019, has had an impact on various fields of human life. The financial, health, operational, education, tourism sectors are the areas of life affected by this pandemic. In the midst of the Covid-19 pandemic situation, the increasing high rate of urban unemployment has grown businesses in the informal sector. Street vendors are one of the informal sectors that are an alternative for those who do not get jobs or become victims of layoffs due to Covid 19. A well-known street vendor area in Jakarta is the Bulungan area, Blok M, where in that area there are lots of street vendors selling curry. The famous term for this area is Bulungan Gultik. The abbreviation for Gultik is Curry Tikuran because the selling area is in the bend area of Jalan Bulungan. The existence of a large number of traders causes competition between traders. Each trader must provide place services, employees and an attractive taste of cuisine so that buyers are interested in buying at their stalls and feel satisfied. It is hoped that this buyer satisfaction will be conveyed to other prospective buyers so that they are interested in coming to the shop or the same buyer makes repeat purchases at that place. This study aims to determine the effect of service quality and food quality on consumer satisfaction and the effect of consumer satisfaction on intention to repurchase behavior. This research was conducted using a questionnaire in the form of a google form which was distributed via whatapps to 50 consumers who had come to visit this Gultik Bend street vendor. The results showed that service quality had a significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, food quality has no significant effect on consumer satisfaction. As for the variable of consumer satisfaction has a significant effect on the intention to repurchase behavior.

Keywords: *food quality, service quality, consumer satisfaction, intention to repurchase behavior*

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid 2019 yang telah melanda seluruh dunia sejak tahun 2019 membawa dampak di berbagai bidang kehidupan manusia. Sektor keuangan, kesehatan, operasional, pendidikan, pariwisata adalah bidang kehidupan yang terpengaruh oleh pandemi ini. Dalam hal ini Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami dampak signifikan dan membutuhkan waktu pemulihan yang cukup lama.

Di tengah situasi pandemi Covid-19 bertambahnya tingginya tingkat pengangguran perkotaan menumbuhkan usaha di sektor informal. Pedagang kaki lima merupakan salah satu sektor informal yang menjadi alternatif bagi mereka yang tidak mendapat pekerjaan atau menjadi korban PHK akibat Covid 19 ini. Beberapa hal yang mendukung pertumbuhan pedagang kaki lima adalah tidak adanya aturan khusus mengenai perijinan bagi pedagang kaki lima, modal yang dibutuhkan juga tidak terlalu

besar, tidak memerlukan teknologi yang rumit dalam pelaksanaan usaha, serta sifat usaha ini umumnya adalah kekeluargaan dimana antara pemilik maupun karyawan seringkali masih ada hubungan kekerabatan.

Kawasan pedagang kaki lima yang cukup terkenal di Jakarta adalah kawasan Bulungan, Blok M, dimana di daerah tersebut banyak sekali terdapat pedagang kaki lima yang berjualan gulai. Istilah yang terkenal bagi kawasan ini adalah Gultik Bulungan. Adapun singkatan dari Gultik adalah Gulai Tikungan karena memang kawasan berjualan berada di daerah tikungan Jalan Bulungan. Tidak ada yang tahu secara persis kapan kawasan ini mulai ramai untuk berjualan gulai, akan tetapi ada pedagang yang mulai berjualan sejak tahun 1991 sampai dengan saat ini.

Kawasan ini cukup ramai pedagang dan pembeli karena memang secara lokasi cukup strategis dan harga yang ditetapkan oleh penjual cukup murah yaitu Rp 10 ribu per porsi. Selain gulai terdapat makanan pendamping seperti sate telur puyuh, sate usus, sate rempela ati, dan lain-lain. Rasa makanan yang enak serta disajikan panas membuat pembeli tertarik untuk mencoba gultik ini.

