

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal

Waroeng spesial sambal atau yang lebih dikenal dengan sebutan Waroeng SS pertama kali didirikan oleh Yoyok Hery Wahyono seorang sarjana asal Boyolali, Jawa Tengah yang merupakan lulusan bidang teknik kimia di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, tepatnya pada bulan Agustus tahun 2002.

Waroeng SS merupakan rumah makan yang mengusung konsep masakan pedas sebagai pilihan utamanya. Berawal dari hobinya yang menggemari makanan serba pedas, Yoyok mulai terpancing untuk menjadikan sebagai ladang bisnis yang menjanjikan. Dibantu oleh 2 orang teman dan 3 orang karyawan, Yoyok mantap untuk mendirikan Waroeng SS dengan konsep kaki lima pertamanya di seputar kampus Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.¹

Yoyok yang kala itu langsung menangani proses memasaknya mendapati warungnya ternyata disukai oleh masyarakat. Bahkan, hanya dalam waktu satu bulan warung yang buka dari sore hingga tengah malam tersebut mulai mendapatkan banyak pelanggan tetap. Pada bulan pertama semenjak Waroeng SS dibuka, Yoyok berhasil mengantongi omset rata-rata Rp 1.500.000 dalam setiap harinya.

Setelah tahun pertama Waroeng SS beroperasi, Yoyok mencoba untuk mendirikan cabang pertamanya di daerah Condong Catur dan selang beberapa waktu, Yoyok kembali membuka cabang di daerah-daerah lainnya di sekitar Yogyakarta hingga sampai luar Yogyakarta. Tabel 4.1 akan memaparkan secara rinci tentang jumlah keseluruhan cabang yang dimiliki Waroeng SS.

¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Kadek Gede Mertayasa, Waroeng Spesial Sambal, Pada Tanggal 18 Desember 2018, Jam 12:03 WIB.

Tabel 4.1
Jumlah Cabang Waroeng Spesial Sambal di Indonesia

No	Kota/ Kabupaten	Cabang
1	Sleman	11
2	Bantul	1
3	Gunung Kidul	1
4	Yogyakarta	5
5	Jakarta barat	2
6	Cilegon	1
7	Sumedang	1
8	Bogor	1
9	Cirebon	1
10	Depok	1
11	Banyumas	2
12	Boyolali	2
13	Karanganyar	1
14	Klaten	2
15	Magelang	3
16	Pati	1
17	Semarang	8
18	Sragen	1
19	Sukoharjo	1
20	Temanggung	1
21	Wonogiri	1
22	Surakarta	6
23	Salatiga	2
24	Pekalongan	1
25	Tegal	1
26	Jember	1
27	Kediri	1
28	Malang	2
29	Madiun	1
30	Surabaya	2
31	Tangerang	9
32	Gianyar	1
33	Denpasar	1

Sumber : arsip waroeng spesial sambal, 2018

Hingga dengan saat ini Waroeng SS telah tersebar di 33 kota dan kabupaten di pulau Jawa dan Bali dengan total telah memiliki 76 cabang serta lebih dari 2000 karyawan. Sementara untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, Waroeng SS telah memiliki 18 cabang yang tersebar di Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunung Kidul, serta Kota Yogyakarta. Dengan menghadirkan suasana warung yang santai dan unik pada Waroeng SS, membuat bisnis kuliner ini dengan cepat berkembang.

Sebelum benar-benar terjun dalam dunia bisnis kuliner, Yoyok terlebih dahulu melakukan survei serta riset terkait menu apa yang akan dipilih sebagai menu utamanya. Survei yang dilakukan Yoyok adalah dengan memberikan pertanyaan terhadap 11 teman kosannya pada waktu itu. 8 dari 11 teman yang dia survei ternyata menyukai sambal, akan tetapi mereka menganggap bahwa sambal yang ada di Yogyakarta cenderung memiliki rasa manis. Selain itu, Yoyok juga mengamati warung pecel lele yang ada di Yogyakarta, hasilnya warung yang memiliki sambal enaklah yang paling ramai pengunjung. Berpegang dari dasar itulah kemudian Yoyok mendirikan bisnis kuliner yang diberi *brand* Waroeng Spesial Sambal dengan sambal sebagai menu andalannya.

Waroeng SS selalu menjaga kuliatas dari bahan baku yang mereka gunakan demi menghasilkan cita rasa yang berkualitas dari setiap masakan yang disajikan. Terutama pada bahan baku sambal berupa lombok dan cabai sangat mereka jaga betul kualitasnya agar menghasilkan cita rasa pedas yang nikmat di lidah para pelanggan, serta mengingat bahwa sambal itu sendiri merupakan menu andalan dari Waroeng SS. Total telah ada 33 varian menu sambal yang di tawarkan Waroeng SS sampai dengan saat ini.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Mensejahterakan keluarga besar Spesial Sambal baik dalam lingkup internal maupun eksternal (karyawan, kemitraan, *supplier*, pelanggan, dll).

