

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Ciccia Ristorante adalah salah satu restoran berkelas untuk kategori restoran dan steak house otentik dengan mengusung konsep dari Italia. Restoran ini kental sekali dengan budaya Italia ketika melayani pengunjung dengan aneka ragam steak yang berciri khas Italia. Ciccia Ristorante menghadirkan banyak menu dan bahkan lebih dari 75 menu yang merupakan sajian khas dari negara Italia dan merupakan karya dari chef Matteo Meacci.

Ciccia Ristorante memiliki salah satu bentuk signature dish yaitu dry aged steak yang hanya sedikit restoran yang menyajikan menu khusus ini. Menu ini juga digunakan sebagai salah satu identitas dari Ciccia Ristorante sehingga lebih dikenal dengan diferensiasinya berdasarkan penilaian pengunjung. Ciccia Ristorante menghadirkan konsep Eropa modern dengan mendesain internal resto yang sangat nyaman untuk pengunjung.



Gambar 4.1 Salah satu Tampilan Ruang Ciccia Ristorante di Surabaya

Restoran ini berusaha untuk tampil beda di antara restoran lainnya dengan mengutamakan nuansa khas Eropa dan menu khas Italia. Ciccia Ristorante buka

setiap hari mulai jam 09.00 s/d 24.00. Pada akhir pekan biasanya banyak pengunjung yang mengunjungi restoran ini dengan motif mendapatkan menu steak dan relaksasi dengan suasana yang nyaman.

4.2 Data Penelitian

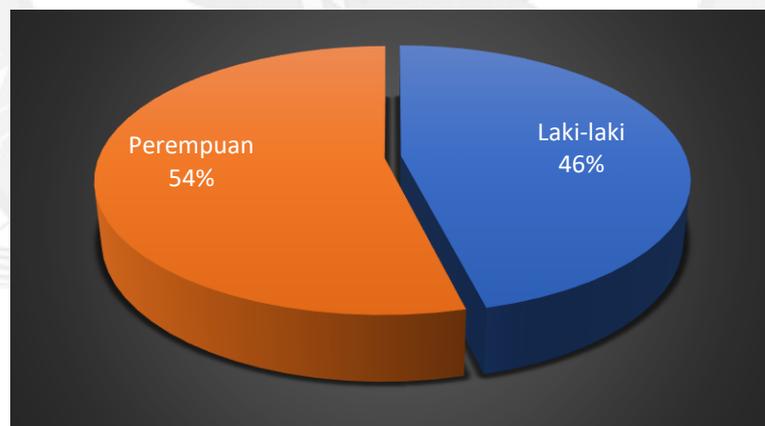
4.2.1 Profil Responden Penelitian

Responden penelitian ini adalah pengunjung Ciccia Ristorante yang bersedia untuk menjadi responden penelitian. Jumlah keseluruhan responden sebanyak 115 pengunjung dan gambaran mengenai pengunjung Ciccia Ristorante yang menjadi responden penelitian ditunjukkan pada tabel dan gambar berikut:

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	53	46,1
Perempuan	62	53,9
Jumlah	115	100

Sumber: Data diolah (2023)



Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Data diolah (2023)

Persentase responden laki-laki dan perempuan relatif sama karena masing-masing sebesar 54% perempuan dan 46% laki-laki. Responden perempuan cenderung lebih banyak karena umumnya para wanita menyukai belanja di luar

rumah termasuk untuk keperluan menikmati makanan seperti yang dijual Ciccia Ristorante.

Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia

Kelompok usia	Frekuensi	Persentase
18-35 tahun	103	89,6
36-50 tahun	10	8,7
51-60 tahun	2	1,7
Total	115	100

Sumber: Data diolah (2023)



Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Sumber: Data diolah (2023)

Kelompok usia pengunjung menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung dengan usia 18-35 tahun dengan persentase dominan yaitu 89%. Selebihnya hanya terdapat persentase kecil untuk responden usia antara 36-50 tahun dan 51-60 tahun. Banyaknya usia muda pada responden penelitian ini karena jenis menu yang disajikan oleh Ciccia Ristorante adalah menu yang banyak diminati kalangan muda.

4.2.2 Analisis Variabel Penelitian

Berdasarkan model penelitian, terdapat sejumlah variabel yang dilakukan analisis, meliputi: promosi, product knowledge, *customer service*, *service quality*, *customer satisfaction*, dan *behavioral intention*. Analisis terhadap setiap variasi

didasarkan jawaban responden penelitian sesuai dengan skor jawabannya. Nilai rata-rata dari setiap indikator juga dikelompokkan untuk mengetahui seberapa setuju responden terhadap setiap pernyataan. Pada analisis ini juga disertakan nilai standar deviasi yang menunjukkan seberapa tinggi perbedaan jawaban antar responden pada setiap pernyataan.

4.2.2.3 Analisis Variabel

Analisis terhadap variabel promosi dilakukan menurut penilaian responden yaitu berdasarkan pada jawaban responden untuk setiap indikator. Nilai rata-rata dari setiap indikator sebagaimana jawaban responden ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Analisis Variabel Promosi

Idk	Pernyataan	Nilai rata-rata	Standar deviasi
P1	Instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya relevan bagi saya	3,63 (setuju)	0,60
P2	Saya tertarik dengan instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya	3,62 (setuju)	0,63
P3	Instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya sangat berharga bagi saya. Contoh: promosi di <i>instagram ads</i>	3,57 (setuju)	0,69

Sumber: Data diolah (2023)

Menurut penilaian responden sesuai jawaban di kuesioner untuk pernyataan mengenai pernyataan Instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya relevan bagi saya dengan nilai rata-rata sebesar 3,63 dan dikategorikan setuju, artinya secara keseluruhan responden menyetujui jika Ciccia Ristorante memiliki instagram yang relevan,

Responden setuju dengan pernyataan “Saya tertarik dengan instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya” karena nilai rata-ratanya sebesar 3,62 dan termasuk

kategori setuju. Untuk itu, bisa dijelaskan bahwa ketertarikan terhadap instagram Ciccia Ristorante menunjukkan promosi dari pihak Ciccia Ristorante adalah berhasil karena menarik perhatian responden.

Promosi juga dijelaskan dari pernyataan “Instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya sangat berharga bagi saya. Contoh: promosi di *instagram ads*” dan jawaban responden adalah setuju. Jawaban setuju ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden menganggap isntagram merupakan program promosi yang memiliki nilai sehingga dinilai berharga oleh responden. Nilai rata-rata sebesar 3,57 yang termasuk kategori setuju menguatkan dari temuan ini.

Nilai standar deviasi dari setiap pernyataan adalah berbeda-beda, hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden adalah berbeda-beda untuk setiap pernyataan. Nilai standar deviasi tertinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut dengan jawaban yang semakin berbeda-beda. Nilai standar deviasi yang semakin renda menunjukkan bahwa jawaban responden adalah semakin seragam.