Pada masa PPKM level 4 kawasan ini sempat ditutup karena memang jumlah orang yang makan di tempat ini sangat banyak dan dapat menimbulkan kerumunan. Setelah tingkatan PPKM diturunkan, kawasan ini dibuka kembali dengan pembatasan jam operasional, yaitu mulai pukul 17.00 WIB sd 21.00 WIB dan juga penerapan protokol kesehatan bagi pedagang serta pembeli. Pedagang diwajibkan menyediakan tempat cuci tangan atau *hand sanitizer* di depan warung, menggunakan masker dan sarung tangan sekali pakai saat melayani pembeli, mengatur jarak tempat duduk bagi pembeli. Sedangkan untuk pembeli diwajibkan memakai masker serta mematuhi protokol kesehatan dengan tidak duduk secara bergerombol.

Adanya jumlah pedagang yang cukup banyak menyebabkan persaingan antar pedagang. Masing-masing pedagang harus menyediakan pelayanan tempat, karyawan serta rasa masakan yang menarik sehingga pembeli berminat membeli di warung mereka dan merasa puas. Kepuasan pembeli ini yang diharapkan akan disampaikan kepada calon pembeli lainnya sehingga mereka tertarik untuk datang ke warung tersebut atau pembeli yang sama melakukan pembelian ulang di tempat tersebut.

Menurut (Parasuraman *et al.*, 1985) bahwa kualitas layanan yang dirasakan sangat penting untuk keberhasilan organisasi karena hubungannya langsung dengan kepuasan pelanggan dan niat perilaku. Salah satu cara untuk memberikan kepuasan pelanggan adalah memberikan pilihan produk kepada pelanggan. Suatu perusahaan yang memiliki keragaman produk akan lebih menarik minat pelanggan untuk melakukan pembelian produk bahkan melakukan pembelian ulang. Selain itu restoran yang memberikan waktu pelayanan yang cepat juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan niat perilaku membeli ulang.

Menurut Qin (2008) suatu rasa dari hasil kepuasan yang dimiliki konsumen terhadap suatu perusahaan didefinisikan sebagai kepuasan konsumen. Rasa puas konsumen tersebut dapat muncul apabila kebutuhan yang dimiliki oleh konsumen

tersebut dapat dipenuhi oleh perusahaan atau bahkan dapat melebihi harapan dari konsumen. Kepuasan konsumen tidak dapat dimanipulasi karena rasa tersebut muncul dari dalam hati konsumen.

Penelitian ini lebih difokuskan untuk melihat apakah terdapat pengaruh kualitas layanan dan kualitas makanan pada masa pandemik covid-19 terhadap kepuasan konsumen dan niat perilaku beli ulang di pedagang kaki lima Gultik Bulungan yang berada di Jakarta. Di masa pandemi Covid 19 ini konsumen cenderung memilih makanan dan minuman yang sehat dan higienis karena saat ini masyarakat memprioritaskan kesehatan tubuhnya. Kebiasaan baru yang muncul di era pandemi Covid 19 ini membuat orang lebih sadar untuk menjaga kesehatan tubuh dengan menaati protokol kesehatan.

B. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas makanan pada masa pandemik covid-19 terhadap kepuasan konsumen dan niat perilaku beli ulang.

Syifaul Ummah (2021) melakukan penelitian terhadap 250 responden restoran cepat saji Burger King di Yogyakarta. Hasilnya adalah kualitas layanan dan kualitas makanan pada restoran cepat saji Burger King di masa pandemik covid-19 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu variable kepuasan pelanggan di masa pandemi covid-19 pada restoran cepat saji Burger King berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku beli ulang.

Reni Shinta Dewi (2019) dalam penelitian yang dilakukan di Kawasan Simpang Lima Semarang dengan sampel sebanyak 100 orang konsumen yang berkunjung dan makan di kawasan Simpang Lima paling sedikit 5 (lima) kali dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pemilihan lokasi yang tepat akan memudahkan konsumen mendapatkan produk yang dijual. Penetapan harga yang sesuai dengan harga pasar menjadikan konsumen mau membeli produk yang ditawarkan. Demikian halnya dengan pelayanan, semakin tanggap pedagang dalam melayani konsumen akan mengakibatkan konsumen merasa senang dan puas.