b. Misi

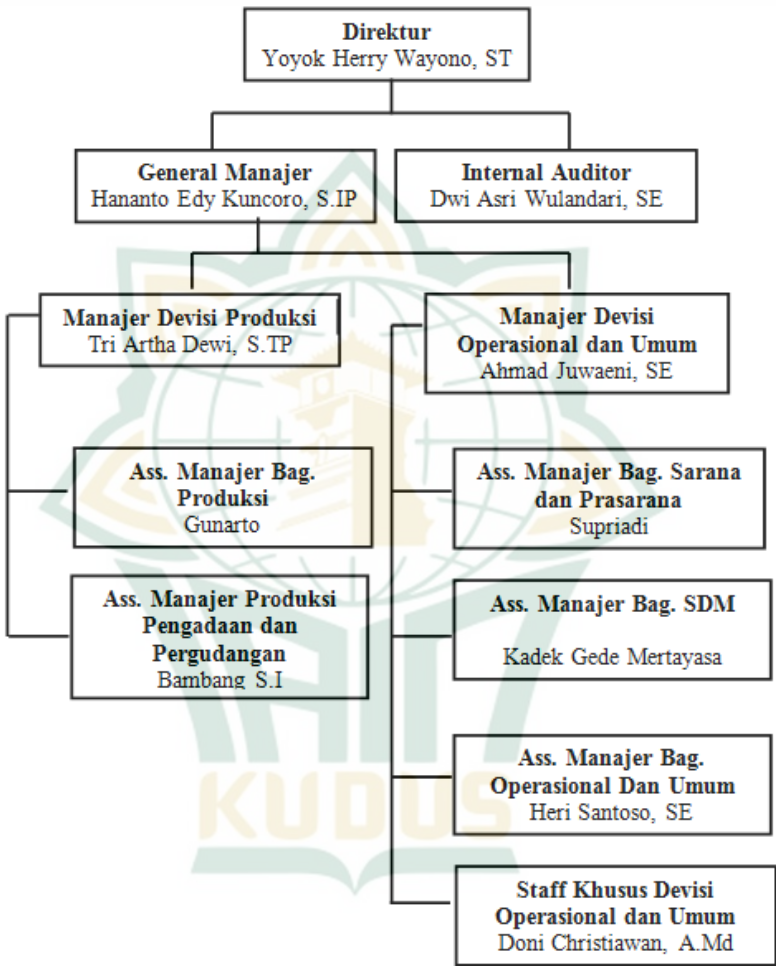
- 1) Mensejahterakan karyawan.
- 2) Tetap menjaga nominal jumlah gaji pada karyawan.
- 3) Spesial Sambal memberikan beasiswa kepada karyawan.
- 4) Memberikan biaya pendidikan sampai anak kedua selama wajib belajar.
- 5) Mensejahterakan *supplier*.
- 6) Mensejahterakan pelanggan. (Sumber : *humas waroeng spesial sambal 2018*)

3. Struktur Manajemen Pusat

a. Struktur Pimpinan

Waroeng Spesial Sambal merupakan industri rumah makan yang sangat berkembang sehingga memiliki struktur kepemimpinan yang sangat kompleks. Di bawah ini peneliti menampilkan struktural inti dari manajemen pusat Waroeng Spesial Sambal.

Gambar 4.1
Struktur Pimpinan Pusat
Waroeng Spesial Sambal



b. Deskripsi Tugas

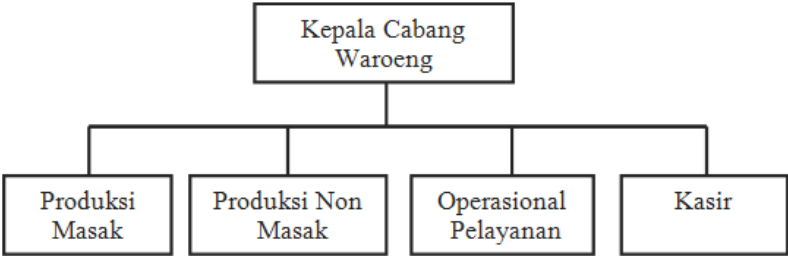
Pada setiap jabatan di manajemen pusat Waroeng Spesial Sambal, tentunya memiliki tugas dan fungsi yang berbeda-beda. Adapun tugas dari masing-masing jabatan inti di manajemen pusat ini sebagai berikut :

- 1) Direktur
 - a) Menjalankan bisnis perusahaan.
 - b) Menetapkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
 - c) Menetapkan strategi-strategi strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan.
 - d) Memberi arahan serta informasi penting kepada jajaran pimpinan perusahaan.
- 2) General Manager
 - a) Menetapkan dan mengawasi suatu kebijakan dari perusahaan.
 - b) Membantu pengawasan peraturan internal dalam perusahaan.
 - c) Mengkoordinasikan semua aktivitas dalam perusahaan.
 - d) Memberikan bimbingan dan arahan yang jelas terhadap bawahan.
 - e) Menjadi perantara antara staf dan pimpinan dalam rangka membicarakan ide yang baik untuk perkembangan perusahaan.
- 3) Internal Auditor
 - a) Pengawasan akuntansi dan pengawasan administratif.
 - b) Mencari informasi awal terkait bagian yang akan diaudit.
 - c) Melakukan tinjauan dokumen dan persyaratan lain yang berkaitan dengan audit.
 - d) Mempersiapkan program audit tahunan dan jadwal pelaksanaan audit secara terperinci.
 - e) Melaksanakan pemeriksaan system secara menyeluruh.
 - f) Melaporkan temuan audit atau masalah-masalah yang ditemukan selama audit internal.