4.2.2.4 Analisis Variabel Variabel Product knowledge

Analisis terhadap variabel product knowledge dilakukan menurut penilaian responden yaitu berdasarkan pada jawaban responden untuk setiap indikator. Nilai rata-rata dari setiap indikator sebagaimana jawaban responden ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Analisis Variabel Product knowledge

Idk	Pernyataan	Nilai rata-rata	Standar deviasi
PK1	Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya mampu menjelaskan menu terbaik jelas	3,53 (setuju)	0,68
PK2	Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya dapat memberikan informasi terperinci mengenai menu <i>best seller</i> yang dimiliki oleh Ciccia Ristorante	3,49 (setuju)	0,72
PK3	Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya dapat menjelaskan dengan baik gizi yang terdapat dalam menu yang saya pesan	3,49 (setuju)	0,68
PK4	Pelayan Ciccia Ristorante mampu memberikan rekomendasi menu yang sesuai dengan kebutuhan saya	3,52 (setuju)	0,68

Sumber: Data diolah (2023)

Responden memberi jawaban setuju jika pelayan Ciccia Ristorante Surabaya mampu menjelaskan menu terbaik secara jelas. Kemampuan dalam memberikan penjelasan ini dianggap sudah memadai sehingga responden menyatakan setuju jika pelayanan memiliki product knowledge terkait dengan berbagai informasi mengenai produk.

Berdasarkan penilaian responden, juga bisa dijelaskan bahwa secara keseluruhan responden setuju jika pelayan Ciccia Ristorante Surabaya dapat memberikan informasi terperinci mengenai menu *best seller* yang dimiliki oleh Ciccia Ristorante. Responden menilai bahwa pelayan bisa memberikan informasi-informasi secara erinci mengenai produk sebagaimana yang diinginkan oleh responden.

Menurut penilaian responden juga diperoleh jawaban setuju bahwa pelayan Ciccia Ristorante Surabaya dapat menjelaskan dengan baik gizi yang terdapat dalam menu yang dipesan pengunjung. Pelayan dinilai memahami kandungan gizi dalam produk sehingga bisa menjelaskan keuntungan-keuntungan dari produk yang dipesan oleh pengunjung.

Membeli penilaian responden, ternyata pelayan Ciccia Ristorante dianggap mampu memberikan rekomendasi menu yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Hal ini didasarkan dari jawaban responden yang setuju terhadap pernyataan tersebut. Responden menilai bahwa pelayanan memiliki pengetahuan dan pengenalan mengenai pengunjung sehingga paham terhadap kebutuhan yang harus dipenuhi oleh pengunjung dari menu yang disajikan.

Nilai standar deviasi dari setiap pernyataan product knowledge adalah berbeda-beda, hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden adalah berbeda-beda untuk setiap pernyataan. Nilai standar deviasi tertinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut dengan jawaban yang semakin berbeda-beda. Nilai standar deviasi yang semakin rendah menunjukkan bahwa jawaban responden adalah semakin seragam.

4.2.2.3 Analisis Variabel *Customer service*

Analisis terhadap variabel customer service dilakukan menurut penilaian responden yaitu berdasarkan pada jawaban responden untuk setiap indikator. Nilai rata-rata dari setiap indikator sebagaimana jawaban responden ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Analisis Variabel *Customer service*

Idk	Pernyataan	Nilai rata-rata	Standar deviasi
CSv1	Ciccia Ristorante Surabaya mampu memberikan layanan dengan tepat waktu	3,57 (setuju)	0,59
CSv2	Ciccia Ristorante Surabaya dapat membantu saya dalam menyelesaikan masalah	3,57 (setuju)	0,59
CSv3	Ciccia Ristorante Surabaya selalu sigap dalam membantu memenuhi keinginan saya	3,52 (setuju)	0,61
CSv4	Ciccia Ristorante Surabaya memiliki kualitas komunikasi yang baik dalam merespon permintaan saya	3,68 (setuju)	0,80

Sumber: Data diolah (2023)

Menurut penilaian responden, Ciccia Ristorante Surabaya dinilai mampu memberikan layanan dengan tepat waktu. Secara keseluruhan dilihat dari nilai rata-rata jawaban bisa dijelaskan bahwa responden menyetujui jika Ciccia Ristorante Surabaya dinilai mampu memberikan layanan dengan tepat waktu, artinya bahwa pihak resto sudah memiliki standar baku dalam SOP layanan sehingga bisa memberikan layanan yang dianggap tepat waktu.

Secara keseluruhan dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden, diketahui bahwa responden menyatakan setuju jika Ciccia Ristorante Surabaya dapat membantu pengunjung dalam menyelesaikan masalah. Hal ini termasuk dari customer service karena merupakan sebuah bentuk pelayanan kepada pengunjung restoran. Kemampuan untuk memberikan bantuan dalam menyelesaikan masalah juga bisa dianggap sebagai sebuah komitmen pihak resto terhadap pelanggan.

Ciccia Ristorante Surabaya juga dinilai selalu sigap dalam membantu memenuhi keinginan pengunjung. Secara keseluruhan, pengunjung menyatakan setuju jika semua staf maupun pelayanan bisa secara sigap memberikan bantuan yang dibutuhkan oleh pengunjung selama mengunjungi Ciccia Ristorante. Kesigapan ini juga merupakan bagian dari layanan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa semakin dimanjakan.

Ciccia Ristorante Surabaya memiliki kualitas komunikasi yang baik dalam merespon permintaan pengunjung. Secara keseluruhan responden menyatakan setuju atas kemampuan komunikasi ini sehingga tidak terdapat miss communication dalam pelayanan kepada pengunjung. Ketika layanan yang diberikan oleh pelayan

kepada pengunjung tepat sesuai kemauan pengunjung berarti layanan yang diberikan semakin maksimal bagi pengunjung.

Nilai standar deviasi dari setiap pernyataan customer service adalah berbeda-beda, hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden adalah berbeda-beda untuk setiap pernyataan. Nilai standar deviasi tertinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut dengan jawaban yang semakin berbeda-beda. Nilai standar deviasi yang semakin rendah menunjukkan bahwa jawaban responden adalah semakin seragam.

4.2.2.4 Analisis Variabel *Service quality*

Analisis terhadap variabel *service quality* dilakukan menurut penilaian responden yaitu berdasarkan pada jawaban responden untuk setiap indikator. Nilai rata-rata dari setiap indikator sebagaimana jawaban responden ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Analisis Variabel *Service quality*

Idk	Pernyataan	Nilai rata-rata	Standar deviasi
SQ1	Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya menyajikan makanan sama persis seperti yang dipesan	3,72 (setuju)	0,60
SQ2	Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya memberikan layanan dengan ramah	3,79 (setuju)	0,61
SQ3	Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya selalu bersedia membantu memenuhi keinginan saya	3,76 (setuju)	0,59
SQ4	Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya dapat membuat saya merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan	3,78 (setuju)	0,56

Sumber: Data diolah (2023)

Pengunjung Ciccia Ristorante yang menjadi responden penelitian ini menyetujui jika pelayan Ciccia Ristorante Surabaya menyajikan makanan sama persis seperti yang dipesan pengunjung. Berdasarkan nilai rata-rata jawaban termasuk kategori setuju, artinya bahwa secara keseluruhan memang pengunjung

sudah merasa bahwa pelayanan tidak melakukan kesalahan dalam memenuhi pesanan yang diinginkan oleh pengunjung Ciccia Ristorante.

Keramahan juga ditunjukkan dari staf maupun pelayanan Ciccia Ristorante. Secara keseluruhan pengunjung menyetujui jika pelayan Ciccia Ristorante Surabaya memberikan layanan dengan ramah. Jawaban yang setuju ini mengartikan bahwa selama ini (berdasarkan pengalaman pengunjung) maka staf dan pelayan memang mengesankan keramahan ketika melayani pengunjung.