Amel dan Dian (2021) dalam penelitiannya terhadap 34 responden pengguna Gojek selama masa pandemi menyimpulkan bahwa Berdasarkan hasil analisis dari tanggapan para responden mengenai Kepuasan Konsumen pada Gojek dapat dikatakan cukup baik, terutama pada dimensi Puas terhadap pelayanan, Puas terhadap jasa, Puas terhadap perusahaan, dan Puas terhadap keseluruhan. Berdasarkan hasil pengujian Korelasi Product Moment Pearson antara pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gojek pada Masa Pandemi.

Berdasarkan kajian empiris di atas disusunlah hipotesis untuk penelitian ini yaitu
H1: Kualitas Layanan (KL) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (KP)
H2: Kualitas Makanan (KL) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (KP)

H3: Kepuasan Pelanggan (KL) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Beli Ulang (NP)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan eksplanatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang melakukan pengumpulan data untuk menggambarkan dan memberi penjelasan yang lebih mendetail mengenai fenomena dari subjek penelitian. Sedangkan penelitian eksplanatif adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antar fenomena.

Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah makan di pedagang kaki lima Gultik Bulungan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampling non probabilitas. Sampling non probabilitas adalah metode sampling di mana semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian teknik yang digunakan dalam metode sampling ini yaitu *convenience sampling* yang mana pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan dan bisa ditemui sesuai dengan yang dibutuhkan. Teknik sampling ini diaplikasikan pada responden melalui *Google Form*. Jumlah sample yang dipilih adalah 50 orang.

Instrumen untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa pernyataan (kuesioner) yang disusun menggunakan skala Likert. Setiap pernyataan mempunyai empat alternatif jawaban yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Kategori	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Penulis mengidentifikasi definisi operasional variabel yang dipakai dalam studi ini adalah sebagai berikut:

a. Kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Syifaul Ummah (2021) mengemukakan bahwa dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen meliputi indikator: (1) *tangible*/bukti fisik yaitu cara pedagang kaki lima menampilkan diri dan warung mereka secara fisik yang dapat dilihat langsung oleh konsumen, (2) *reliability* yaitu cara pedagang kaki lima memberikan fasilitas yang nyaman kepada konsumen, (3) *assurance*/jaminan yaitu cara pedagang kaki lima memberikan pelayanan yang aman kepada konsumen, (4) *responsiveness*/daya tanggap yaitu cara pedagang

kaki lima merespon konsumen dan (5) *emphaty* /empati yaitu cara pedagang kaki lima melayani konsumen dengan ramah.

b. Kualitas Makanan

Johns and Howard (1998); Kivela et al. (1999) dalam Syifaul Ummah (2021) mengemukakan bahwa kualitas makanan adalah faktor penting dalam bersantap. Indikator yang dilihat dari kualitas makanan adalah cara pedagang kaki lima memproses makanan, jenis ragam makanan dan minuman, penggunaan bahan dalam masakan, cara pedagang menyajikan makanan.

c. Kepuasan Konsumen

Menurut Kottler (2011 : 35) kepuasan konsumen mengacu pada kesenangan dan kekecewaan yang ada setelah melakukan perbandingan kinerja hasil yang dialami dari suatu produk terhadap hasil yang diharapkan. Indikator yang dilihat dari kepuasan konsumen adalah kesan terhadap makanan yang dipilih oleh konsumen, kesan terhadap warung yang dipilih oleh konsumen, kesan terhadap suasana di warung tersebut, kesan terhadap suasana di warung tersebut.

d. Niat Perilaku Beli Ulang

Lacey dan Morgan (2008) menjelaskan bahwa niat membeli kembali sebagai keputusan seseorang untuk membeli produk atau jasa tertentu dari perusahaan untuk pertama kalinya, dengan tetap mengingat kondisi dan sekitarnya saat ini. yang sama untuk kedua. Indikator yang digunakan adalah timbulnya niat beli ulang karena rekomendasi oleh konsumen lain, niat beli ulang karena puas dengan pengalaman yang diperoleh, niat beli ulang timbul karena promosi hal hal baik tentang warung.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Berdasarkan hasil tabulasi kuisioner penelitian dapat diketahui identitas responden sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin Responden

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	29	58,0%
Perempuan	21	42,0%
Total	50	100,0%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