- g) Memantau tindak lanjut hasil audit internal sampai dinyatakan selesai.
- 4) Manajer Divisi Produksi
 - a) Perencanaan sistem produksi perusahaan.
 - b) Menentukan standar kontrol kualitas produk.
 - c) Mengawasi proses produksi.
 - d) Mengorganisir pemeliharaan dan perbaikan rutin peralatan produksi.
 - e) Mengawasi pekerjaan asisten/staff.
 - f) Mengelola pemesanan dan pembelian bahan baku produksi.
- 5) Manajer Divisi Operasional dan Umum
 - a) Mengelola dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasi perusahaan.
 - b) Memangkas habis biaya-biaya operasional yang sama sekali tidak menguntungkan perusahaan.
 - c) Mengawasi produksi perusahaan.
 - d) Mengawasi persediaan serta distribusi barang.
 - e) Melakukan *quality control* pada setiap bahan baku yang digunakan. (Sumber : *humas waroeng spesial sambal 2018*)

4. Struktur Manajemen Cabang
a. Struktur pimpinan

Gambar 4.2
Struktur Pimpinan Cabang



b. Deskripsi Tugas

Pada setiap bagian yang ada di Waroeng Spesial Sambal Cabang memiliki tugas dan fungsi yang berbeda-beda. Adapun tugas dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

- 1) Kepala Cabang Waroeng
 - a) Mengelola waroeng.
 - b) Mengelola karyawan.
- 2) Produksi Masak
 - a) Mempersiapkan masak prabuka waroeng.
 - b) Memasak menu waroeng sesuai dengan tugas kerjanya.
 - c) Menempatkan kembali peralatan yang digunakan pada saat proses tutup waroeng.
- 3) Produksi Non Masak
 - a) Mempersiapkan peralatan dan menu untuk pembuatan minum pada saat prabuka waroeng.
 - b) Membuat menu minum waroeng sesuai dengan tugas kerjanya.
 - c) Menempatkan kembali peralatan yang digunakan pada saat proses tutup waroeng.
- 4) Operasional Pelayanan
 - a) Mempersiapkan ruang konsumen saat prabuka waroeng.
 - b) Menawarkan menu dan melayani konsumen sesuai dengan tugas kerjanya.
 - c) Menempatkan kembali peralatan dan merapkannya pada saat proses tutup waroeng.
- 5) Kasir
 - a) Mempersiapkan nota dan mesin kasir saat prabuka waroeng.

- b) Melayani konsumen saat pembayaran dengan tugas kerjanya.
- c) Merekap nota penjualan hari tersebut.(Sumber : *humas waroeng spesial sambal 2018*)

B. Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Dari hasil kuesioner diperlukan karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 4.2
Profil Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase
Gender		
- Laki-laki	35	35%
- Perempuan	64	65%
Usia		
- 16-22	52	53%
- 23-29	39	39%
- >30	8	8%
Pekerjaan		
- Pelajar/Mahasiswa	29	29%
- Guru/Dosen	5	5%
- Karyawan/PNS	53	54%
- Lainnya	12	12%

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 64 responden atau 65%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 35 responden atau 35%. Usia mayoritas responden berusia 16-22 tahun sebanyak 52 responden atau 53%, responden berusia 23-29 tahun sebanyak 39 responden atau 39%, responden berusia >30 tahun sebanyak 8 responden atau 8%. Pekerjaan mayoritas responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 29 responden atau

29%, responden bekerja sebagai guru/dosen sebanyak 5 responden atau 5%, responden bekerja sebagai karyawan/PNS sebanyak 53 responden atau 54%, responden lainnya sebanyak 12 responden atau 12%.

2. Data Deskriptif

a. Tanggapan Responden Berdasarkan Kualitas Pelayanan.