Menurut penilaian pengunjung Ciccia Ristorante yang menjadi responden penelitian ini, bisa dijelaskan bahwa secara keseluruhan pengunjung menyatakan setuju bahwa pelayan Ciccia Ristorante Surabaya selalu bersedia membantu memenuhi keinginan pengunjung. Pihak staf maupun pelayan meluangkan waktu untuk bisa memenuhi keinginan pengunjung, dan hal ini merupakan salah satu bentuk layanan yang berkualitas untuk pengunjung.

Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya juga dinilai mampu membuat pengunjung merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini didasari nilai rata-rata jawaban responden yang termasuk kategori setuju, artinya secara keseluruhan pengunjung merasa nyaman ketika mendapati layanan dari staf atau pelayan di Ciccia Ristorante. Kenyamanan ini merupakan salah satu bentuk layanan yang berkualitas karena menyentuh aspek psikologis dari pengunjung.

Nilai standar deviasi dari setiap pernyataan service quality adalah berbeda-beda, hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden adalah berbeda-beda untuk setiap pernyataan. Nilai standar deviasi tertinggi menunjukkan bahwa indikator

tersebut dengan jawaban yang semakin berbeda-beda. Nilai standar deviasi yang semakin rendah menunjukkan bahwa jawaban responden adalah semakin seragam.

4.2.2.5 Analisis Variabel *Customer satisfaction*

Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung ketika mengunjungi Ciccia Ristorante juga didasarkan dari jawaban pengunjung. Berdasarkan nilai rata-rata jawaban, maka diketahui tanggapan atas kepuasan pada setiap indikator pengukur kepuasan.

Tabel 4.7 Analisis Variabel *Customer satisfaction*

Idk	Pernyataan	Nilai rata-rata	Standar deviasi
CSf1	Saya merasa puas dengan pengalaman secara keseluruhan di Ciccia Ristorante Surabaya	3,73 (setuju)	0,64
CSf2	Saya merasa puas akan kualitas makanan di Ciccia Ristorante Surabaya	3,61 (setuju)	0,63
CSf3	Saya sangat menikmati diri ketika berada di Ciccia Ristorante Surabaya	3,68 (setuju)	0,63

Berdasarkan jawaban pengunjung (yang menjadi responden penelitian) bahwa pengunjung merasa puas dengan pengalaman secara keseluruhan di Ciccia Ristorante Surabaya. Nilai rata-rata yang masuk kategori setuju menguatkan temuan ini. Pengunjung merasa bahwa mendapatkan pengalaman-pengalaman yang sesuai dengan harapan dan keinginan pengunjung sehingga memberikan kesan yang positif.

Pengunjung juga merasa puas atas kualitas makanan di Ciccia Ristorante Surabaya. Kepuasan ini ditunjukkan dari nilai rata-rata yang termasuk kategori setuju. Kualitas makanan di Ciccia Ristorante sebagaimana yang dikehendaki oleh pengunjung dinilai berkualitas sehingga secara keseluruhan pengunjung menyetujuinya.

Berdasarkan penilaian pengunjung, ternyata pengunjung menyetujui jika merasa sangat menikmati diri ketika berada di Ciccia Ristorante Surabaya. Pengunjung merasa nyaman berada di lokasi Ciccia Ristorante. Kenyamanan yang dirasakan ini menggambarkan rasa kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung.

Nilai standar deviasi dari setiap pernyataan kepuasan pengunjung adalah berbeda-beda, hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden adalah berbeda-beda untuk setiap pernyataan. Nilai standar deviasi tertinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut dengan jawaban yang semakin berbeda-beda. Nilai standar deviasi yang semakin rendah menunjukkan bahwa jawaban responden adalah semakin seragam.

4.2.2.6 Analisis Variabel Variabel *Behavioral intention*

Intensi perilaku pengunjung di Ciccia Ristorante didasarkan dari jawaban pengunjung. Berdasarkan nilai rata-rata jawaban, maka diketahui tanggapan atas kepuasan pada setiap indikator pengukur kepuasan.

Tabel 4.8 Analisis Variabel *Behavioral intention*

Idk	Pernyataan	Nilai rata-rata	Standar deviasi
BI1	Saya ingin kembali ke Ciccia Ristorante Surabaya	3,70 (setuju)	0,66
BI2	Saya akan mempertimbangkan untuk mengunjungi kembali Ciccia Ristorante Surabaya di masa mendatang	3,65 (setuju)	0,61
BI3	Saya akan merekomendasikan Ciccia Ristorante Surabaya kepada teman saya	3,48 (setuju)	0,63
BI4	Saya akan mengatakan hal-hal positif mengenai Ciccia Ristorante Surabaya kepada orang lain	3,64 (setuju)	0,65
BI5	Saya akan mendorong orang lain untuk mengunjungi Ciccia Ristorante Surabaya	3,51 (setuju)	0,60

Sumber: Data diolah (2023)

Berkaitan dengan intensi perilakunya, pengunjung merasa ingin kembali ke Ciccia Ristorante Surabaya di masa depan. Keinginan ini didasarkan pada jawaban keseluruhan pengunjung yang menyatakan setuju jika memiliki keinginan mengunjungi kembali Ciccia Ristorante. Keinginan untuk berkunjung ulang merupakan salah satu bentuk dari intensi perilaku yang positif dalam hubungan interaksi dengan Ciccia Ristorante.

Pengunjung juga menyetujui jika akan mempertimbangkan untuk mengunjungi kembali Ciccia Ristorante Surabaya di masa mendatang. Jawaban pengunjung ini mengindikasikan bahwa kunjungan ke Ciccia Ristorante juga dilakukan melalui serangkaian pertimbangan sehingga pengunjung bisa memastikan kunjungan ke Ciccia Ristorante adalah kunjungan yang tepat karena melalui serangkaian pertimbangan.

Berdasarkan jawaban pengunjung yang termasuk kategori setuju untuk kesediaan merekomendasikan Ciccia Ristorante Surabaya kepada teman, maka bisa dijelaskan bahwa intensi perilaku dari pengunjung adalah positif. Intensi perilaku yang positif ini menunjukkan bahwa pengunjung berusaha membantu Ciccia Ristorante dengan memberikan rekomendasi kepada teman. Kesediaan memberikan rekomendasi ini merupakan salah satu bentuk intensi perilaku yang positif.

Secara keseluruhan, ternyata pengunjung juga menyetujui jika akan mengatakan hal-hal positif mengenai Ciccia Ristorante Surabaya kepada orang lain. Informasi yang positif ini merupakan sebuah bentuk referensi bagi pengunjung lain. Perilaku ini juga menunjukkan intensi perilaku yang positif karena dengan

memberikan informasi yang positif mengenai Ciccia Ristorante berarti membantu Ciccia Ristorante dalam memasarkan ps dan layanan.

Secara keseluruhan, pengunjung juga setuju jika akan mendorong orang lain untuk mengunjungi Ciccia Ristorante Surabaya. Kesiediaan ini merupakan sebuah perilaku positif yang menguntungkan pihak Ciccia Ristorante. Mendorong orang lain mengunjungi Ciccia Ristorante berarti pengunjung bersedia memberikan informasi yang sifatnya persuasif kepada pengunjung lain= agar mengunjungi Ciccia Ristorante.

