

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Profil Umum B'lian Resto Undaan

Nama : B'lian Resto
Tahun Berdiri : 2019
Jenis Usaha : Rumah Makan/Resto
Nama Pemilik : Nurul Qomar
Lokasi : Jln. Kudus-Perwodadi, Undaan Lor,
Kudus
Hari Operasional : Senin-Minggu
Jam Operasional : 08.00 WIB sampai 20.00 WIB

b. Sejarah Singkat B'lian Resto

B'lian Resto termasuk salah satu Rumah makan yang berada di desa Undaan Lor Gang 32 Rt 08 Rw 05 kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. B'lian resto awal di dirikan oleh Bapak Nurul Qomar (Islam/44th) yang dulunya menjadi karyawan di Belimbing Resto Dempet Perwodadi sejak tahun 2016, dengan pengalaman di bidang kuliner serta kerjaa kerasnya dia ber keinginan untuk mendirikan usahanya sendiri.

Setelah adanya modal serta pengalamanya di bidang Kuliner Bapak Nurul Qomar, pada 12 April tahun 2019 resmi mendirikan usahanya sendiri yang di beri nama B'lian Resto, dengan memanfaatkan lahan yang di sewakan oleh pemilik usaha sebelumnya yang terletak di samping jalan kudus-perwodadi, tempat yang memiliki potensi yang bagus ini di pilih menjadi tempat usahanya dengan adanya indomaret serta sekolahan memungkinkan orang yang melintas dengan mudah untuk melihatnya. Awal di dirikan usaha ini hanya memiliki 7 karyawan namun saat ini sudah ada 22 karyawan yang aktif dalam bekerja.

Pada saat itu, kawasan sekitar undaan masih sedikit usaha kuliner yang berdiri hal itu menjadi minat ataupun peluang untuk mendirikan usahanya sendiri, dengan memamerkan menu andalan Mix Shefood, serta menu

khas Sup Keong serta menu ikan lainnya, yang kurang lebih sama dengan menu-menu di perkotaan, “Podo roso rego deso” ini selogan yang ada di B’lian Resto, walupun beda tempat tapi rasanya sama serta harga sesuai dengan harga masyarakat desa, dengan di olah serta di bumbu dengan rempah-rempah yang khas membuat ciri khasnya tersendiri. B’lian resto meyajikan makanan yang halal baik bahan ataupun bumbu yang di gunakan hal itu sesuai dengan syariah yang tidak boleh menjual makanan serta minuman yang haram baik bahan ataupun zatnya menurut syariah islam.

c. **Daftar Menu Makanan serta Minuman B’lian Resto**

B’lian resto menawarkan berbagai macam menu makananan serta minuman di antaranya menu utama ialah Mix seafood, aneka makanan berat serta cemilan serta minuman jus serta milkshake. B’lian Resto

Tabel 4.1

Daftar Harga Menu Seafood B’lian Resto

No.	Daftar Menu	Daftar harga (Rp)
1.	Mix Seafood (Paket1,2,3,4)	50.000 – 320.000
2.	Kerang Original	20.000
3.	Kerang Oseng	25.000
4.	Cumi Saus Padang	25.000
5.	Cumi Tepung	25.000
6.	Cumi Asam Manis	30.000
7.	Cumi Lombok Ijo	25.000
8.	Udang Tepung	25.000
9.	Udang Asam Manis	25.000
10.	Udang Lombok Ijo	25.000
11.	Kepiting Asam Manis	65.000

Tabel 4.2
Daftar Harga Menu B'lian Resto

No.	Daftar Menu	Daftar Harga (Rp)
1.	Sup Keong Singkil	10.000
2.	Oseng Keong	13.000
3.	Nila Bakar Serapah 1kg	70.000
4.	Gurami Bakar Serapah 1kg	100.000
5.	Gurami Asam Manis 1kg	110.000
6.	Gurami Goreng 1kg	90.000
7.	Gurami Bakar Madu/Bakar Kecap 1kg	100.000
8.	Nila Goreng/Bakar 1kg	66.000
9.	Sup Nila Singkil	28.000
10.	Lele Bakar Madu	17.000
11.	Lele Goreng	16.000
12.	Ayam Bakar Madu/ Penyet	25.000
13.	Ayam Goreng	23.000
14.	Tahu/Tempe Penyet	10.000
15.	Nasi Bakul Kecil/Besar	10.000/15.000
16.	Cap cay ayam/seafood	20.000
17.	Tumis Kangkung	7.000
18.	Kangkung Bumbu Rujak	8.000
19.	Tumis Sawi Bakso	12.000
20.	Tumis Brokoli	20.000

Tabel 4.3
Daftar Harga Minuman Di B'lian Resto

No.	Daftar Menu	Daftar harga (Rp)
1.	Milkshake	15.000
2.	Es Sup Buah	10.000
3.	Es Leci Nata Dcoco	10.000
4.	Es Ijo Royo-Royo	10.000
5.	Teh (Hot/Cold)	5.000
6.	Jeruk (Hot/Cold)	6.000
7.	Lemon Tea	8.000
8.	Sirup	5.000
9.	Jahe	7.000
10.	Kopi Susu	6.000
11.	Kopi Hitam	7.000
12.	Cappucino	8.000
13.	Wedang Teleng	10.000

Tabel 4.4
Daftar Harga Jus Di B'lian Resto

No.	Daftar Menu	Daftar harga (Rp)
1.	Jus Melon	10.000
2.	Jus Jambu	10.000
3.	Jus Tomat	10.000
4.	Jus Nanas	10.000
5.	Jus Jeruk	10.000
6.	Jus Naga	10.000
7.	Jus Alpukat	10.000
8.	Jus Mangga	10.000

Tabel 4.5
Daftar Harga Cemilan Di B'lian Resto

No.	Daftar Menu	Daftar harga (Rp)
1.	Kentang Goreng	10.000
2.	Pisang Crispy	10.000
3.	Jamur Crispy	10.000
4.	Mendoan	8.000
5.	Bakwan Jagung	8.000
6.	Bakwan Sayur	8.000
7.	Jasuke	10.000
8.	Mix Buah	10.000
9.	3 in 1	15.000

B. Pembahasan

1. Deskripsi Identitas Responden

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik data responden berdasarkan kategori jenis kelamin yakni sebagai mana berikut:

Tabel 4.7
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi
Perempuan	64	66%
Laki-laki	33	34%
Jumlah	97	100%

Sumber: *Data Primer yang di olah, 2022*

Sesuai dengan tabel tersebut, bisa diambil kesimpulan jika responden yang paling banyak sesuai dengan kategori jenis kelamin yakni perempuan senilai 66% termasuk yang senang akan berbelanja serta suka dengan kuliner.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik data responden berdasarkan kategori usia yakni sebagai mana berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah	Presentasi
12-16 Tahun	1	1%
17-25 Tahun	19	20%
26-35 Tahun	41	42%
36-45 Tahun	26	27%
46-55 Tahun	10	10%
Jumlah	97	100%