Tanggapan responden berdasarkan kualitas pelayanan dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Kualitas Pelayanan (X1)

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	42	42.4	44	44.4	13	13.1	0	0	0	0	99	100
2	44	44.4	38	38.4	17	17.2	0	0	0	0	99	100
3	27	27.3	45	45.5	25	25.3	2	2	0	0	99	100
4	23	23.2	47	47.5	27	27.3	2	2	0	0	99	100
5	31	31.3	46	46.5	18	18.2	4	4	0	0	99	100
6	38	38.4	32	32.3	24	24.2	5	5.1	0	0	99	100
7	33	33.3	39	39.4	24	24.2	3	3	0	0	99	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.4 diatas dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- 1) Untuk item 1, sebanyak 42 orang (42.4%) menjawab sangat setuju, 44 orang (44.4%) menjawab setuju dan 13 orang (13.1%) menjawab kurang setuju.
- 2) Untuk item 2, sebanyak 44 orang (44.4%) menjawab sangat setuju, 38 orang (38.4%) menjawab setuju dan 17 orang (17.2%) menjawab kurang setuju.
- 3) Untuk item 3, sebanyak 27 orang (27.3%) menjawab sangat setuju, 45 orang (45.5%)

- menjawab setuju, 25 orang (25.3%)
menjawab kurang setuju dan 2 orang (2.0%)
menjawab tidak setuju.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 23 orang (23.2%)
menjawab sangat setuju, 47 orang (47.5%)
menjawab setuju, 27 orang (27.3%)
menjawab kurang setuju dan 2 orang (2.0%)
menjawab tidak setuju.
- 5) Untuk item 5, sebanyak 31 orang (31.3%)
menjawab sangat setuju, 46 orang (46.5%)
menjawab setuju, 18 orang (18.2%)
menjawab kurang setuju dan 4 orang (4.0%)
menjawab tidak setuju.
- 6) Untuk item 6, sebanyak 38 orang (38.4%)
menjawab sangat setuju, 32 orang (32.3%)
menjawab setuju, 24 orang (24.2%)
menjawab kurang setuju dan 5 orang (5.1%)
menjawab tidak setuju.
- 7) Untuk item 7, sebanyak 33 orang (33.3%)
menjawab sangat setuju, 39 orang (39.4%)
menjawab setuju, 24 orang (24.2%)
menjawab kurang setuju dan 3 orang (3.0%)
menjawab tidak setuju.

b. Tanggapan Responden Berdasarkan Harga.

Tanggapan responden berdasarkan harga dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Harga (X2)

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	29	29.3	56	56.6	14	14.1	0	0	0	0	99	100
2	22	22.2	56	56.6	20	20.2	1	1	0	0	99	100
3	22	22.2	45	45.5	31	31.3	1	1	0	0	99	100
4	30	30.3	46	46.5	20	20.2	3	3	0	0	99	100
5	23	23.2	54	54.5	19	19.2	1	1	2	2	99	100
6	14	14.1	49	49.5	30	30.3	5	5.1	1	1	99	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.5 diatas dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- 1) Untuk item 1, sebanyak 29 orang (29.3%) menjawab sangat setuju, 56 orang (56.6%) menjawab setuju dan 14 orang (14.1%) menjawab kurang setuju.
- 2) Untuk item 2, sebanyak 22 orang (22.2%) menjawab sangat setuju, 56 orang (56.6%) menjawab setuju, 20 orang (20.2%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju.
- 3) Untuk item 3, sebanyak 22 orang (22.2%) menjawab sangat setuju, 45 orang (45.5%) menjawab setuju, 31 orang (31.3%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 30 orang (30.3%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46.5%) menjawab setuju, 20 orang (20.2%) menjawab kurang setuju dan 3 orang (3.0%) menjawab tidak setuju.
- 5) Untuk item 5, sebanyak 23 orang (23.2%) menjawab sangat setuju, 54 orang (54.5%) menjawab setuju dan 19 orang (19.2%) menjawab kurang setuju, 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2.0%) menjawab sangat tidak setuju.
- 6) Untuk item 6, sebanyak 14 orang (14.1%) menjawab sangat setuju, 49 orang (49.5%) menjawab setuju, 30 orang (30.3%) menjawab kurang setuju, 5 orang (5.1%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab sangat tidak setuju.

c. Tanggapan Responden Berdasarkan Lokasi.

Tanggapan responden berdasarkan lokasi dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Lokasi (X3)

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	31	31.3	50	50.5	18	18.2	0	0	0	0	99	100
2	21	21.2	55	55.6	22	22.2	1	1	0	0	99	100
3	16	16.2	50	50.5	31	31.3	2	2	0	0	99	100
4	18	18.2	57	57.6	18	18.2	5	5.1	1	1	99	100
5	18	18.2	46	46.5	28	28.3	6	6.1	1	1	99	100
6	18	18.2	55	55.6	22	22.2	4	4	0	0	99	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- 1) Untuk item 1, sebanyak 31 orang (31.3%) menjawab sangat setuju, 50 orang (50.5%) menjawab setuju dan 18 orang (18.2%) menjawab kurang setuju.
- 2) Untuk item 2, sebanyak 21 orang (21.2%) menjawab sangat setuju, 55 orang (55.6%) menjawab setuju, 22 orang (22.2%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju.
- 3) Untuk item 3, sebanyak 16 orang (16.2%) menjawab sangat setuju, 50 orang (50.5%) menjawab setuju, 31 orang (31.3%) menjawab kurang setuju dan 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 18 orang (18.2%) menjawab sangat setuju, 57 orang (57.6%) menjawab setuju, 18 orang (18.2%) menjawab kurang setuju, 5 orang (5.1%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab sangat idak setuju.
- 5) Untuk item 5, sebanyak 18 orang (18.2%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46.5%)

menjawab setuju, 28 orang (28.3%) menjawab kurang setuju 6 orang (6.1%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab sangat idak setuju.