Nilai standar deviasi dari setiap pernyataan intensi perilaku pengunjung adalah berbeda-beda, hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden adalah berbeda-beda untuk setiap pernyataan. Nilai standar deviasi tertinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut dengan jawaban yang semakin berbeda-beda. Nilai standar deviasi yang semakin rendah menunjukkan bahwa jawaban responden adalah semakin seragam.

4.2.3 Pengujian Kualitas Data

Semua data yang digunakan dalam penelitian perlu dipastikan kualitasnya agar informasi yang didapatkan juga tidak bias (tidak jelas). Data yang diuji kualitasnya adalah data jawaban responden sesuai isian dalam kuesioner.

4.2.3.1 Analisis Outlier

Jumlah responden yang besar juga memungkinkan terjadinya jawaban yang ekstrim. Jawaban ekstrim tidak dikehendaki dalam sebuah penelitian karena akan mengaburkan informasi. Jawaban dinyatakan ekstrim jika jawaban responden sangat berbeda dengan jawaban responden secara umum, Uji kualitas data yang

tidak mengandung data ekstrim menggunakan uji outlier berdasarkan nilai mahalanobis distance.

Untuk bisa memberikan evaluasi tase kualitas data, maka perlu dipahami batasan data yang dinyatakan ekstrim. Batasan ini bisa ditentukan dengan fungsi “chiinv(0;001;jumlah indikator) pada program excel. Dengan jumlah indikator sebanyak 23 indikator maka perhitungan menunjukkan nilai sebesar 49,278. Sedangkan berdasarkan keluaran (output) AMOs mak nilai mahalanobis distance ditunjukkan berikut:

Tabel 4.9 Mahalanobis Distance (Uji outlier)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
2	46,561	0,003	0,254
51	37,876	0,026	0,808
82	33,847	0,067	0,986
92	32,926	0,082	0,988
100	32,388	0,092	0,984
81	31,944	0,101	0,98
106	31,523	0,11	0,976

Sumber: Data Penelitian, diolah (2022)

Keluaran AMOS menunjukkan nilai sebesar 46,561 sebagai nilai mahalanobis tertinggi dari keseluruhan responden. Nilai mahalanobis tertinggi tersebut pada urutan responden kedua. Sedangkan nilai mahalanobis yang lainnya berada di bawahnya. Berdasarkan data ini, uji outlier terpenuhi karena nilai tertinggi mahalanobis distance tertinggi (46,561) lebih rendah dibandingkan batasannya yaitu 49,278.

4.2.3.2 Analisis Normalitas Data

Data penelitian juga disyaratkan memenuhi pengujian kedua yaitu data berdistribusi normal. Pengujian didasarkan dari *critical ratio (c.r) multivariate* yang disyaratkan nilainya berada antara -2,58 dan batas atas 2,58. Jika nilai *c.r* tersebut berada di antara batas bawah dan batas atas maka data dinyatakan normal.

Tabel 4.10 Analisis Normalitas Data

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
SQ4	3	5	-0,032	-0,138	-0,262	-0,573
BI5	2	5	-0,05	-0,22	-0,421	-0,921
BI4	2	5	-0,256	-1,122	-0,014	-0,031
PK4	2	5	-0,079	-0,345	-0,214	-0,467
CSv4	2	5	0,333	1,456	-0,862	-1,888
BI3	2	5	-0,133	-0,583	-0,309	-0,677
BI2	2	5	-0,363	-1,589	0,045	0,099
BI1	2	5	-0,114	-0,498	-0,123	-0,269
SQ1	3	5	0,195	0,852	-0,58	-1,269
SQ2	2	5	-0,078	-0,34	-0,085	-0,187
SQ3	3	5	0,1	0,436	-0,462	-1,012
CSv1	2	5	0,25	1,096	-0,545	-1,193
CSv2	2	5	0,219	0,957	-0,547	-1,197
CSv3	2	5	0,263	1,151	-0,384	-0,84
CSf1	2	5	-0,506	-2,215	0,481	1,053
CSf2	2	5	-0,309	-1,355	-0,053	-0,117
CSf3	2	5	-0,271	-1,185	0,049	0,108
PK1	2	5	-0,279	-1,221	-0,174	-0,381
PK2	2	5	0,117	0,514	-0,253	-0,554
PK3	2	5	0,215	0,943	-0,207	-0,453
P1	1	5	-0,618	-2,705	1,798	3,935
P2	1	5	-0,767	-3,359	1,658	3,63
P3	1	5	-0,186	-0,816	0,787	1,723
Multivariate					-4,155	-0,657

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil olah data pada tabel di atas menunjukkan nilai *c.r multivariate* sebesar 0,98, dan berdasarkan pada ketentuan pengujian berada nilainya masih di antara -

2,58 dan 2,58. Hasil pengujian ini memastikan bahwa data penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

4.2.3.3 Analisis Validitas Data dan Reliabilitas

Data diuji validitasnya menggunakan *extracted variance* untuk mendapati informasi bahwa data jawaban adalah valid. Data dinyatakan valid jika nilai *extracted variance* di 0,50 ke atas. Sedangkan pengujian reliabilitas menggunakan *construct reliability* dan data dinyatakan reliabel ketika nilainya di atas 0,70.

Tabel 4.11. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi

Indikator	Lambda (λ_j)	Lambda Kuadrat (λ^2)	Error ($1 - \lambda^2$)
P1	0,908	0,824	0,176
P2	0,705	0,497	0,503
P3	0,676	0,457	0,543
Σ	2,289	1,778	1,222

Sumber: Data Penelitian (2023).

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum Std Loading^2}{\sum Std Loading^2 + \sum E_j} = 0,59$$

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum Std Loading)^2}{(\sum Std Loading)^2 + \sum E_j} = 0,81$$

Tabel 4.12. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Variabel Product Knowledge

Indikator	Lambda (λ_j)	Lambda Kuadrat (λ^2)	Error ($1 - \lambda^2$)
PK1	0,714	0,510	0,490
PK2	0,896	0,803	0,197
PK3	0,859	0,738	0,262
PK4	0,856	0,733	0,267
Σ	3,325	2,783	1,217

Sumber: Data Penelitian (2023).

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum Std Loading^2}{\sum Std Loading^2 + \sum E_j} = 0,70$$

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum E_j} = 0,90$$

Tabel 4.13. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Variabel Customer Service

Indikator	Lambda (λ)	Lambda Kuadrat (λ^2)	Error
			($1 - \lambda^2$)
CSv1	0,790	0,624	0,376
CSv2	0,775	0,601	0,399
CSv3	0,790	0,624	0,376
CSv4	0,867	0,752	0,248
\sum	3,222	2,601	1,399

Sumber: Data Penelitian (2023).

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{Std Loading}^2}{\sum \text{Std Loading}^2 + \sum E_j} = 0,65$$

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum E_j} = 0,88$$

Tabel 4.14. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Variabel Service Quality

Indikator	Lambda (λ)	Lambda Kuadrat (λ^2)	Error
			($1 - \lambda^2$)
SQ1	0,634	0,402	0,598
SQ2	0,781	0,610	0,390
SQ3	0,755	0,570	0,430
SQ4	0,668	0,446	0,554
\sum	2,838	2,028	1,972

Sumber: Data Penelitian (2023).