Sumber: *Data Primer yang di olah,2022*

Sesuai dengan tabel tersebut, bisa diambil kesimpulan jika responden yang paling banyak sesuai dengan kategori usia yakni dari rentang Usia 26-35 tahun ataupun senilai 43% termasuk kategori usia baru berkeluarga yang pada usia ini mereka masih senang untuk berpergian bersama keluarga untuk ber senang-senang ataupun liburan serta pergi ketempat kuliner.

c. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan

Karakteristik data responden berdasarkan kategori pendidikan yakni sebagai mana berikut:

Tabel 4.8
Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentasi
SD	15	15%
SMP	33	34%
SMA	37	38%
S1	12	12%
Jumlah	97	100%

Sumber: *Data Primer yang di olah,2022*

Sesuai dengan tabel tersebut, bisa diambil kesimpulan jika responden yang paling banyak sesuai dengan kategori pendidikan yakni pada SMA sedrajat senilai 38%, yang bisa artikan jika jenjang pendidikan juga bisa memberi pengaruh pemilihan tempat makan.

d. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik data responden berdasarkan kategori pekerjaan yakni sebagai mana berikut:

Tabel 4.9
Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentasi
Pelajar/Mhas	2	2%
Wiraswasta	33	34%
PNS	10	10%
Karyawan	35	36%
Lainnya	17	18%
Jumlah	97	100%

Sumber: *Data Primer yang di olah,2022*

Sesuai dengan tabel tersebut, bisa diambil kesimpulan jika responden yang paling banyak sesuai dengan kategori pekerjaan yakni karyawan sebanyak 35 responden ataupun senilai 36%.

e. Deskripsi Responden berdasarkan Frekuensi Datang Responden

Karakteristik data responden berdasakan kategori kedatangan konsumen yakni sebagai mana berikut:

Tabel 4.10
Deskripsi Responden berdasarkan Frekuensi Datang Responden

Frekuensi Datang	Jumlah	Presentasi
1 Kali	7	7%
2 Kali	19	20%
3 Kali	21	22%
4 Klai	20	21%
>5 Kali	30	31%
Jumlah	97	100%

Sumber: *Data Primer yang di olah,2022*

Sesuai dengan tabel tersebut, bisa diambil kesimpulan jika responden berdasarkan kategori kedatangan yakni sebanyak 1 kali yang berjumlah 7 responden ataupun senilai 7%, yang sudah datang 2 kali yang berjumlah 19 responden ataupun senilai 20%, sementara yang datang 3 kali berjumlah 21 ataupun senilai 22%, yang sudah datang 4 kali yang senilai 21%, serta yang sudah datang lebih dari 5 kali berjumlah 30

ataupun senilai 31%. Data tersebut menjelaskan jika tingkat frekuensi datangnya responden terbanyak yakni pada tingkat frekuensi yang datang lebih dari 5 kali sebanyak 30 responden ataupun senilai 31%.

2. Deskripsi Angket

a. Variabel Kualitas Produk

Jawaban responden tentang indikator-indikator pernyataan terhadap variabel kualitas pelayanan pada kuesoner yang sudah di sebarakan sebagaimana berikut:

Tabel 4.11
Frekuensi Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
X1.1	0	0,00(%)	0	0,00(%)	62	63,92	35	36,08
X1.2	0	0,00(%)	1	1,03(%)	55	56,7	41	42,27
X1.3	0	0,00(%)	0	0,00(%)	55	56,7	42	43,3
X1.4	0	0,00(%)	1	1,03(%)	52	53,61	44	45,36
X1.5	0	0,00(%)	1	1,03(%)	52	53,61	44	45,36
X1.6	0	0,00(%)	2	2,06(%)	63	64,95	32	32,99

Sumber: *Data Primer yang di olah, 2022*

- 1) Pada item pernyataan X1.1, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (36,08%), responden yang menjawab setuju (63,92%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika B'lian Resto selalu mempertahankan Cita rasa yang sama ketika berkunjung.
- 2) Pada item pertanyaan X1.2, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (42,27%), responden yang menjawab setuju (56,7%), serta responden menjawab tidak setuju (1.03%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Menu di B'lian Resto ada yang istimewa dari pesaing.
- 3) Pada item pernyataan X1.3, responden menjawab sangat setuju (43,3%), responden yang menjawab setuju (56,7%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Kehalalan bahan produk terjamin di B'lian Resto.

- 4) Pada item pertanyaan X1.4, responden menjawab sangat setuju (45,36%), responden yang mengatakan setuju (53,61%), responden yang mengatakan tidak setuju (1,03%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju Kualitas kebersihan penyajian selalu di utamakan di B'lian Resto.
- 5) Pada item pertanyaan X1.5, responden menjawab sangat setuju (45,36%), responden yang mengatakan setuju (53,61%), responden yang mengatakan tidak setuju (1,03%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Makanan yang di sajikan oleh B'lian Resto sangat enak serta unik sehingga pelanggan suka dengan kualitas produk makanan ini.
- 6) Pada item pertanyaan X1.6, responden menjawab sangat setuju (32,99%), responden yang mengatakan setuju (64,95%), responden yang mengatakan tidak setuju (2,06%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika konsumen suka dengan kualitas produk B'lian Resto karena lengkap serta menyenangkan.

b. Variabel Kualitas Pelayanan

Jawaban responden tentang indikator-indikator pertanyaan terhadap variabel kualitas pelayanan pada kuesoner yang sudah di sebarakan sebagaimana berikut:

Tabel 4.12
Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
X2.1	0	0,00	0	0,00	54	55,67	43	44,33
X2.2	0	0,00	3	3,09	51	52,58	43	44,33
X2.3	0	0,00	2	2,06	47	48,45	48	49,48
X2.4	0	0,00	4	4,12	49	50,52	44	45,36
X2.5	0	0,00	0	0,00	61	62,89	36	37,11
X2.6	1	1,03	1	1,03	53	54,64	42	43,30