- 6) Untuk item 6, sebanyak 18 orang (18.2%) menjawab sangat setuju, 55 orang (55.6%) menjawab setuju, 22 orang (22.2%) menjawab kurang setuju dan 4 orang (4.0%) menjawab tidak setuju.

d. Tanggapan Responden Berdasarkan Kepuasan Konsumen.

Tanggapan responden berdasarkan kepuasan konsumen dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Kepuasan Konsumen (Y)

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak Setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	36	36.4	50	50.5	13	13.1	0	0	0	0	99	100
2	28	28.3	52	52.5	19	19.2	0	0	0	0	99	100
3	31	31.3	51	51.5	17	17.2	0	0	0	0	99	100
4	26	26.3	47	47.5	25	25.3	1	1	0	0	99	100
5	22	22.2	58	58.6	17	17.2	2	2	0	0	99	100
6	21	21.2	58	58.6	20	20.2	0	0	0	0	99	100
7	23	23.2	57	57.6	16	16.2	3	3	0	0	99	100
8	27	27.3	51	51.5	21	21.2	0	0	0	0	99	100
9	22	22.2	56	56.6	20	20.2	1	1	0	0	99	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

- 1) Untuk item 1, sebanyak 36 orang (36.4%) menjawab sangat setuju, 50 orang (50.5%) menjawab setuju dan 13 orang (13.1%) menjawab kurang setuju.

- 2) Untuk item 2, sebanyak 28 orang (28.3%) menjawab sangat setuju, 52 orang (52.5%) menjawab setuju dan 19 orang (19.2%) menjawab kurang setuju.
- 3) Untuk item 3, sebanyak 31 orang (31.3%) menjawab sangat setuju, 51 orang (51.5%) menjawab setuju dan 17 orang (17.2%) menjawab kurang setuju.
- 4) Untuk item 4, sebanyak 26 orang (26.3%) menjawab sangat setuju, 47 orang (47.5%) menjawab setuju, 25 orang (25.3%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju.
- 5) Untuk item 5, sebanyak 22 orang (22.2%) menjawab sangat setuju, 58 orang (58.6%) menjawab setuju, 17 orang (17.2%) menjawab kurang setuju dan 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju.
- 6) Untuk item 6, sebanyak 21 orang (21.2%) menjawab sangat setuju, 58 orang (58.6%) menjawab setuju dan 20 orang (20.2%) menjawab kurang setuju.
- 7) Untuk item 7, sebanyak 23 orang (23.2%) menjawab sangat setuju, 57 orang (57.6%) menjawab setuju, 16 orang (16.2%) menjawab kurang setuju dan 3 orang (3.0%) menjawab tidak setuju.
- 8) Untuk item 8, sebanyak 27 orang (27.3%) menjawab sangat setuju, 51 orang (51.5%) menjawab setuju dan 21 orang (21.2%) menjawab kurang setuju.
- 9) Untuk item 9, sebanyak 22 orang (22.2%) menjawab sangat setuju, 56 orang (56.6%) menjawab setuju, 20 orang (20.2%) menjawab kurang setuju dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju.

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah item yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur, atau bisa melakukan penilaian langsung dengan metode korelasi *person* atau metode *corrected item totalcorrelation*.² Ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output SPSS versi 16.0 berupa nilai item total statistik masing-masing butir angket.

Suatu butir angket dinyatakan valid apabila rhitung > rtabel. Nilai rtabel dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dan $df = n-2 = 99 - 2 = 97$ sebesar 0,1975. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji validitas dari variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

No Item Pertanyaa n	R hitun g	R tabel (n=99, α =0,05)	Keteranga n
1	0,638	0,1975	Valid
2	0,746	0,1975	Valid
3	0,624	0,1975	Valid
4	0,681	0,1975	Valid
5	0,599	0,1975	Valid
6	0,734	0,1975	Valid
7	0,612	0,1975	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 16.0

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 14.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₂)

No Item Pertanyaan	R hitung	R tabel (n=99,α=0,05)	Keterangan
1	0,671	0,1975	Valid
2	0,636	0,1975	Valid
3	0,743	0,1975	Valid
4	0,768	0,1975	Valid
5	0,700	0,1975	Valid
6	0,658	0,1975	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS
Versi 16.0

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X₃)

No Item	R hitung	R tabel (n=99,α=0,05)	Keterangan
1	0,629	0,1975	Valid
2	0,736	0,1975	Valid
3	0,670	0,1975	Valid
4	0,666	0,1975	Valid
5	0,708	0,1975	Valid
6	0,768	0,1975	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS
Versi 16.0