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{Std Loading}^2}{\sum \text{Std Loading}^2 + \sum E_j} = 0,51$$

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Std Loading})^2}{(\sum \text{Std Loading})^2 + \sum E_j} = 0,80$$

Tabel 4.15. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Variabel Customer Satisfaction

Indikator	Lambda (λ)	Lambda Kuadrat (λ^2)	Error
			($1 - \lambda^2$)
CSf1	0,747	0,558	0,442
CSf2	0,842	0,709	0,291
CSf3	0,771	0,594	0,406

Σ	2,360	1,861	1,139
----------	-------	-------	-------

Sumber: Data Penelitian (2023).

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum Std Loading^2}{\sum Std Loading^2 + \sum E_j} = 0,62$$

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum Std Loading)^2}{(\sum Std Loading)^2 + \sum E_j} = 0,83$$

Tabel 4.16. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Variabel Behavioral Intention

Indikator	Lambda (λ)	Lambda Kuadrat (λ^2)	Error
			($1 - \lambda^2$)
BI1	0,798	0,637	0,363
BI2	0,776	0,602	0,398
BI3	0,742	0,551	0,449
BI4	0,613	0,376	0,624
BI5	0,593	0,352	0,648
Σ	3,522	2,517	2,483

Sumber: Data Penelitian (2023).

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum Std Loading^2}{\sum Std Loading^2 + \sum E_j} = 0,50$$

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum Std Loading)^2}{(\sum Std Loading)^2 + \sum E_j} = 0,83$$

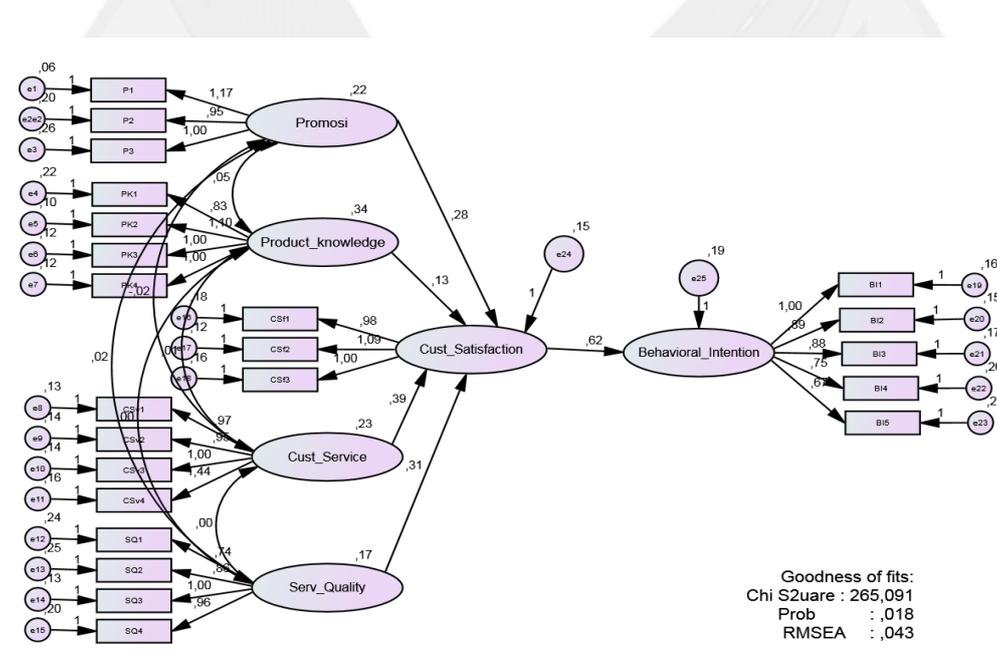
Kesimpulan dari pengujian validitas dan reliabilitas ini yaitu nilai *variance extracted* sebesar 0,50 ke atas ($\geq 0,50$) sehingga dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas menggunakan construct reliabilty didasarkan nilai 0,70 ke atas. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa keseluruhan variabel penelitian memenuhi uji validitas sekaligus uji reliabilitas.

4.2.2 Analisis Model Penelitian

Model penelitian terdiri dari full structural model dan model konfirmatori yang menunjukkan hubungan yang terjadi antara indikator penelitian dengan variabel masing-masing indikator tersebut.

4.2.2.1 Full Structural Model

Model keseluruhan ditunjukkan dalam path diagram dan menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antar variabel. Gambar berikut menunjukkan model secara keseluruhan.



Gambar 4.4 Full Structural Model
Sumber: data Penelitian, diolah (2022)

Model keseluruhan merupakan hasil gabungan antara konfirmatori dan model struktural sesuai dengan hubungan antar variabel yang dirumuskan.

4.2.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori

Nilai loading dari setiap indikator pada setiap variabel menunjukkan model konfirmatori yaitu kemampuan untuk menjadi penjelas dari variabel tersebut. Semakin tinggi nilainya diartikan bahwa indikator tersebut dengan kemampuan penjelas yang semakin baik, dan demikian pula sebaliknya. Untuk mengetahui tingkat signifikansi dari kemampuan setiap indikator menjadi penjelas variabelnya ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.17 Uji Bobot dari Faktor dan Nilai *Loading*nya Indikator

Variabel dan Indikator	Estimate	S.E.	C.R.	P*
P2 <--- Promosi	0,952	0,145	6,572	***
P1 <--- Promosi	1,168	0,181	6,46	***
P3 <--- Promosi	1			
PK2 <--- Product knowledge	1,101	0,09	12,233	***
PK1 <--- Product knowledge	0,83	0,095	8,719	***
PK3 <--- Product knowledge	1			
CSf2 <--- Cust Satisfaction	1,094	0,13	8,42	***
CSf1 <--- Cust Satisfaction	0,985	0,129	7,637	***
CSf3 <--- Cust Satisfaction	1			
CSv2 <--- Cust Service	0,95	0,112	8,494	***
CSv1 <--- Cust Service	0,971	0,108	9,007	***
CSv3 <--- Cust Service	1			
SQ2 <--- Serv Quality	0,86	0,177	4,851	***
SQ1 <--- Serv Quality	0,736	0,161	4,558	***
SQ3 <--- Serv Quality	1			
BI2 <--- Behavioral Intention	0,89	0,107	8,28	***
BI3 <--- Behavioral Intention	0,877	0,109	8,054	***
BI1 <--- Behavioral Intention	1			
CSv4 <--- Cust Service	1,435	0,155	9,244	***
PK4 <--- Product knowledge	0,996	0,087	11,506	***
BI4 <--- Behavioral Intention	0,754	0,122	6,161	***
BI5 <--- Behavioral Intention	0,669	0,112	5,983	***
SQ4 <--- Serv Quality	0,959	0,18	5,321	***

Sumber: Data diolah (2023)

*** = signifikan

TSetiap indikator dengan nilai *c.r* di atas 2,00, dan nilai 2,00 adalah batasan untuk bisa dinyatakan bahwa indikator memiliki kemampuan signifikan menjadi penjelas variabelnya masing-masing. Keseluruhan indikator dengan nilai *c.r* di atas 2,00 sehingga model konfirmatori ini dinyatakan signifikan.

4.2.2.3 Pengujian Model

Sebuah model menjelaskan hubungan antar variabel, dan model tersebut juga harus dilakukan pengujian untuk memastikan bahwa model dalam path diagram mendapatkan dukungan dari jawaban responden. Pengukurannya menggunakan beberapa indikator dan kesimpulan dibuat berdasarkan hasil pengukuran secara keseluruhan.