2. Usia Responden

Pengelompokan responden berdasarkan usia

Tabel 3 Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
15 - 20	5	10,0%
21 - 25	11	22,0%
26 - 30	8	16,0%
>30	26	52,0%
Total	50	100,0%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

3. Pekerjaan Responden

Pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4 Jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Karyawan Swasta	26	52,0%
Wirausaha	6	12,0%
Ibu Rumah Tangga	5	10,0%
Pelajar / Mahasiswa	12	24,0%
Lain-lain	1	2,0%
Total	50	100,0%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

4. Pendapatan Responden

Pengelompokan responden berdasarkan jumlah pendapatan

Tabel 5 Pendapatan Responden

Pendapatan Setiap Bulan	Jumlah	Persentase
< Rp 1.000.000	10	20,0%
Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	5	10,0%
Rp 2.000.000 - Rp 3.000.000	3	6,0%
Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000	4	8,0%
Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	7	14,0%
> Rp 5.000.000	21	42,0%
Total	50	100,0%

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas
 Berdasarkan pengujian validitas untuk semua item pertanyaan dalam kuisisioner nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Nilai r-tabel adalah 0,3. Dengan demikian semua item pertanyaan dalam kuisisioner adalah valid dan item pernyataan tersebut dapat dilanjutkan untuk penelitian selanjutnya
2. Uji Reliabilitas
 Uji Reliabilitas Hasil pengolahan data untuk uji reliabilitas sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Layanan	0.916	Reliabel
2	Kualitas Makanan	0.898	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen	0.921	Reliabel
4	Niat Perilaku Beli Ulang	0.895	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

Dari tabel 8 terlihat bahwa seluruh variabel yang diuji reliabel, karena *cronbach alpha* dari hasil uji reliabilitas semuanya > 0,600.

3. Uji Regresi
 Uji Regresi Untuk mendapatkan gambaran pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Hipotesis 1 dan 2

		Coefficients ^a					
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	
		Coefficients	Std. Error	Coefficients			
		B		Beta			
1	(Constant)	.171	.998		.171	.865	
	KL	.159	.029	.688	5.522	.000	
	KM	.193	.113	.213	1.707	.094	

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Hasil Olahan Data Pimer (2021)

Untuk hipotesis 1 dan 2 yaitu :

- H1: Kualitas Layanan (KL) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (KP)
 H2: Kualitas Makanan (KL) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (KP)

Dari tabel 9 tersebut dapat terlihat bahwa untuk variabel kualitas pelayanan nilai signifikansinya 0,000 adalah lebih kecil dari level of significant (α) 0,05 sehingga variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ummah (2021) dan Reni (2019) yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dinyatakan diterima.

Sedangkan untuk variabel kualitas makanan nilai signifikansinya 0,094, lebih besar dari level of significant (α) 0,05 sehingga variabel kualitas makanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ummah (2021) dan Hafrizal (2019). Dalam penelitian mereka, kualitas makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk Ummah (2021) penelitian dilakukan di restoran cepat saji Burger King. Sedangkan Hafrizal (2019) melakukan penelitian pada konsumen yang melakukan pembelian pada pedagang Langkitang kaki lima di kawasan objek wisata Pantai Padang. Hasil responden menunjukkan bahwa Burger King memiliki kualitas makanan yang baik dan aman. Adapun aspek yang berkaitan dengan kualitas makanan adalah rasa, kesegaran, tingkat kematangan, penyajian, nilai gizi dan keamanan. Dalam hal ini konsumen mempertimbangkan aspek tersebut saat memutuskan membeli produk.

Pedagang kaki lima di kawasan Bulungan ini bergabung menjadi beberapa paguyuban dan tiap paguyuban mempunyai satu dapur bersama yang digunakan untuk memasak beberapa pedagang sekaligus. Hal ini kemungkinan yang menyebabkan rasa makanan untuk beberapa pedagang mirip antara satu dengan yang lain. Dari sisi biaya produksi, dengan memasak lebih banyak sekaligus, akan menyebabkan biaya produksi per porsi menjadi lebih murah. Hal ini kemungkinan yang menyebabkan harga jual produk untuk semua pedagang di kawasan tersebut adalah sama.