Sumber: *Data Primer yang dii olah,2022*

- 1) Pada item pertanyaan X2.1, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (44,33%), responden yang menjawab setuju (55,67%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika B'lian Resto menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip syariah sehingga bisa dipercaya oleh konsumen.
- 2) Pada item pertanyaan X2.2, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (44,33%), responden yang menjawab setuju (52,58%), responden yang menjawab tidak setuju (3,09%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung..
- 3) Pada item pertanyaan X2.3, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (49,48%), responden yang menjawab setuju (48,45%), responden yang menjawab tidak setuju (2,06%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika pelanggan tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan..
- 4) Pada item pertanyaan X2.4, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (45,36%), responden yang menjawab setuju (50,52%), responden yang menjawab tidak setuju (4,12%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan.
- 5) Pada item pertanyaan X2.5, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (37,11%), responden yang menjawab setuju (62,89%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Karyawan ramah serta selalu memberi senyuman saat memberi pelayanan pada pengunjung..
- 6) Pada item pertanyaan X2.6, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (43,30%), responden yang menjawab setuju (54,64%), responden yang menjawab tidak setuju (1,03%), responden yang menjawab sangat tidak setuju (1,03%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Fasilitas free Wi-Fi serta musholla membuat pelanggan merasa nyaman serta tertarik menjalankan

pembelian.

c. Variabel Harga

Jawaban responden tentang indikator-indikator pertanyaan terhadap variabel kualitas pelayanan pada kuesoner yang sudah di sebarakan sebagaimana berikut:

Tabel 4.13
Frekuensi Variabel Harga

Pernyataan	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
X3.1	4	4,12	6	6,19	62	63,92	25	25,77
X3.2	2	2,06	20	20,62	46	47,42	29	29,90
X3.3	2	2,06	14	14,43	52	53,61	29	29,90
X3.4	1	1,03	10	10,31	55	56,70	31	31,96
X3.5	0	0,00	11	11,34	54	55,67	32	32,99
X3.6	2	2,06	13	13,40	60	61,86	22	22,68
X3.7	2	2,06	9	9,28	60	61,86	26	26,80
X3.8	0	0,00	12	12,37	57	58,76	28	28,87
X3.9	4	4,12	12	12,37	59	60,82	22	22,68
X3.10	0	0,00	16	16,49	58	59,79	23	23,71

Sumber: *Data Primer yang dii olah,2022*

- 1) Pada item pertanyaan X3.1, meyakini jika responden menjawab sangat setuju (25,77%), responden yang menjawab setuju (63,92%), responden yang menjawab tidak setuju (6,19%), responden yang menjawab sangat tidak setuju (4,12%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Harga yang ditawarkan masih terjangkau.
- 2) Pada item pertanyaan X3.2, meyakini jika responden menjawab sangat setuju (29,90%), responden yang menjawab setuju (47,42%), responden yang menjawab tidak setuju (20,62%), responden yang menjawab sangat tidak setuju (2,06%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli konsumen.

- 3) Pada item pertanyaan X3.3, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (31,96%), responden yang menjawab setuju (53,61%), responden yang menjawab tidak setuju (14,43%), responden yang menjawab sangat tidak setuju (2,06%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas rasa.
- 4) Pada item pertanyaan X3.4, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (29,90%), responden yang menjawab setuju (56,70%), responden yang menjawab tidak setuju (10,31%), responden yang menjawab sangat tidak setuju (1,03%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Harga yang ditawarkan sesuai dengan kuantitas (porsinya).
- 5) Pada item pertanyaan X3.5, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (32,99%), responden yang menjawab setuju (55,67%), responden yang menjawab tidak setuju (11,34%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Harga yang ditawarkan lebih murah dari produk pesaing lainnya.
- 6) Pada item pertanyaan X3.6, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (22,68%), responden yang menjawab setuju (61,86%), responden yang menjawab tidak setuju (13,40%), responden yang menjawab sangat tidak setuju (2,06%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan di B'lian Resto.
- 7) Pada item pertanyaan X3.7, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (26,80%), responden yang menjawab setuju (61,86%), responden yang menjawab tidak setuju (9,28%), responden yang menjawab sangat tidak setuju (2,06%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika harga sesuai dengan slogan” podo roso rego ndeso.
- 8) Pada item pertanyaan X3.8, menyatakan jika

responden menjawab sangat setuju (28,87%), responden yang menjawab setuju (58,76%), responden yang menjawab tidak setuju (12,37%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Teresedinya himbauan / poster protocol kesehatan di lokasi B’lian Resto.

- 9) Pada item pertanyaan X3.9, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (22,68%), responden yang menjawab setuju (60,82%), responden yang menjawab tidak setuju (12,37%), responden yang menjawab sangat tidak setuju (4,12%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Di B’lian Resto selalu memberitahu ke tamu jika ada kenaikan harga menu.
- 10) Pada item pertanyaan X3.10, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (23,71%), responden yang menjawab setuju (59,79%), responden yang menjawab tidak setuju (16,49%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Beberapa harga menu yang mahal sesuai dengan hidangan yang di sajikan (makanannya enak).

d. Variabel Lokasi

Jawaban responden tentang indikator-indikator pertanyaan terhadap variabel kualitas pelayanan pada kuesoner yang sudah di sebarakan sebagaimana berikut:

Tabel 4.14
Frekuensi Variabel Lokasi

Pernyataan	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
X4.1	0	0,00	1	1,03	67	69,07	29	29,90
X4.2	0	0,00	0	0,00	60	61,86	37	38,14
X4.3	0	0,00	2	2,06	72	74,23	23	23,71
X4.4	0	0,00	1	1,03	58	59,79	38	39,18
X4.5	0	0,00	2	2,06	56	57,73	39	40,21
X4.6	0	0,00	0	0,00	67	69,07	30	30,93

Sumber: *Data Primer yang di olah,2022*

- 1) Pada item pertanyaan X4.1, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (29,90%), responden yang menjawab setuju (69,07%), responden yang menjawab tidak setuju (1,03%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Lokasi B'lian Resto mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Pada item pertanyaan X4.2, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (38,14%), responden yang menjawab setuju (74,23%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Kondisi jalan menuju B'lian Resto bagus.
- 3) Pada item pertanyaan X4.3, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (23,71%), responden yang menjawab setuju (69,07%), responden yang menjawab tidak setuju (2,06%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Lokasi B'lian Resto terlihat di pinggir jalan raya sehingga mudah ditemukan oleh pelanggan.
- 4) Pada item pertanyaan X4.4, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (39,18%), responden yang menjawab setuju (59,79%), responden yang menjawab tidak setuju (1,03%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Lalu lintas di sekitar B'lian Resto lancar.
- 5) Pada item pertanyaan X4.5, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (40,21%), responden yang menjawab setuju (57,73%), responden yang menjawab tidak setuju (2,06%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika B'lian Resto memiliki tempat parkir yang luas serta aman.
- 6) Pada item pertanyaan X4.6, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (30,93%), responden yang menjawab setuju (69,07%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Lokasi B'lian Resto cukup strategis dimana banyak masyarakat beraktivitas di sekitar.

e. Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen

Jawaban responden tentang indikator-indikator pertanyaan terhadap variabel kualitas pelayanan pada kuesioner yang sudah di sebarakan sebagaimana berikut:

Tabel 4.15
Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen

Pernyataan	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
Y1.1	0	0,00	0	0,00	65	67,01	32	32,99
Y1.2	0	0,00	1	1,03	55	56,70	41	42,27
Y1.3	0	0,00	0	0,00	56	57,73	41	42,27
Y1.4	0	0,00	1	1,03	52	53,61	44	45,36
Y1.5	0	0,00	1	1,03	53	54,64	43	44,33
Y1.6	0	0,00	2	2,06	66	68,04	29	29,90
Y1.7	0	0,00	0	0,00	66	68,04	31	31,96
Y1.8	0	0,00	1	1,03	57	58,76	39	40,21

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2022*

- 1) Pada item pertanyaan Y1.1, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (32,99%), responden yang menjawab setuju (67,01%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Berbagai makanan/minuman yang disediakan sesuai dengan selera konsumen.
- 2) Pada item pertanyaan Y1.2, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (42,27%), responden yang menjawab setuju (56,70%), responden yang menjawab tidak setuju (1,03%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Kehalalan produk & makanan/minuman yang disediakan bisa dipercaya oleh konsumen.
- 3) Pada item pertanyaan Y1.3, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (42,27%), responden yang menjawab setuju (57,73%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Fasilitas penunjang yang disediakan seperti, tempat cuci tangan, toilet, serta tempat sholat yang ada sesuai dengan yang diharapkan.

- 4) Pada item pertanyaan Y1.4, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (44,33%), responden yang menjawab setuju (53,61%), responden yang menjawab tidak setuju (1,03%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh B'lian Resto memuaskan.
- 5) Pada item pertanyaan Y1.5, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (45,36%), responden yang menjawab setuju (54,64%), responden yang menjawab tidak setuju (1,03%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Berminat berkunjung kembali karena makanan/ minuman lainnya memuaskan sesuai selera.
- 6) Pada item pertanyaan Y1.6, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (29,90%), responden yang menjawab setuju (68,04%), responden yang menjawab tidak setuju (2,06%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Berminat berkunjung kembali karena kehalalan produk & makanan/minuman yang disediakan sudah terjamin.
- 7) Pada item pertanyaan Y1.7, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (31,96%), responden yang menjawab setuju (68,04%), hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan oleh B'lian Resto memadai.
- 8) Pada item pertanyaan Y1.8, menyatakan jika responden menjawab sangat setuju (40,21%), responden yang menjawab setuju (58,76%), responden yang menjawab tidak setuju (1,03%) hal itu memperlihatkan sebagian banyak responden setuju jika bakal merekomendasikan B'lian Resto kepada teman/ keluarga.

C. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas ialah suatu ukuran yang memperlihatkan tingkat keandalan ataupun keabsahan suatu alat ukur guna memahami kelayakan butir-butir pertanyaan dalam menjelaskan suatu variabel.¹ Mengukur validitas bisa dijalankan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk menentukan r tabel dicari dengan *degree of freedom* (df) = $(n-2)$ yakni $97-2$ dengan α 0,1 maka didapat r tabel = 0.1996. Dalam uji validitas, dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Sesuai dengan pengolahan data yang dijalankan memakai program SPSS versi 16.0 di peroleh uji validitas seperti berikut:

a. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,791	0,1996	Valid
X1.2	0,794	0,1996	Valid
X1.3	0,759	0,1996	Valid
X1.4	0,777	0,1996	Valid
X1.5	0,688	0,1996	Valid
X1.6	0,653	0,1996	Valid

Sumber: *Output SPSS Versi 16.0 yang di olah, 2022*

Pada tabel tersebut point kuisioner untuk variabel kualitas produk tersebut memperlihatkan nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga uji validitas variabel kualitas produk dinyatakan "Valid".

b. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,637	0,1996	Valid
X2.2	0,689	0,1996	Valid
X2.3	0,676	0,1996	Valid
X2.4	0,578	0,1996	Valid
X2.5	0,620	0,1996	Valid
X2.6	0,629	0,1996	Valid

Sumber: *Output SPSS Versi 16.0 yang di olah, 2022*

¹ Albert Kurniawan, *Metode Riset Ekonomi serta Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 90.

Pada tabel tersebut point kuisioner untuk variabel kualitas pelayanan tersebut memperlihatkan nilai rhitung $>$ rtabel. Sehingga uji validitas variabel kualitas produk dinyatakan “Valid”.

c. Uji Validitas Variabel Harga (X3)

No. Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X3.1	0,510	0,1996	Valid
X3.2	0,583	0,1996	Valid
X3.3	0,578	0,1996	Valid
X3.4	0,566	0,1996	Valid
X3.5	0,554	0,1996	Valid
X3.6	0,551	0,1996	Valid
X3.7	0,595	0,1996	Valid
X3.8	0,521	0,1996	Valid
X3.9	0,419	0,1996	Valid
X3.10	0,668	0,1996	Valid

Sumber: *Output SPSS Versi 16.0 yang di olah,2022*

Pada tabel tersebut point kuisioner untuk variabel harga tersebut memperlihatkan nilai rhitung $>$ rtabel. Sehingga uji validitas variabel kualitas produk dinyatakan “Valid”.

d. Uji Validitas Variabel Lokasi (X4)

No. Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X4.1	0,689	0,1996	Valid
X4.2	0,678	0,1996	Valid
X4.3	0,688	0,1996	Valid
X4.4	0,760	0,1996	Valid
X4.5	0,693	0,1996	Valid
X4.6	0,710	0,1996	Valid

Sumber: *Output SPSS Versi 16.0 yang di olah,2022*

Pada tabel tersebut point kuisioner untuk variabel kualitas produk tersebut memperlihatkan nilai rhitung $>$ rtabel. Sehingga uji validitas variabel kualitas produk dinyatakan “Valid”.

e. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	0,683	0,1996	Valid
Y1.2	0,749	0,1996	Valid
Y1.3	0,716	0,1996	Valid
Y1.4	0,742	0,1996	Valid
Y1.5	0,671	0,1996	Valid
Y1.6	0,624	0,1996	Valid
Y1.7	0,649	0,1996	Valid
Y1.8	0,711	0,1996	Valid

Sumber: *Output SPSS Versi 16.0 yang di olah, 2022*

Pada tabel tersebut point kuisioner untuk variabel kualitas produk tersebut memperlihatkan nilai r hitung > r tabel. Sehingga uji validitas variabel kualitas produk dinyatakan “Valid”.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas ialah indeks yang memperlihatkan sejauh mana alat pengukur bisa dipercaya serta diandalkan. Setiap alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberi hasil pengukuran relatif dari waktu ke waktu.² Uji ini memakai uji statistik Cronbach's Alpha (α), instrumen tersebut bisa dinyatakan reliabel yakni jika yang di peroleh dari pengujian *statistic cronbach's Alpha* > 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas yang sudah di olah memakai SPSS versi 16.0 ini bisa dilihat pada table berikut:

Tabel 4.16
Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficien	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	6 Item	0,838	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	6 Item	0,755	0,60	Reliabel

² Albert Kurniawan, *Metode Riset Ekonomi serta Bisnis*, 102.

Harga (X3)	10 Item	0,747	0,60	<i>Reliabel</i>
Lokasi (X4)	6 Item	0,795	0,60	<i>Reliabel</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	8 Item	0,846	0,60	<i>Reliabel</i>

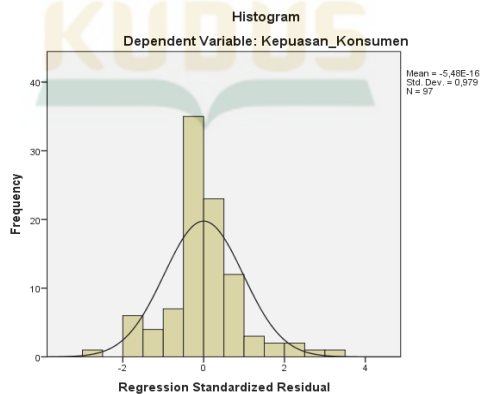
Hasil uji diatas, sudah di ketahui jika nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Kualitas Produk (X1) senilai 0,836, Kualitas Pelayanan (X2) senilai 0,755, Harga (X3) senilai 0,747, Lokasi (X4) senilai 0,795, serta Kepuasan Konsumen (Y) senilai 0,846), Artinya hasil memperlihatkan variabel tersebut mempunyai nilai lebih dari 0,60. Oleh sebab itu semua variabel bisa dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas termasuk uji yang mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel bebas serta variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal ataupun tidak.³ Karna dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut di anggap bisa mewakili populasi. Berikut hasil dari uji normalitas:

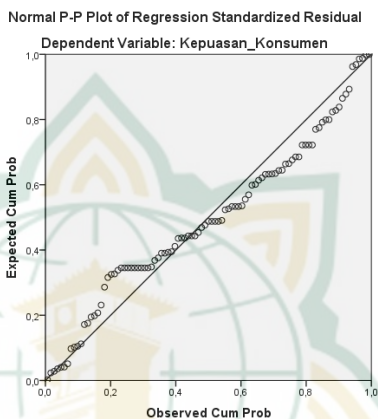
Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas Histogram



³ Masrukhin, *Metode Kajian Kuantitatif*, 183.

Pada gambar di atas memperlihatkan jika kurva yang normal terbentuk menggunung . sehingga bisa dinyatakan data pada gambar tersebut dinyatakan terdistribusi normal.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas P-Plot



Pada gambar di atas memperlihatkan jika data tersebut menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah diagonal. sehingga bisa dinyatakan data pada gambar tersebut dinyatakan terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik ialah ketika tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.⁴ Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas yakni apabila nilai FIV (*Variance Inflation Factor*) < 10 serta *Tolerance* $> 0,10$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji bisa di lihat sebagaimana berikut:

⁴ Masrukhin, *Merode Kajian Kuantitatif*, 180.

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>Varian Inflation Factor (VIF)</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,430	2,324	Bebas Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X2)	0,146	2,324	Bebas Multikolinieritas
Harga (X3)	0,391	2,558	Bebas Multikolinieritas
Lokasi (X4)	0,201	4,987	Bebas Multikolinieritas

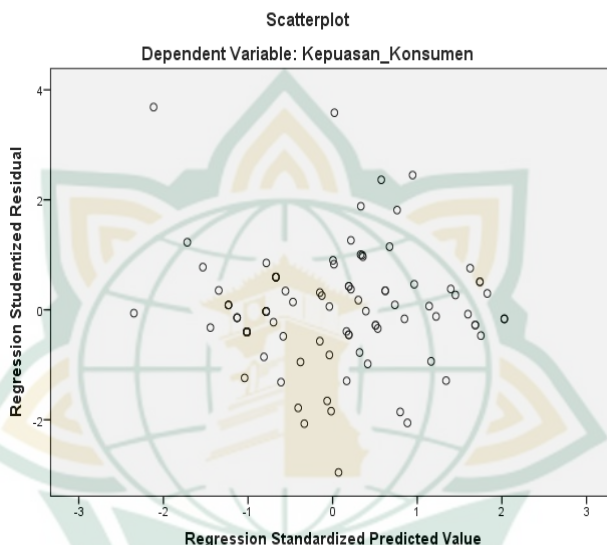
Sesuai dengan tabel tersebut, bisa diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel kualitas produk (X1) senilai 0,430, kualitas pelayanan (X2) senilai 0,146, harga (X3) senilai 0,391, serta lokasi (X4) senilai 0,201. Sementara, nilai VIF untuk variabel kualitas produk (X1) senilai 2,324, kualitas pelayanan (X2) senilai 2,324, harga (X3) 2,558, serta lokasi (X4) ialah 4,987. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa setiap variabel memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ serta nilai VIF < 10 . Maka bisa diambil simpulan jika variabel pada kajian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini termasuk model sebuah pengujian yang dijalankan guna memahami apakah ada gangguan dalam fungsi regresi yakni adanya ketidaksamaan residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik ialah yang tidak terjadi

heteroskedastisitas.⁵ pada kajian ini memakai metode *Scatterplots* sebagai upaya untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sesuai dengan gambar diatas dilihat titik-titik data tidak memiliki pola yang teratur serta titik-titik data meyebar di atas serta di bawah ataupun disekitar angka 0 pada sumbu Y Hal itu dibuktikan dengan grafik *scatterplots* diatas. Sehingga data di simpulkan jika model regresi pada uji ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

E. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dipakai guna memahami seberapa besar pengaruh antara variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) terhadap variabel dependen (Y) pada kajian ini di gunakan regresi linier berganda karna variabel independen (*predictor variabel*) lebih dari satu. Berikut tabel hasil pengolahan SPSS analisa regresi linier berganda:

⁵ Albert Kurniawan, *Metode Riset Ekonomi serta Bisnis*, 158.