Tabel 4.18 Goodness of Fit Indeks Full Structural equation model

Indikator	Kriteria	Hasil	Keterangan
Chi-square	Diharapkan kecil	265,091	Sedang
Probability	$\geq 0,05$	0,018	Kurang bagus
RMSEA	$\leq 0,08$	0,043	Bagus
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,210	Bagus
GFI	$\geq 0,90$	0,841	Sedang
TLI	$\geq 0,90$	0,953	Bagus
CFI	$\geq 0,90$	0,960	Bagus
IFI	$\geq 0,90$	0,961	Bagus

Sumber: Text Output AMOS 22.0 (2020)

Berdasarkan hasil uji kelayakan model di atas, maka bisa dijelaskan bahwa keseluruhan model dinyatakan diterima karena sebagian besar indikator pengukuran menyatakan model adalah bagus. Untuk itu, model penelitian yang ditunjukkan pada path diagram tersebut dinyatakan benar (fit) sehingga bisa digunakan untuk menjadi prediksi nilai variabel-variabel terikat berdasarkan variabelnya.

4.2.5 Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian yang merupakan sebuah pernyataan perlu dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian juga didasarkan dari output AMOS dan hasilnya ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
H1: <i>Promotion</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pada pelanggan Ciccia Ristorante	0,277	0,11	2,523	0,012	significance
H2: <i>Product knowledge</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pada pelanggan Ciccia Ristorante	0,132	0,081	1,641	0,101	not significance
H3: <i>Customer service</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pada pelanggan Ciccia Ristorante	0,387	0,104	3,733	***	significance
H4: <i>Service quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i> pada pelanggan Ciccia Ristorante	0,311	0,126	2,47	0,014	significance
H5: <i>PCustomer satisfaction</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>behavior intention</i> pada pelanggan Ciccia Ristorante	0,618	0,125	4,93	***	significance

Sumber: Data diolah (2019)

Uji statistik atas hipotesis di atas bisa dijelaskan sebagai berikut:

H1: *Promotion* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ciccia Ristorante

Hasil uji hipotesis mendukung, artinya hipotesis diterima karena pengujian secara statistik menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel promosi terhadap *customer satisfaction* ketika mengunjungi Ciccia Ristorante. Nilai *P* di bawah 0,05 merupakan ketentuan statistik untuk pengujian.

H2: *Product knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ciccia Ristorante

Hasil uji hipotesis kedua dinyatakan ditolak, artinya hipotesis diterima karena pengujian secara statistik menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan dari variabel *product knowledge* terhadap *customer satisfaction* ketika

mengunjungi Ciccia Ristorante. Nilai P di atas 0,05 merupakan ketentuan statistik untuk pengujian.

H3: *Customer service* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ciccia Ristorante

Hasil uji hipotesis mendukung, artinya hipotesis diterima karena pengujian secara statistik menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel customer service terhadap customer satisfaction ketika mengunjungi Ciccia Ristorante. Nilai P di bawah 0,05 merupakan ketentuan statistik untuk pengujian.

H4: *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan Ciccia Ristorante

Hasil uji hipotesis mendukung, artinya hipotesis diterima karena pengujian secara statistik menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel service quality terhadap customer satisfaction ketika mengunjungi Ciccia Ristorante. Nilai P di bawah 0,05 merupakan ketentuan statistik untuk pengujian.

H5: *Customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* pada pelanggan Ciccia Ristorante

Hasil uji hipotesis mendukung, artinya hipotesis diterima karena pengujian secara statistik menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari variabel customer satisfaction terhadap behavioral intention untuk terus mengunjungi Ciccia Ristorante. Nilai P di bawah 0,05 merupakan ketentuan statistik untuk pengujian.

4.3 Pembahasan

Pembahasan penelitian didasarkan pada kajian mengenai penilaian atas setiap variabel dan hubungan kausal sebagaimana yang dihipotesiskan dalam penelitian. Berdasarkan pada pengujian model fit, bisa dijelaskan bahwa model yang diajukan mengenai hubungan antar variabel dinyatakan fit sehingga bisa memberikan prediksi yang baik. Prediksi ini maksudnya yaitu untuk menjelaskan variabel terikat didasarkan dari variabel bebas,

4.3.1 Pembahasan Variabel Promosi

Variabel promosi adalah variabel yang penting untuk mendukung kepuasan pengunjung Ciccía Ristorante. Promosi memiliki peran penting karena promosi berhubungan dengan berbagai kegiatan komunikasi pemasaran yang memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan atau diinginkan oleh responden.

Berdasarkan pada pembahasan mengenai jawaban responden penelitian, maka variabel promosi dengan penilaian yang baik karena sesuai jawaban responden diketahui bahwa secara keseluruhan responden menyatakan setuju terhadap berbagai pernyataan dalam kuesioner tersebut. Berdasarkan perbandingan nilai rata-rata diketahui bahwa Instagram dari Ciccía Ristorante Surabaya relevan bagi pengunjung merupakan pernyataan yang paling baik penampilannya.

Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa promosi dari Ciccía Ristorante terbukti secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung resto. Bds nilai lambda yang positif menunjukkan bahwa pengaruh promosi terhadap customer satisfaction adalah positif sehingga semakin baik promosi menyebabkan kepuasan pengunjung di Ciccía Ristorante semakin tinggi.

Sedangkan pembahasan dari nilai lambda menunjukkan seberapa penting dari indikator tersebut untuk menjelaskan promosi di Ciccia Ristorante. Semakin tinggi nilainya berarti semakin penting indikator tersebut untuk menjadi penentu dari penilaian atas promosi. Berdasarkan perbandingan nilainya, Instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya relevan bagi pengunjung adalah indikator yang paling penting di antara indikator lain untuk menjelaskan promosi.

Tabel 4.20. Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel Promosi

<i>Observed variables</i>	Indikator Terbaik (\bar{x})	Indikator Terpenting (λ)
P1 Instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya relevan bagi saya	3,63	0,91
P2 Saya tertarik dengan instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya	3,62	0,71
P3 Instagram dari Ciccia Ristorante Surabaya sangat berharga bagi saya. Contoh: promosi di <i>instagram ads</i>	3,57	0,68

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan pada perbandingan nilai rata-rata dan lambda indikator diketahui bahwa konsisi yang ada di Ciccia Ristorante dilihat dari promosi yang dilakukan adalah ideal. Indikator yang dianggap penting adalah instagram yang relevan dan instagram yang relevan dinilai oleh responden dengan penilaian yang paling tinggi dibandingkan indikator lain.

Situasi yang ideal ini layak untuk dipertahankan sehingga sebaiknya manajemen Ciccia Ristorante juga mendesain insagram yang dimiliki untuk bisa menjangkau masyarakat yang menjadi pelanggan. Desain disesuaikan dengan perilaku pengunjung secara umum sehingga pengunjung melalui instagram tersebut sesuai dengan karakteristik maupun kepribadian pengunjung.

4.3.2 Pembahasan Variabel Product knowledge

Berdasarkan pada pembahasan mengenai jawaban responden penelitian, maka variabel product knowledge dengan penilaian yang baik karena sesuai jawaban responden diketahui bahwa secara keseluruhan responden menyatakan setuju terhadap berbagai pernyataan pada variabel product knowledge. Berdasarkan perbandingan nilai rata-rata diketahui bahwa pelayan Ciccia Ristorante Surabaya mampu menjelaskan menu terbaik secara jelas.

Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa product knowledge dari staff atau pelayan Ciccia Ristorante tidak terbukti secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung resto. Berdasarkan nilai lambda yang tidak sama dengan nol maka bisa dijelaskan bahwa product knowledge memiliki pengaruh terhadap customer satisfaction namun pengaruh tersebut dianggap relatif kecil sehingga dinyatakan tidak berarti.

Sedangkan pembahasan dari nilai lambda menunjukkan seberapa penting dari indikator tersebut untuk menjelaskan product knowledge dari staf atau pelayan di Ciccia Ristorante. Semakin tinggi nilainya berarti semakin penting indikator tersebut untuk menjadi penentu dari penilaian atas product knowledge. Berdasarkan perbandingan nilainya, pelayan Ciccia Ristorante Surabaya dapat memberikan informasi terperinci mengenai menu *best seller* yang dimiliki oleh Ciccia Ristorante adalah indikator yang paling penting di antara indikator lain untuk menjelaskan kemampuan product knowledge dari staf atau pelayan.promosi.

Tabel 4.21. Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel Product knowledge

<i>Observed variables</i>	Indikator Terbaik (\bar{x})	Indikator Terpenting (λ)
PK1 Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya mampu menjelaskan menu terbaik jelas	3,53	0,71
PK2 Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya dapat memberikan informasi terperinci mengenai menu <i>best seller</i> yang dimiliki oleh Ciccia Ristorante	3,49	0,90
PK3 Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya dapat menjelaskan dengan baik gizi yang terdapat dalam menu yang saya pesan	3,49	0,86
PK4 Pelayan Ciccia Ristorante mampu memberikan rekomendasi menu yang sesuai dengan kebutuhan saya	3,52	0,86

Sumber: Data diolah (2023)

Situasi yang ditunjukkan sesuai dengan perbandingan nilai rata-rata dan nilai lambda, maka bisa dinyatakan bahwa terdapat situasi yang dianggap kurang ideal karena indikator dengan penampilan terbaik ternyata bukan indikator yang dianggap paling penting oleh responden.

Meskipun produk kustomisasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap customer satisfaction, namun jika diabaikan juga merugikan Ciccia Ristorante. Product knowledge dianggap tidak memiliki pengaruh karena pengunjung sudah memahami berbagai informasi mengenai produk yang dijual Ciccia Ristorante. Untuk itu, guna tetap mempertahankan dan meningkatkan product knowledge, maka manajemen Ciccia Ristorante sebaiknya menjelaskan semua menu kepada semua karyawan di Ciccia Ristorante dan tidak hanya sebatas pelayanan saja. Hal ini perlu dilakukan agar setiap karyawan dengan product knowledge yang tinggi sehingga bisa memberikan jawaban terhadap berbagai informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung.

4.3.3 Pembahasan Variabel *Customer service*

Variabel dari customer service melibatkan empat pernyataan dan penilaian responden terhadap setiap pernyataan adalah berbeda-beda. Nilai rata-rata dari jawaban responden termasuk kategori setuju untuk setiap indikatornya sehingga bisa dijelaskan bahwa keseluruhan responden menyetujui jika Ciccia Ristorante memiliki customer service yang baik. Berdasarkan perbandingan nilai rata-rata maka indikator yang dianggap paling baik penampilannya adalah Ciccia Ristorante Surabaya memiliki kualitas komunikasi yang baik dalam merespon permintaan pengunjung.

Berdasarkan uji statistik mengenai pengaruh dari product knowledge terhadap customer satisfaction bisa dijelaskan bahwa customer service secara signifikan mempengaruhi customer satisfaction. Tinggi rendahnya penilaian terhadap customer service mempengaruhi seberapa tinggi kepuasan pengunjung ketika mengunjungi Ciccia Ristorante.

Berdasarkan pada indikator yang dianggap paling penting menjelaskan customer service, maka nilai lambda pada setiap indikator bisa menjawabnya. Nilai yang paling tinggi berarti indikator tersebut dianggap yang paling mampu untuk menjelaskan terhadap customer service.

Tabel 4.22. Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel *Customer service*

<i>Observed variables</i>	Indikator Terbaik (\bar{x})	Indikator Terpenting (λ)
CSv1 Ciccia Ristorante Surabaya mampu memberikan layanan dengan tepat waktu	3,57	0,79
CSv2 Ciccia Ristorante Surabaya dapat membantu saya dalam menyelesaikan masalah	3,57	0,78
CSv3 Ciccia Ristorante Surabaya selalu sigap dalam membantu memenuhi keinginan saya	3,52	0,79
CSv4 Ciccia Ristorante Surabaya memiliki kualitas komunikasi yang baik dalam merespon permintaan saya	3,68	0,87

Sumber: Data diolah (2023)

Perbandingan nilai rata-rata dan lambda di atas menunjukkan ada kondisi yang sesuai atau idel. Hal ini disebabkan karena indikator yang dianggap paling penting adalah indikator dengan penampilan terbaik. Ciccia Ristorante Surabaya memiliki kualitas komunikasi yang baik dalam merespon permintaan pengunjung adalah indikator yang terbaik dan terpenting selama ini.

Berdasarkan pada nilai lambda tertinggi tersebut, maka upaya untuk terus mempertahankan dan meningkatkan customer service memiliki arahan pada indikator tersebut. Sebaiknya manajemen Ciccia Ristorante terus memperbaiki kualitas komunikasi yang bisa dilakukan dengan menambah alat komunikasi dalam ruang seperti mikrofon atau lainnya yang bisa memperjelas komunikasi dengan pengunjung.

4.3.4 Pembahasan Variabel *Customer service*

Variabel dari service quality melibatkan empat pernyataan dan penilaian responden terhadap setiap pernyataan adalah berbeda-beda. Nilai rata-rata dari jawaban responden termasuk kategori setuju untuk setiap indikatornya sehingga bisa dijelaskan bahwa keseluruhan responden menyetujui jika Ciccia Ristorante memiliki layanan yang berkualitas. Berdasarkan perbandingan nilai rata-rata maka indikator yang dianggap paling baik penampilannya adalah keramahan staf atau pelayanan ketika melayani pengunjung.

Berdasarkan uji statistik mengenai pengaruh dari product knowledge terhadap customer satisfaction bisa dijelaskan bahwa service quality secara signifikan mempengaruhi customer satisfaction. Tinggi rendahnya penilaian terhadap service quality mempengaruhi seberapa tinggi kepuasan pengunjung ketika mengunjungi Ciccia Ristorante.

Berdasarkan pada indikator yang dianggap paling penting menjelaskan service quality, didasarkan pada nilai lambdanya karena semakin tinggi lambda berarti indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan service quality di Ciccia Ristorante. Nilai lambda tertinggi pada keramahan staf maupun pelayanan ketika melayani pengunjung.