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No Item	R hitung	R tabel (n=99,α=0,05)	Keterangan
1	0,644	0,1975	Valid
2	0,643	0,1975	Valid
3	0,683	0,1975	Valid

4	0,635	0,1975	Valid
5	0,591	0,1975	Valid
6	0,644	0,1975	Valid
7	0,596	0,1975	Valid
8	0,713	0,1975	Valid
9	0,599	0,1975	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS
Versi 16.0

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3) dan kepuasan konsumen (Y) pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.³ Kriteria bahwa instrumen itu dikatakan *reliable*, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *standardized item alpha* (SIA) lebih besar dari nilai reabilitas yang diperoleh yaitu 0,60. Sebaliknya jika *Cronbach Alpha* angka koefisien lebih kecil ($<0,60$), maka dikatakan tidak *reliable*. Hasil analisis reliabilitas instrumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabi lity Coefie ns	Cronb ach Alpha	Standar Cronb ach Alpha	Keteran gan
Kualitas Pelayanan (X_1)	7 item	0,786	$>0,60$	Reliabel
Harga	6 item	0,786	$>0,60$	Reliabel

³Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2001), 45-46.

(X ₂)				
Lokasi(X ₃)	6 item	0,785	>0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen(Y)	9 item	0,818	>0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa seluruh dimensi masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60, dengan demikian semua variabel X₁, X₂, X₃ dan Y dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

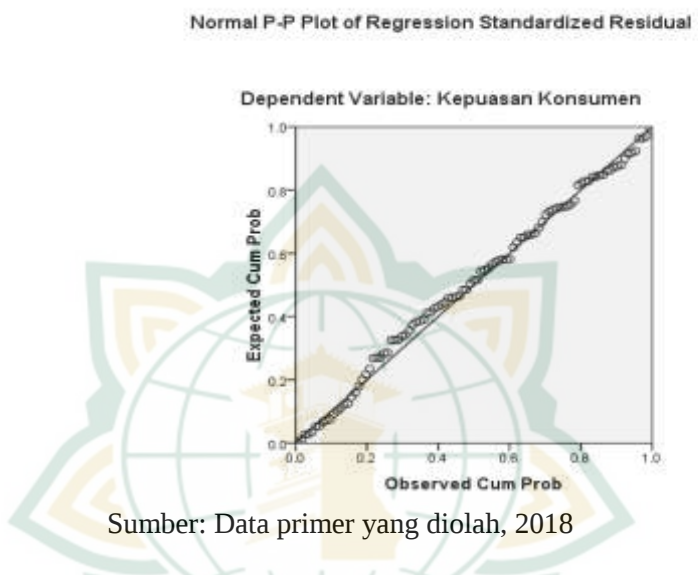
Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak biasa. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data itu normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik.⁴

⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Undip, 2008,) 107.

Gambar 4.3
Uji Normalitas Scater Plot



Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Gambar 4.3 diatas data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.⁵ Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cuttof* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji

⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 91.

multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *variance inflation factor* (VIF) dibawah angka 10.

Hasil uji multikolinearitas dapat ditunjukkan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1. Kualitas Pelayanan	.442	2.262
Harga	.685	1.460
Lokasi	.389	2.568

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas nilai *tolerance* semua variabel bebas (Kualitas Pelayanan: 0,442, Harga: 0,685, Lokasi: 0,389) lebih besar dari nilai batas yang ditentukan yaitu sebesar 0,01. Untuk nilai VIF terlihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari 10 (Kualitas Pelayanan: 2,262, Harga: 1,460, dan Lokasi: 2,568). Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.⁶

Hasil pengujian uji autokorelasi dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 105.

Tabel 4.13
Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.648 ^a	.421	.402	3.075	1.947

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari hasil uji autokorelasi tabel di atas, diketahui nilai *Durbin-Watson* yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,947. *Durbin-Watson* akan dibandingkan dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05, jumlah sampel (n) = 99 dan jumlah variabel independen 3 ($k=3$) di peroleh nilai dL sebesar 1,610 , dU sebesar 1,735 dan $4-dU = 2,265$, maka nilai DW lebih besar dari batas dalam (dU) dan kurang dari ($4-dU$) atau $dU < DW < 4-dU$ ($1,610 < 1,947 < 2,265$), sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

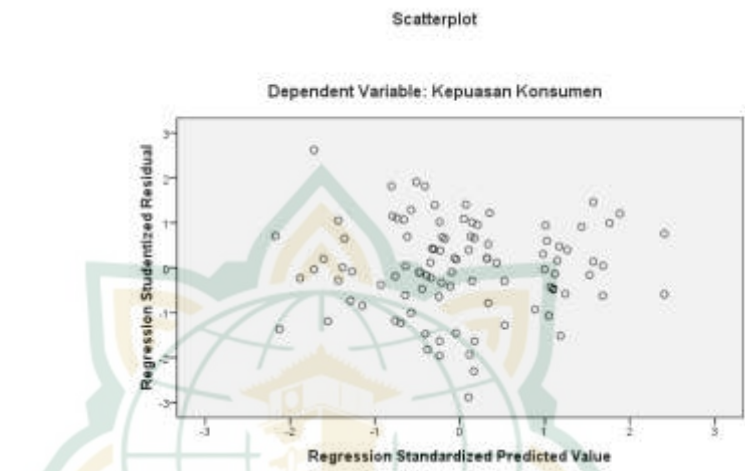
4. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.⁷ Jika variance dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Hasil uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan seperti gambar dibawah ini:

⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat*, 105.