Tabel 4.18
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,275	1,271		1,003	,318
	Kualitas_Produk	,288	,079	,234	3,657	,000
	Kualitas_Pelayanan	,985	,115	,945	8,595	,000
	Harga	,292	,031	,628	9,340	,000
	Lokasi	-,472	,126	-,350	-3,732	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sesuai dengan hasil uji di atas, maka rumus persamaan regresi linier berganda seperti berikut:

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kualitas Pelayanan

X3 = Harga

X4 = Lokasi

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen

b2 = Koefisien regresi antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

b3 = Koefisien regresi antara Harga dengan Kepuasan Konsumen

b4 = Koefisien regresi antara Lokasi dengan Kepuasan Konsumen

e = Standar error

Sesuai dengan persamaan regresi linier berganda di atas bisa di jelaskan sebagai manan berikut:

$$Y = 1,275 + 0,288 X_1 + 0,985 X_2 + 0,292 X_3 + 0,472 X_4 + e$$

1) Nilai konstan (a) tanpa di pengaruhi oleh variabel kualitas produk, pelayanan, harga serta lokasi maka kepuasan konsumen B'lian Resto Undaan Kudus ialah senilai 1,275

2) Koefisien Regresi kualitas produk (X1) didapatkan dari nilai coefficient (b1) senilai 0,288. Yang memperlihatkan nilai kepuasan konsumen bakal

mengalami peningkatan senilai 0,288 untuk setiap 1 (satuan) peningkat variabel kualitas produk.

- 3) Koefisien Regresi kualitas pelayanan (X2) didapatkan dari nilai coefficient (b2) senilai 0,985. Yang memperlihatkan nilai kepuasan konsumen bakal mengalami peningkatan senilai 0,985 untuk setiap 1 (satuan) peningkat variabel kualitas pelayanan.
- 4) Koefisien Regresi harga (X3) didapatkan dari nilai coefficient (b3) senilai 0,292. Yang memperlihatkan nilai kepuasan konsumen bakal mengalami peningkatan senilai 0,292 untuk setiap 1 (satuan) peningkat variabel harga.
- 5) Koefisien Regresi lokasi (X4) didapatkan dari nilai coefficient (b4) senilai 0,472. Yang memperlihatkan nilai kepuasan konsumen bakal mengalami peningkatan senilai 0,472 untuk setiap 1 (satuan) peningkat variabel lokasi.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji T dijalankan guna memahami secara parsial terhadap variabel bebas (X), apakah memiliki pengaruh yang signifikan ataupun tidak terhadap variabel terikat (Y).⁶ hal tersebut bisa diketahui jika variabel (X) mempengaruhi signifikan terhadap variabel dependen (Y) yakni jika thitung > ttabel dengan nilai sig. < 0,05. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = (5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n - k - 1$ ataupun $97 - 4 - 1 = 92$ (n ialah jumlah sampel serta k ialah jumlah variabel bebas).⁷ Dengan pengujian 2 sisi (signifikan = 0,025) hasil yang didapat untuk tabel ialah 1,986.

⁶ Deni Dermawan, *Metodologi Kajian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 180.

⁷ Surya Eka Priyanta, *Analisa Statistik Sosial Rangkaian Kajian Kuantitatif Memakai SPSS* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020) 67.

Tabel 4.19
Hasil Uji t Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,275	1,271		1,003	,318
	Kualitas_Produk	,288	,079	,234	3,657	,000
	Kualitas_Pelayanan	,985	,115	,945	8,595	,000
	Harga	,292	,031	,628	9,340	,000
	Lokasi	-,472	,126	-,350	-3,732	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sesuai dengan tabel tersebut hasil hipotesis pada table di atas memperlihatkan jika :

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji variabel kualitas produk (X1) menunjukkan nilai t hitung senilai 3,657 dengan signifikansi 0,000. bisa diketahui jika nilai thitung > ttabel ($3,657 > 1,986$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) sehingga secara parsial variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan kosumen (Y).

- 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji variabel kualitas pelayanan (X2) menunjukkan nilai thitung senilai 8,595 dengan signifikansi 0,000. bisa diketahui jika nilai thitung > ttabel ($8,595 > 1,986$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) sehingga secara parsial variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

- 3) Pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji variabel harga (X3) menunjukkan nilai thitung senilai 9,340 dengan signifikansi 0,000. bisa diketahui jika nilai thitung > ttabel ($9,340 > 1,986$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) sehingga secara parsial variabel harga (X3) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

- 4) Pengaruh variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji variabel lokasi (X4) menunjukkan nilai thitung senilai 3,732 dengan signifikansi 0,000. bisa diketahui jika nilai thitung > ttabel ($3,732 > 1,986$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) sehingga secara

parsial variabel lokasi (X4) berpengaruh signifikan positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Hasil uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) dipakai untuk menguji apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.⁸ Hal tersebut bisa diketahui dengan menguji untuk variabel X berpengaruh terhadap variabel Y jika nilai Fhitung > Ftabel dengan nilai signifikansi 5% ataupun < 0,05 Cara menentukan Ftabel yakni dengan tingkat keyakinan dengan nilai F tabel 2,47.⁹

Tabel 4.20
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	618,657	4	154,664	118,330	,000 ^b
	Residual	120,250	92	1,307		
	Total	738,907	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

Dari tabel diatas, memperlihatkan nilai Fhitung > Ftabel (118,330 > 2.47) dengan signifikansi 0,000 yang bermakna lebih rendah dari 0,05. bisa diambil kesimpulan jika variabel X1, X2, X3 serta X4 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

4. Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini dipakai untuk menghitung persentase kontribusi pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel (Y). Nilai R² ialah antara 0-1. Apabila hasil uji R² mendekati angka 1. Hal itu memperlihatkan pengaruh sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar demikian sebaliknya.¹⁰

⁸ Deni dermawan, "Metodologi Kajian Kuantitatif," 180.

⁹ Surya Eka Priyanta, *Analisa Statistik Sosial Rangkaian Kajian Kuantitatif Memakai SPSS*, 68

¹⁰ Imam ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IMB SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2017), 301.

Tabel 4.21
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,915 ^a	,837	,830	1,14327

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas_Produk, Kualitas_Pelayanan

Dari tabel tersebut, bisa diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) ataupun yang dinotasikan *Adjusted R Square* ialah senilai 0,830 ataupun 83%. Hal itu memperlihatkan variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) memiliki pengaruh senilai 83% terhadap variabel Y . sementara sisanya 17% kepuasan konsumen bisa dipengaruhi oleh variabel lain..

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Kajian ini melibatkan sebanyak 97 responden yang sudah bersedia mengisi kuisioner mengenai indikator-indikator pengaruh kualitas produk, harga, serta lokasi terhadap kepuasan konsumen B'lian Resto. Dengan pengujian validitas dan reliabilitas yang di gunakan penulis bisa dinyatakan berguna dalam sebuah kajian karena terbukti jika kuisioner tersebut valid serta reliabel. Sesuai dengan data, ataupun informasi yang di peroleh memakai metode statistik, maka langkah selanjutnya penulis bakal membahas analisa data tersebut.