Tabel 4.23. Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel *Service quality*

<i>Observed variables</i>	Indikator Terbaik (\bar{x})	Indikator Terpenting (λ)
SQ1 Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya menyajikan makanan sama persis seperti yang dipesan	3,72	0,63
SQ2 Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya memberikan layanan dengan ramah	3,79	0,78
SQ3 Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya selalu bersedia membantu memenuhi keinginan saya	3,76	0,76
SQ4 Pelayan Ciccia Ristorante Surabaya dapat membuat saya merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan	3,78	0,67

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan data di atas, bisa dinyatakan bahwa Ciccia Ristorante sudah dalam situasi idel. Indikator yang terbaik penampilannya adalah indikator paling penting. Kesesuaian ini menyebabkan service quality memiliki orientasi yang semakin baik untuk bisa memuaskan pengunjung karena memahami sesuatu yang dianggap paling penting mempengaruhi service quality.

Kemampuan service quality mempengaruhi customer satisfaction selayaknya diperhatikan oleh manajemen Ciccia Ristorante. Guna meningkatkan service quality maka pembekalan psikologis staf perlu dilakukan. Staff harus diajari mengenai sopan santun dalam pelayanan, respon atau sikap yang harus ditunjukkan kepada pengunjung yaitu yang mengesankan keramahn. Jika ini bisa dilakukan maka penilaian terhadap service quality di Ciccia Ristorante akan terus membaik,

4.3.6 Pembahasan Variabel *Customer satisfaction*

Variabel dari customer satisfaction melibatkan tiga pernyataan dan penilaian responden terhadap setiap pernyataan adalah berbeda-beda. Nilai rata-rata dari jawaban responden termasuk kategori setuju untuk setiap indikatornya sehingga bisa dijelaskan bahwa keseluruhan responden menyetujui jika merasa puas ketika mengunjungi Ciccia Ristorante. Berdasarkan perbandingan nilai kepuasan dilihat dari nilai rata-rata diketahui bahwa merasa puas dengan pengalaman secara keseluruhan di Ciccia Ristorante Surabaya adalah kepuasan yang paling dirasakan oleh pengunjung.

Berdasarkan uji statistik mengenai pengaruh customer satisfaction terhadap behavioral intention bisa dijelaskan bahwa kepuasan pengunjung secara signifikan mempengaruhi customer behavioral intention. Tinggi rendahnya kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung mempengaruhi intensi perilaku yaitu untuk bersikap positif maupun untuk terus mengunjungi Ciccia Ristorante.

Berdasarkan pada indikator yang dianggap paling penting menjelaskan customer satisfaction, didasarkan pada nilai lambdanya karena semakin tinggi lambda berarti indikator tersebut yang paling mampu menjelaskan kepuasan pengunjung Ciccia Ristorante. Nilai lambda tertinggi pada rasa puas akan kualitas makanan di Ciccia Ristorante Surabaya.

Tabel 4.24. Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel *Customer satisfaction*

<i>Observed variables</i>	Indikator Terbaik (\bar{x})	Indikator Terpenting (λ)
CSf1 Saya merasa puas dengan pengalaman secara keseluruhan di Ciccia Ristorante Surabaya	3,73	0,75
CSf2 Saya merasa puas akan kualitas makanan di Ciccia Ristorante Surabaya	3,61	0,84
CSf3 Saya sangat menikmati diri ketika berada di Ciccia Ristorante Surabaya	3,68	0,77

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan perbandingan nilai rata-rata dan nilai lambda customer satisfaction, maka kondisinya belum ideal atau seimbang karena indikator yang dianggap dengan kinerja tertinggi ternyata bukan indikator yang dianggap paling penting oleh pengunjung.

Peran penting customer satisfaction dalam mendorong behavioral intention yang positif mengharuskan manajemen Ciccia Ristorante juga memprioritaskan upaya untuk terus meningkatkan kepuasan pengunjung. Cara yang diprioritaskan adalah upaya untuk terus menyajikan menu yang berkualitas. Cara untuk menyajikan menu berkualitas bisa dilakukan dengan menjaga standarisasi proses dan standarisasi bahan baku menu. Mempekerjakan karyawan sebagai checker juga bisa membantu pihak manajemen untuk terus bisa meningkatkan kepuasan pengunjung.

4.3.7 Pembahasan Variabel *Behavioral intention*

Behavioral intention yang positif terus diharapkan kepada pengunjung. Behavioral intention yang positif dianggap menguntungkan pihak Ciccia Ristorante. Berdasarkan penilaian responden, diketahui bahwa secara keseluruhan responden setuju jika responden ingin kembali ke Ciccia Ristorante Surabaya di masa depan, akan mempertimbangkan untuk mengunjungi kembali Ciccia Ristorante Surabaya di masa mendatang, akan merekomendasikan Ciccia Ristorante Surabaya kepada teman, akan mengatakan hal-hal positif mengenai Ciccia Ristorante Surabaya kepada orang lain, dan akan mendorong orang lain untuk mengunjungi Ciccia Ristorante Surabaya. Berdasarkan nilai rata-rata setiap indikator diketahui bahwa diketahui dengan kinerja terbaik adalah keinginan untuk kembali mengunjungi Ciccia Ristorante,

Berdasarkan nilai lambda setiap indikator, maka juga bisa ditunjukkan indikator dengan lambda tertinggi yaitu pada keinginan untuk mengulang pembelian pada waktu yang akan datang. Indikator ini layak diperhatikan karena sangat menentukan seberapa kuat behavioral intention.

Tabel 4.25. Indikator Terpenting dan Indikator Terbaik Variabel *Behavioral intention*

<i>Observed variables</i>	Indikator Terbaik (\bar{x})	Indikator Terpenting (λ)
BI1 Saya ingin kembali ke Ciccia Ristorante Surabaya di masa depan	3,70	0,80
BI2 Saya akan mempertimbangkan untuk mengunjungi kembali Ciccia Ristorante Surabaya di masa mendatang	3,65	0,78
BI3 Saya akan merekomendasikan Ciccia Ristorante Surabaya kepada teman saya	3,48	0,74
BI4 Saya akan mengatakan hal-hal positif mengenai Ciccia Ristorante Surabaya kepada orang lain	3,64	0,61
BI5 Saya akan mendorong orang lain untuk mengunjungi Ciccia Ristorante Surabaya	3,51	0,59

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan perbandingan nilai rata-rata dan nilai lambda maka bisa dijelaskan bahwa situasinya sudah ideal karena indikator yang terbaik merupakan indikator yang terpenting. Untuk itu, manajemen Ciccia Ristorante juga harus tetap mempertahankan behavioral intention yang positif dari pengunjung. Cara yang bisa dilakukan oleh manajemen Ciccia Ristorante adalah dengan terus mengoptimalkan layanan, keunikan menu, harga yang bersaing atau lainnya sehingga akan terus mendorong pengunjung mengunjungi kembali Ciccia Ristorante.

4.2.3.4 Analisis Keseluruhan

Analisis keseluruhan ini menjelaskan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap customer satisfaction. Berdasarkan pada kekuatan pengaruh maka didasarkan dari nilai c.r pada saat pengujian hipotesis. Di antara variabel promosi, product knowledge, customer service dan service quality ternyata yang paling mempengaruhi behavioral intention adalah customer service diikuti oleh service quality dan promosi. Customer service memiliki pengaruh paling kuat terhadap behavioral intention karena layanan yang semakin baik untuk pengunjung menyebabkan pengunjung merasa dihargai dan dilayani secara maksimal. Customer satisfaction adalah variabel yang dinilai kuat mempengaruhi behavioral intention karena secara umum responden menginginkan kepuasan ketika mengunjungi restoran. Rasa puas ini identik dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan akan memiliki behavioral intention yang semakin baik.