Selain itu kualitas makanan menjadi sesuatu yang tidak terlalu diperhatikan oleh konsumen karena ketika mereka memilih untuk makan di salah satu pedagang, mereka lebih mempertimbangkan kenyamanan tempat, pelayanan dari pedagang atau mungkin juga kedekatan relasi mereka dengan pedagang. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen dinyatakan ditolak.

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel-variabel independent secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependent dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8. Hasil Uji F Hipotesis 1 dan 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.657	2	90.329	74.140	.000 ^a
	Residual	57.263	47	1.218		
Total		237.920	49			

a. Predictors: (Constant), KM, KL

b. Dependent Variable: KP

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

Berdasarkan tabel hasil uji F di atas dapat diketahui signifikansi 0,000 lebih kecil dari level of significant (α) 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas makanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pedagang kaki lima di kawasan Bulungan Jakarta.

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 ^a	.759	.749	1.104

a. Predictors: (Constant), KM, KL

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

Berdasarkan tabel hasil perhitungan koefisien determinasi di atas dapat diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kualitas makanan konsumen sebesar 75,9%. Adapun 24,1% dijelaskan oleh variabel lain selain kualitas pelayanan dan kualitas makanan.

Untuk hipotesis 3 yaitu :

H3: Kepuasan Pelanggan (KL) berpengaruh positif terhadap Niat Perilaku Beli Ulang (NP)

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Hipotesis 3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.600	.710		2.254	.029
	KP	.627	.058	.840	10.740	.000

a. Dependent Variable: NP

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

Dari tabel 12 tersebut dapat terlihat bahwa untuk variabel kepuasan pelanggan nilai signifikansinya 0,000 adalah lebih kecil dari level of significant (α) 0,05 sehingga variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku beli ulang.. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ummah (2021) bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat perilaku beli ulang. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap niat perilaku beli ulang dinyatakan diterima.

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.706	.700	.901

a. Predictors: (Constant), KP

Sumber: Hasil Olahan Data Primer (2021)

Berdasarkan tabel hasil perhitungan koefisien determinasi di atas dapat diketahui bahwa variabel niat perilaku beli ulang dapat dijelaskan oleh kepuasan konsumen sebesar 70,6%. Adapun 29,4% dijelaskan oleh variabel lain selain kepuasan konsumen.

E. SIMPULAN

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang penulis lakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan pedagang kaki lima di kawasan Bulungan, Jakarta berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Kualitas makanan pedagang kaki lima di kawasan Bulungan, Jakarta tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Kepuasan konsumen terhadap pedagang kaki lima di kawasan Bulungan, Jakarta berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku beli ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amel Aprillia dan Dian Chandra Fatihah, 2021, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Bandung”, *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, Volume 9 Issue 1 2021 Pages 242-257*, STKIP PGRI Situbondo
- Andi. 2015. *Pengolahan Data Statistik dengan SPSS 19*. ISBN: 979-731-497-9. Semarang: Wahana Komputer dan Andi.

- Kotler, Philip and Kevin L. Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P, 2010, *Kotler on Marketing : Bagaimana Menciptakan, Memenangi dan Mendominasi Pasar*, Jakarta, PT. Kharisma Publishing.
- Reni Shinta Dewi, 2019, “*Analisis Kepuasan Konsumen pada Pedagang Kaki Lima di Kawasan Simpan Lima Semarang*”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 5 No.1 hal. 13-23. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro
- Rika Fitri Ramayani; Emi Sukmawati, 2021, “*Analisis Dampak Masa Pandemi Dan New Normal Terhadap Pedagang Kaki Lima (Losapa) Lontong Sayur Padang Pasar Tradisional 16 Ilir Kota Palembang*” *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, Volume 5 Nomor 1, Desember 2021 hal 457-466
- ,Syifaul Ummah, 2021, “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Makanan Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Restoran Cepat Saji Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Perilaku Beli Ulang Burger King Di Yogyakarta*”, Skripsi, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta