

BAB 4 PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan

Perkembangan dunia usaha khususnya rumah makan di Gresik memunculkan persaingan yang ketat. Usaha rumah makan sekarang ini tumbuh sangat pesat. Setiap usaha rumah makan memiliki performa dan keunggulan masing-masing.

Berbagai cara dilakukan agar menarik perhatian masyarakat, sebagai target pasar. Salah satunya dengan membuat berbagai menu makanan yang cukup diminati dan cocok dengan lidah orang Indonesia pada umumnya. Dalam hal ini Kedai Rindang Jati hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

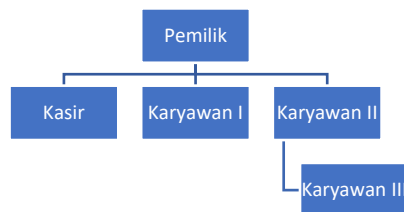
Kedai Rindang Jati merupakan sebuah rumah makan yang didirikan oleh Jamari pada tahun 2018 yang beralamatkan di Jl. DR. Wahidin Sudiro Husodo No.746, Dahanrejo, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61161.

Awal mula dibuka Kedai Rindang Jati tahun 2018 menggunakan nama Kedai Bunder, karena lokasinya berada tak jauh dari Terminal Bunder. Kemudian diganti dengan namanya saat ini yaitu Kedai Rindang Jati karena dulu ada pohon jati yang besar dan teduh dibelakang kedai yang akhirnya menjadi nama Kedai tersebut sampai saat ini.

2. Produk

Kedai Rindang Jati menawarkan berbagai menu makanan maupun minuman baik untuk *Dine In* ataupun *Take Away*. Berikut menu yang mereka tawarkan adalah menu dengan karakteristik tradisional dan dapat diterima oleh lidah masyarakat Gresik. Menu makanan yang disediakan adalah nasi geprek, nasi ca, pur ati, nasi campur ayam, nasi campur ayam geprek, nasi pecel telur, nasi pecel ati, nasi pecel ori, dan nasi soto. Sedangkan untuk menu minuman yang disediakan adalah es teh, good day freeze, cao susu, cao biasa, capucino, es jeruk, kopi hitam, dan kopi susu:

3. Struktur Organisasi



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi

Sumber: Hasil Wawancara

Keterangan:

- a. Pemilik : Jamari
- b. Karyawan I : Sebagai Juru Manajer Masak I
- c. Karyawan II : Sebagai Juru Masak II
- d. Karyawan III : Sebagai Manajer Kasir dan *Waitress*
- e. Karyawan IV : Sebagai *Cleaning Service*

Tugas dan Fungsi:

1. Pemilik, bertanggung jawab untuk memimpin perusahaan atau bisnis, *controlling*, manajerial dan mengawasi kinerja karyawan.

2. Kasir, Menjalankan proses penjualan dan pembayaran, Melakukan pencatatan atas semua transaksi, Memberikan informasi mengenai suatu produk kepada konsumen, Melakukan proses transaksi pelayanan jual beli serta melakukan proses *packing* produk
3. Waiters, bertanggung jawab terhadap kebersihan tempat makan, menjaga, serta meningkatkan rasa kepuasan pengunjung dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, dan berkoordinasi dengan pemimpin atau *head waitres*
4. Juru masak, menentukan dan menakar bahan-bahan masakan, memasak, juga menyajikan suatu hidangan, memilih bahan dan membeli bahan makanan.
5. *Cleaning service*, Menjaga kebersihan area restoran. Menjaga kebersihan dapur. Menjaga kebersihan fasilitas umum. Membersihkan sisa makanan. Membersihkan sampah di tempat sampah restoran. Membersihkan dan Merapikan Meja Tempat Makan.

4.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak 2 Maret s/d 2 Mei tahun 2022. Untuk observasi tahap pertama yaitu proses pemilihan judul skripsi hingga diterimanya judul skripsi yaitu pada tanggal 3 Oktober 2022- 20 Oktober 2022. Tahap selanjutnya yaitu proses penyusunan proposal skripsi serta konsultasi yaitu tanggal 22 Oktober 2022- 31 Desember 2022. Setelah menyelesaikan proposal skripsi dilanjutkan ke proses seminar proposal pada 30 Januari 2023. Setelah tahap seminar dilakukanlah proses revisi dan konsultasi pada 31 Januari 2023-

14 Januari 2023. Proses pengambilan sampel penelitian dilakukan pada 15 Januari 2023- 6 Maret 2023.

Setelah memenuhi target responden maka dilakukanlah proses pengolahan data menggunakan spss dan konsultasi pada 7 Maret 2023- 21 April 2023. Akan diujikan naskah skripsi pada 19- 23 Juni 2023. Dilanjut dengan proses revisi dan konsultasi hasil sidang skripsi pada 24 Juni 2023 – 8 Juli 2023 dan proses akhir dari penulisan naskah skripsi adalah pengumpulan naskah pada 11 Juli 2023.

Tabel 4. 1 Timeline Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pengajuan judul proposal	■								
2	Penyusunan proposal	■	■	■						
3	Seminar proposal				■					
4	Perbaikan hasil seminar proposal				■					
5	Pengumpulan data					■				
6	Analisis data						■			
7	Penyusunan laporan penelitian						■	■	■	
8	Sidang skripsi									■
9	Perbaikan hasil sidang skripsi									■
10	Pengumpulan skripsi									■

Sumber: data diolah peneliti (2023)

4.3 Hasil Penelitian

Peneliti menyebarkan kuesioner ke 200 pembeli di Kedai Rindang Jati melalui link google form maupun selebaran namun yang hanya kembali sebanyak 100 responden. Dengan demikian peneliti harus membaginya kembali responden yang masuk dalam kategori yang sudah dibuat diawal. Sehingga mendapatkan 75 responden yang sesuai dengan perhitungan sampel yang sudah ditentukan dengan rumus slovin.

4.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

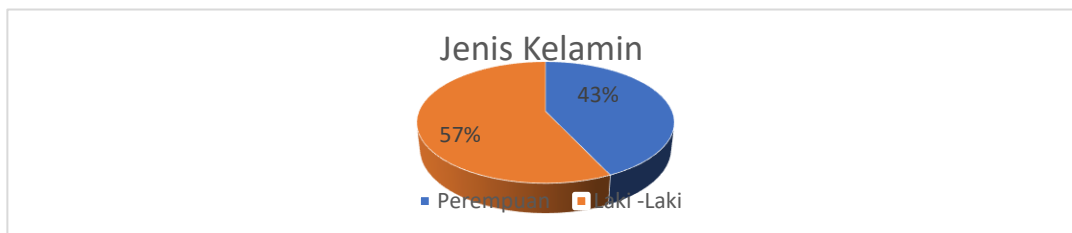
Karakteristik responden apabila dilihat dari jenis kelaminnya dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persen
Laki- Laki	32 Responden	43%
Perempuan	43 Responden	57%
Total	75 Responden	100%

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari total responden berjenis kelamin laki-laki 32 orang atau 43% dan dari total responden berjenis perempuan sebanyak 43 orang atau 57%. Dapat disimpulkan bahwa konsumen Kedai Rindang Jati berjenis kelamin laki- Laki.



Gambar 4. 2

Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : data diolah peneliti (2023)

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

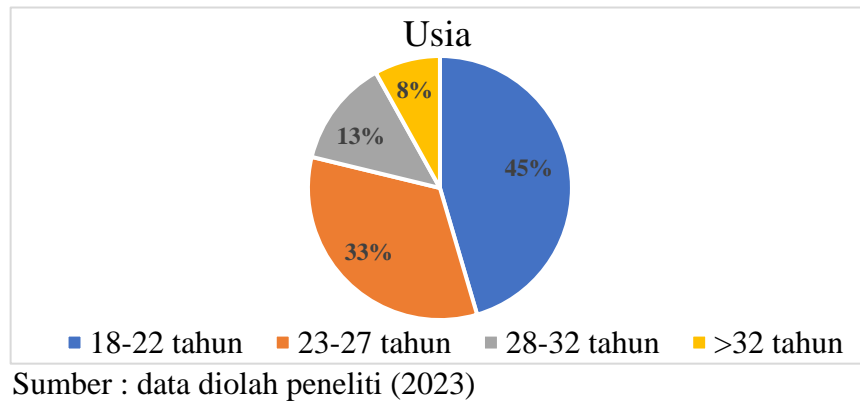
Karakteristik responden apabila dilihat dari jenis kelaminnya dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase
18-22	34	45%
23-27	25	33%
28-32	10	13%
>32	6	8%
Total	75	100%

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari total responden berusia 18 – 22 tahun sebanyak 34 responden atau sebesar 45%. Jumlah responden yang berusia 23-27 tahun sebanyak 25 responden atau sebesar 33%. Responden dengan usia 28-32 tahun sebanyak 10 responden atau sebesar 13% dan untuk responden dengan usia >32 tahun sebanyak 6 responden atau sebesar 8%. Dapat disimpulkan bahwa konsumen Kedai Rindang Jati berjenis kelamin laki- laki.