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen B'lian Resto

Hasil uji setatistik yang diolah memakai SPSS versi 16.0, sesuai dengan uji t variabel kualitas Produk perpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen B'lian Resto yakni dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,657 > 1,986) dengan nilai (sig) $0,000 < 0,05$ (nilainya lebeih kecil dari 0,05) sedangkan 0,05 sebagai nilai tingkat signifikan. Serta pada uji f memperlihatkan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ (118,330 > 2.47) Sehingga H_0 ditolak dan H_1 di terima, artinya variabel kualitas produk perpengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa jika produk yang di berikan selalu baik maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen di B'lian Resto.

Penelitian ini sejalan dengan Teori kualitas produk yang di kemukakan oleh Philip Kotler serta Amstrong ialah karakteristik produk ataupun jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan ataupun diimplikasikan.¹¹ Sedangkan teori menurut Adam & Ebert Analisis persepsi konsumen terhadap kualitas produk menyatakan pelanggan menilai baik buruknya kualitas suatu produk itu berdasarkan persepsinya.

Sementara Konsep islam mengajarkan mengarahkan kepada produsen dalam memproduksi suatu barang harus mengandung unsur kehalalan. Setiap muslim wajib menanamkan prinsip etika dalam kegiatan produksi agar tidak melewati batasan serta berkomitmen terhadap kehalalan produk yang ditentukan Allah.¹² Hal itu sejalan apa yang di berikakan oleh B'lian resto dengan memakai bahan yang halal serta menjual barang yang halal serta tidak menjual barang yang haram.

Definisi kualitas produk menurut American Society For Quality Control ialah keseluruhan kelengkapan serta karakteristik dari produk ataupun layanan yang memberi pengaruh kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan ataupun tersirat.¹³

Dari kajian ini bisa di simpulkan jika indikator kualitas produk yang di berikan baik maka kepuasan konsumen B'lian Resto bakal mengalami peningkatan serta konsumen bakal dengan senang hati berminat untuk berkunjung kembali. Penjelasan di atas memperlihatkan jika indikator yang di kemukakan oleh Philip Kotler serta kevin terhadap kualitas produk yang terdiri dari keistimewaan produk, estetika produk, kesan kualitas, rasa produk, dan variasi

¹¹ Philip Kotler serta Gary Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2008)

¹² Anita Rahmawaty, Ekonomi Mikro Islam, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2011)

¹³ Philip Kotler, Kevin Lane Keiler, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid I* (Jakarta: Erlangga, 2009), 143.

menu yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Melihat diterima H1 pada penelitian ini, memperlihatkan jika indikator dari kualitas Produk bisa dijadikan tanda untuk menilai kepuasan Konsumen di B'lian Resto. **Maka pada penelitian ini hipotesis 1 yaitu pengaru kualitas poduk terhadap kepuasan konsumen di terima.**

2. Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen B'lian Resto

Hasil uji setatistik yang diolah memakai SPSS versi 16.0, sesuai dengan uji t variabel pelayanan perpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen B'lian Resto yakni dengan nila $t_{hitung} > t_{tabel}$ (8,595 > 1,986) dengan nilai (sig) $0,000 < 0,05$ (nilainya lebeih kecil dari 0,05) sedangkan 0,05 sebagai nilai tingkat signifikan. Serta pada uji f memperlihatkan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ (118,330 > 2.47) Sehingga Ho ditolak dan H2 di terima, artinya variabel kualitas pelayanan perpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa jika pelayanan yang di berikan selalu tepat dan baik maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang di berikan oleh B'lian Resto.

Teori Kualitas Pelayanan menurut David Garvin yang menyatakan *User-Based Approach* termasuk pendekatan yang paling tepat diaplikasikan dalam mendefinisikan kualitas jasa. jika produk/jasa yang dinilai berkualitas tinggi oleh individu tertentu belum tentu bakal di nilai sama oleh orang lain.

Parasuraman menyatakan indikator Kualitas Pelayanan Meliputi: Kehandalan (memberi pelayanan yang baik serta bisa di percaya) Daya tanggap (memberi jasa yang di butuhkan konsumen), Jaminan serta kepastian (melayani dengan ramah serta sopan agar bisa di percaya), Empati (memahami kebutuhan pelanggan) Bukti fisik (meyediakan berbagai fasilitas).¹⁴ Hasil dari kajian ini sesuai dengan teori para ahli di atas dengan di ukur dengan memakai

¹⁴ Fajar Laksana, Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2008), 96.

indikator menurut parasuraman, jika semakin tinggi harapan yang terpenuhi maka bakal terciptanya kepuasan yang mendalam.

Sementara Konsep islam mengajarkan Ada tiga hal dalam konsep dasar pelayanan prima yakni pertama sikap, perusahaan harus memberi pelayanan dengan sikap yang baik, sopan serta simpatik kepada konsumen. Kedua perhatian, selain memberi pelayanan yang baik, memberi perhatian serta mencermati keinginan konsumen. Ketiga tindakan, dalam memberi pelayanan kepada konsumen harus diikuti dengan tindakan yang nyata.¹⁵ Dalam hal pelayanan yang di lakukan pada B'lian Resto sudah sesuai dengan syariat islam dengan menjalankan ke 3 konsep dasar pelayanan.

Dari kajian ini bisa di simpulkan jika indikator kualitas pelayanan yang di berikan baik maka kepuasan konsumen B'lian Resto bakal mengalami peningkatan serta konsumen bakal dengan senang hati berminat untuk berkunjung kembali. Penjelasan di atas memperlihatkan jika indikator terhadap kualitas pelayanan yang terdiri dari Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan serta Kepastian, Empati serta Bukti Fisik, yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Melihat diterima H2 pada penelitian ini, memperlihatkan jika indikator dari kualitas Pelayanan bisa dijadikan tanda untuk menilai kepuasan Konsumen di B'lian Resto. **Maka pada penelitian ini Hipotesis 2 yaitu pengaru kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di terima.**

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen B'lian Resto

Hasil uji setatistik yang diolah memakai SPSS versi 16.0, sesuai dengan uji t variabel Harga perpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen B'lian Resto yakni dengan nila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,340 > 1,986$) dengan nilai (sig) $0,000 < 0,05$ (nilainya lebeih kecil dari 0,05) sedangkan 0,05 sebagai nilai tingkat signifikan. Serta pada uji f

¹⁵ Oci Yonita Marhari, “*Manajemen Bisnis Modern Ala Nabi Muhammad SAW*” (Jakarta: Al Maghfiroh, 2012), 105-106.

memperlihatkan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($118,330 > 2.47$) Sehingga H_0 ditolak dan H_3 di terima, artinya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa jika harga yang di berikan sesuai dengan pasar yang di tuju maka memungkinkan tingkat daya beli konsumen dapat bertambah di B'lian Resto.

Teori harga menurut Adam Smith dengan nama teorinya invisible hands, menurut teori ini pasar-pasar bakal diatur oleh tangan yang tidak kelihatan, oleh karenanya harga disebut sesuai dengan dengan teori permintaan serta penawaran. Namun pada kajian ini hanya menggunakan salah satu teori Adam smith yakni teori harga sangatlah penting serta harga juga di tentukan permintaan serta penawaran barang atau jasa oleh pasar hal ini mengakibatkan harga bersifat fluktuatif .¹⁶ Sementara Menurut Basu Swastha untuk mendapatkan produk yang ditawarkan penjual, konsumen ataupun pembeli harus membayarkan sejumlah uang serta itu yang disebut harga. Dalam penetapan harga jual para pedagang harus mempertimbangkan serta juga memperhatikan pasar sasaran, faktor biaya, laba, pesaing serta perubahan keinginan pasar.¹⁷ Hal itu sangatlah penting karna banyaknya persaingan yang ada di sekitar B'lian Resto membuat standart penetapan harga produk di B'lian resto harus sesuai dengan permintaan serta penawaran barang di pasar, sesuai dengan standart persaingan harga di wilayah undaan tersebut dengan tujuan untuk memenuhi harapan konsumen.

Menurut Kotler serta Amstrong Terdapat empat indikator harga meliputi:¹⁸ Harga yang terjangkau, Kesesuaian antara harga dengan kualitas Produk, Kesesuaian antara harga dengan manfaat, Harga relatif lebih murah dari pesaing. Hasil dari kajian ini sesuai dengan teori para ahli di atas dengan di ukur dengan memakai indikator menurut kotler jika kepuasan konsumen terhadap harga bisa

¹⁶ Ahmad Syarii, dkk., *Ekonomi Mikro*, (medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 7-10

¹⁷ Riyono serta Gigih Erlik Budiharja, “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi serta Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati*”, *Jurnal STIE Semarang*, 8, no. 2 (2016): 100.

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007),

dinilai

dengan membandingkan harga produk/jasa dari pesaing, apakah standar harga yang dipakai sesuai ataupun tidak dengan permintaan serta penawaran barang/jasa yang ada di pasar.

Sementara Menurut Islam Menurut pendapat Sadeq yang dikutip Anita Rahmawaty, ada dua pedoman untuk menentukan harga output dalam ajaran Islam yakni, pertama menentukan harga harus dengan nilai keadilan. serta harga yang adil tidak menimbulkan kedzaliman, bisa memberi manfaat bagi konsumen serta penjualnya. Kedua pertimbangan kelangkaan, jika permintaan barang naik, serta penawaran lebih sedikit, harga lebih cenderung naik terus-menerus.¹⁹ Murah ataupun mahal nya harga suatu produk ataupun jasa sifatnya relative, harga yang terlalu tinggi tanpa diimbangi dengan kualitas yang baik maka bisa menimbulkan kekecewaan konsumen. Melihat diterima H3 pada penelitian ini, memperlihatkan jika indikator dari Harga bisa dijadikan tanda untuk menilai kepuasan Konsumen di B'lian Resto.

Dari kajian ini bisa di simpulkan jika indikator Harga yang di berikan baik maka kepuasan konsumen B'lian Resto bakal mengalami peningkatan serta konsumen bakal dengan senang hati berminat untuk berkunjung kembali ke B'lian Resto. Karena merasa puas dengan harga yang sudah di tentukan, Penjelasan di atas memperlihatkan jika variabel harga bisa meningkatkan kepuasan konsumen pada B'lian Resto. **Maka pada penelitian ini Hipotesis 3 yaitu pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di terima.**

4. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen B'lian Resto

Hasil uji setatistik yang diolah memakai SPSS versi 16.0, sesuai dengan uji t variabel Lokasi perpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen B'lian Resto yakni dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ tabel ($3,732 > 1,986$) dengan nilai (sig) $0,000 < 0,05$ (nilainya lebeih kecil dari 0,05) sedangkan 0,05 sebagai nilai tingkat signifikan. Serta pada uji f

¹⁹ Anita Rahmawaty, Ekonomi Mikro Islam, 125-126

memperlihatkan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($118,330 > 2.47$) secara simultan berpengaruh signifikan. Sehingga H_0 ditolak dan H_4 di terima, artinya variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang menunjukkan bahwa jika lokasi yang di di tawarkan bersih dan susananya menyenangkan semakin tinggi tingkat kepuasan yang di berikan oleh B'lian Resto.

Teori lokasi industri optimal (Theory of optimal industrial location) dari August Losch teori ini diasumsikan jika lokasi optimal dari suatu industri yakni apabila bisa menguasai wilayah pemasaran yang luas, sehingga bisa dihasilkan pendapatan paling optimal. Kajian ini sesuai dengan teori tersebut yang menunjukkan jika lokasi yang strategis serta tata letak yang baik termasuk lokasi yang bisa menguasai pasar/ terletak di kawasan padat penduduk. Hasil kajian ini sesuai dengan teori ini lokasi yang mudah di jangkau serta mudahnya transportasi umum bakal berpengaruh terhadap minimnya biaya yang di keluarkan untuk pergi ke lokasi industri ini.²⁰

Menurut Menurut Fandy Tjipto terdapat 5 Indikator²¹ yang perlu di perhatikan oleh pemilik B'lian Resto yang bisa memberi pengaruh kepuasan dari penetapan lokasi meliputi: Akses, yakni lokasi bisa dengan mudah dilalui dijangkau. Visibilitas, tempat bisa terlihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Lalu lintas. Lokasi yang Banyak orang yang melewati. Tempat parkir yang luas, nyaman serta aman. Lingkungan, yakni daerah sekitar yang mendukung jasa yang dipasarkan.

Dari kajian ini bisa di simpulkan jika variabel lokasi yang yang sudah di tentukan di tempat yang strategis maka kepuasan konsumen B'lian Resto bakal mengalami peningkatan serta konsumen bakal dengan senang hati berminat untuk berkunjung kembali. Lokasi yang mudah di jangkau serta terlek di lalulintas yang sering untuk di lewati menjadi suatu kepuasan konsumen tersendiri. Dengan di

²⁰ N. Daldjoeni, Geografi Kota serta Desa, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014), 152

²¹ Fandy Tjiptono serta Gregorius Chandra, Service Quality And Satisfaction,(Yogyakarta: Andi, 2001), 33

dukung tempat parkir yang luas serta aman Penjelasan ini memperlihatkan jika indikator terhadap lokasi yang terdiri dari Akses, Visibilitas, Lalu lintas, Tempat parkir serta Lingkungan, yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Melihat diterima H4 pada penelitian ini. **Maka pada penelitian ini Hipotesis 4 yaitu pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di terima.**