Gambar 4.4
Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari gambar 4.4 menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan atas angka nol pada sumbu Y dengan demikian model terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

E. Hasil Analisis Data
1. Analisis Regresi Berganda

Model yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model umum persamaan regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*) dan pengolahanya menggunakan alat Bantu SPSS versi 16. Analisis regresi digunakan apakah hipotesis penelitian terbukti atau tidak. Analisis ini untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁸ Seperti tabel dibawah ini:

⁸Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat*, 108.

Tabel 4.14
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.523	2.858		4.731	.000
Kualitas Pelayanan	.320	.136	.277	2.355	.021
Harga	.245	.119	.195	2.065	.042
Lokasi	.355	.158	.281	2.248	.027

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel *coefficient* pada kolom *unstandardized* dalam kolom B. dalam sub kolom tersebut terdapat nilai *constant* (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 13,523 sedangkan nilai koefisien regresi untuk Kualitas Pelayanan (X_1) = 0,320, Harga (X_2) = 0,245, dan Lokasi (X_3) = 0,355. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan diinterpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$
$$Y = 13,523 + 0,320X_1 + 0,245X_2 + 0,355X_3$$

Keterangan :

- Y = Variabel Kepuasan Konsumen
- a = Konstanta regresi berganda
- $b_1 - b_3$ = Koefisien regresi
- x_1 = Variabel Kualitas Pelayanan
- x_2 = Variabel Harga

- x_3 = Variabel Lokasi
 e = Variabel diluar penelitian

Adapun interprestasi dari model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 13,523 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan, harga dan lokasi diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 13,523.
- Koefisien regresi dari kualitas pelayanan adalah sebesar 0,320. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan megalami kenaikan sebesar 0,320. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,320.
- Koefisien regresi dari harga adalah sebesar 0,245. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,245. Begitu juga sebaliknya, apabila harga mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,245.
- Koefisien regresi dari Lokasi adalah sebesar 0,355. Maksudnya adalah bahwa setiap lokasi yang semakin baik maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,355. Begitu juga sebaliknya, apabila lokasi tidak menjadi lebih baik mengalami penurunan satu poin maka kepuasan konsumen mengalami penurunan sebesar 0,355.

2. Uji t Parsial

Uji t parsial digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak

terhadap variabel terikat.⁹ cara menentukan t tabel ialah tabel distrbusi t dicari pada derajat kebebasan (df) n-k-1 (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Maka tabel distribusi t diketahui bahwa t_{tabel} dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan df $(99-3-1) = 95$ dengan tingkat signifikansi 5%, dengan pengujian dua sisi hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,661. Sedangkan kriteria pengujiannya adalah apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model	T	Sig.
1 (Constant)	4.731	.000
Kualitas Pelayanan	2.355	.021
Harga	2.065	.042
Lokasi	2.248	.027

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Hipotesis:
H01 = Bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada

⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 84.

rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

Ha1 = Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan atau X_1 diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,021. Nilai Sig < 0,05 (0,021 < 0,05), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sementara itu variabel Kualitas Pelayanan atau X_1 mempunyai t_{hitung} yakni 2,355 dengan $t_{tabel} = 1,661$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 memiliki kontribusi terhadap Y.

b. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis:

H02 = Bahwa harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

Ha2 = Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

Hasil uji t pada variabel harga atau X_2 diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,042. Nilai Sig < 0,05 (0,042 < 0,05), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sementara itu variabel Harga atau X_2 mempunyai t_{hitung} yakni 2,065 dengan $t_{tabel} = 1,661$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 memiliki kontribusi terhadap Y.

c. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis:

H03 = Bahwa lokasi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

Ha3 = Lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

Hasil uji t pada variabel lokasi atau X_3 diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,027. Nilai Sig $< 0,05$ ($0,027 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sementara itu variabel Lokasi atau X_3 mempunyai t_{hitung} yakni 2,248 dengan $t_{tabel} = 1,661$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 memiliki kontribusi terhadap Y.

3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali, uji F simultan digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara simultan terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun langkah pengujian uji F adalah dengan cara Mengambil keputusan dengan menggunakan kriteria berikut ini :¹⁰

- a. $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$; maka H_0 diterima
- b. $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $-F_{hitung} < -F_{tabel}$; maka H_0 ditolak

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut:

¹⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 84.

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	652.083	3	217.361	22.983	.000 ^a
	Residual	898.463	95	9.458		
	Total	1550.545	98			

- a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
- Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel Anova di peroleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai $Sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan nya signifikan artinya bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal. Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus $df1 = k - 1$. Kemudian menentukan derajat bebas / *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus $df2$ dengan rumus $df2 = n - k$. dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai $k = 4$ dan $n = 99$. Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah $df1 = 4 - 1 = 3$ dan $df2 = 99 - 4 = 95$, sehingga dengan melihat nilai pada F_{tabel} dengan $df1 = 3$ dan $df2 = 95$ diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Selanjutnya membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dari tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 22,983. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,983 > 2,70$), artinya Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan

Konsumen pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.¹¹ Berikut hasil perhitungan koefisien determinasi:

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.421	.402	3.075

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada *output Model Summary* dari hasil analisis regresi linier berganda di atas dilihat dari nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,421 atau 42,1%. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas Pelayanan, harga dan lokasi) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 42,1%. Sedangkan sisanya 57,9% (100% - 42,1%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini. Dan pengaruh tersebut tergolong kuat berdasarkan *output* diperoleh angka R sebesar 0,648. Karena nilai korelasi ganda berada diantara 0,60-0,799, dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan

¹¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 83.

yang kuat antara kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

F. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

Untuk melihat pengaruh secara simultan ini dapat dilihat dari hasil uji F. Caranya yaitu dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (df1) dengan rumus $df1 = k - 1$. Kemudian menentukan derajat bebas / *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus $df2 = n - k$, dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai $k = 4$ dan $n = 99$. Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah $df1 = 4 - 1 = 3$ dan $df2 = 99 - 4 = 95$, sehingga dengan melihat nilai pada F_{tabel} dengan df1 = 3 dan df2 = 95 diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70. Selanjutnya membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dari tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 22,983. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,983 > 2,70$), artinya Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

Sedangkan untuk hasil analisis determinasi dapat dilihat pada *output Model Summary* dari hasil analisis regresi linier berganda di atas dilihat dari nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,421 atau 42,1%. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas Pelayanan, harga dan lokasi) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 42,1%. Sedangkan sisanya 57,9% ($100\% - 42,1\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini. Dan pengaruh tersebut tergolong kuat berdasarkan *output* diperoleh angka R sebesar 0,648. Karena nilai korelasi

ganda berada diantara 0,60-0,799, dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di rumah makan Waroeng Spesial Sambal. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan memberikan kesan sendiri bagi konsumen untuk datang kembali ke rumah makan tersebut. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 di atas tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05, di mana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,355. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhitungkan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen pada bidang kuliner rumah Waroeng Spesial Sambal.

kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.¹² Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang

¹² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Andi Offset 2010), 243.

benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Kualitas pelayanan dilihat berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan itu sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima rendah yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan masyarakat (para penerima layanan) secara konsisten.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh harga secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sedang berkunjung di rumah makan Waroeng Spesial Sambal. Harga yang ditetapkan oleh rumah makan Waroeng Spesial Sambal sesuai dengan keadaan perekonomian masyarakat, harga dan kualitas memiliki pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan konsumen. Harga digunakan sebagai indikator kualitas produk, yang berakibat anggapan kualitas yang lebih baik dari suatu produk dan menentukan kepuasan yang lebih tinggi, oleh sebab itu harga yang ditetapkan harus seimbang dengan kualitas yang diberikan pada konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 di atas tentang pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,042 lebih kecil dari 0,05, di mana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,065. Ini berarti semakin baik harga yang ditawarkan berakibat pada semakin baiknya kepuasan konsumen.

harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.¹³ Harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka dapat menimbulkan kekecewaan konsumen. Jadi pihak produsen harus pandai dalam menetapkan harga jual suatu produk. Pemilik rumah makan harus pandai dalam menghitung laba sehingga dapat menetapkan harga makanan dengan tepat agar konsumen tidak merasa kemahalan. Dengan harga yang bersahabat atau terjangkau maka konsumen yang hobi kuliner tidak akan ragu untuk mencoba makanan yang di sajikan rumah makan tersebut.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh lokasi secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung di rumah makan Waroeng Spesial Sambal. Lokasi yang dipilih oleh pihak rumah makan sangat strategis dan mudah dijangkau memberikan daya tarik bagi konsumen untuk datang kembali ke rumah makan tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 di atas tentang pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen diperoleh keterangan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,027 lebih kecil dari 0,05, di mana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,248. Hal ini mengindikasikan bahwa lokasi yang semakin mudah dijangkau oleh masyarakat maka semakin banyak yang berdatangan di rumah makan Waroeng Spesial Sambal.

¹³ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 115.

Lokasi merupakan kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.¹⁴ Lokasi di rumah makan Waroeng Spesial Sambal termasuk mudah dijangkau oleh konsumen karena letaknya yang dipinggir jalan raya dan dekat dengan fasilitas umum, sehingga konsumen dapat mudah untuk mencapainya.



¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*, (Yogyakarta: Andi, 2008), 211.