Gambar 4. 3
Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Usia

- 3) Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa kali saudara telah menjadi konsumen di Kedai Rindang Jati

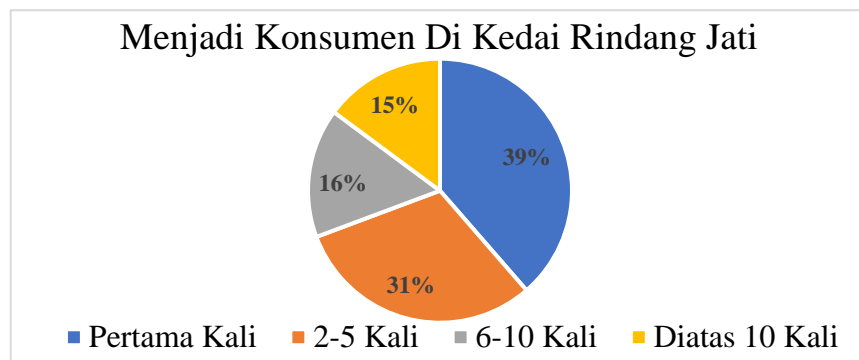
Karakteristik responden apabila dilihat dari jenis kelaminnya dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut :

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Telah Menjadi Konsumen Di Kedai Rindang Jati

Berapa Kali Telah Menjadi Konsumen Di Kedai Rindang Jati	Jumlah Responden	Persentase
Pertama Kali	29	39%
2-5 Kali	23	31%
6-10 Kali	12	16%
Diatas 10 Kali	11	15%
Total	75	100%

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari total responden yang pertama kali membeli di Kedai Rindang Jati sebanyak 29 responden atau sebesar 39%, untuk yang 2-5 kali pembelian sebanyak 23 responden atau sebesar 31%, untuk 6-10 kali pembelian sebanyak 12 responden atau sebesar 16%, untuk pembeli diatas 10 kali sebanyak 11 responden atau sebesar 15%. Dapat disimpulkan bahwa konsumen Kedai Rindang Jati berjenis paling banyak adalah pembeli pertama.



Sumber : data diolah peneliti (2023)

Gambar 4. 4

Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Berapa Kali Telah Menjadi Konsumen Di Kedai Rindang Jati

4.3.2 Statistik Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi harga, lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan pembelian dilihat dari statistik deskriptif adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Tabel Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Deviation Statistic	Variance Statistic
HARGA	75	27.00	13.00	40.00	2327.00	31.0267	7.57659	57.405
LOKASI	75	22.00	8.00	30.00	1823.00	24.3067	5.76798	33.270
KUALITAS PELAYANAN	75	35.00	15.00	50.00	3019.00	40.2533	9.89143	97.840
KEPUASAN KONSUMEN	75	41.00	19.00	60.00	3554.00	47.3867	11.02931	121.646
Valid N (listwise)	75							

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel harga dengan jumlah data (N) sebanyak 75 mempunyai nilai terendah 13 dan nilai tertinggi 40, dengan standart deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 7.57659, dengan nilai rata-ratanya sebesar 31.0267. Pada variabel lokasi mempunyai nilai terendah 8 dan nilai tertinggi 30, dengan standart deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 5.76798, dengan nilai rata-ratanya sebesar 24.3067. Pada kualitas pelayanan mempunyai nilai terendah 15 dan nilai tertinggi 50, dengan standart deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 9.89143, dengan nilai rata-ratanya sebesar 40.2533. Dan pada variabel kepuasan pembelian dengan nilai terendah 19 dan nilai tertinggi 60, dengan standart deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 11.02931, dengan nilai rata-ratanya sebesar 47.3867.

4.3.3 Interval

Interval memiliki karakteristik nominal (klasifikasi), ordinal (urutan), dan equal interval atau menggambarkan equal spacing between members. Ukuran interval memiliki sifat nominal dan ordinal, ditambah ukuran dapat menetapkan jumlah jarak antara kategori (Silalahi, 2017:339). Kode pilihan jawaban adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Kode pilihan Jawaban pada Kuesioner

SS	= Sangat Setuju	diberi skor	5
S	= Setuju	diberi skor	4
N	= Netral	diberi skor	3
TS	= Tidak Setuju	diberi skor	2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1

Sumber : Sugiyono (2019:145)

Dengan demikian nilai maksimum dari masing-masing pernyataan adalah 5 dengan kode pilihan SS (Sangat Setuju) dan nilai minimal adalah 1 dengan pilihan kode STS (Sangat Tidak Setuju).

Tabel 4. 7 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata

No.	Nilai Skor	Interprestasi
1.	1.00 < rata-rata 1.80	Sangat Tidak Setuju
2.	1.81 < rata-rata 2.60	Tidak Setuju
3.	2.61 < rata-rata 3.40	Netral
4.	3.41 < rata-rata 4.20	Setuju
5.	4.21 < rata-rata 5.00	Sangat Setuju

Sumber : Sugiyono (2019:145)

4.3.4 Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden

a. Harga

Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator harga dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

a) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keterjangkauan Harga

Tabel 4. 8 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keterjangkauan Harga

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Keterjangkauan harga	Harga makanannya terjangkau.	30	24	10	8	3	295	3.93
	Harga sesuai dengan daya beli konsumen	31	28	8	4	4	303	4.04
Nilai Rata- Rata								3,99

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator keterjangkauan harga terlihat bahwa rata-rata sebesar 3,99. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju harga makanannya terjangkau dan sesuai dengan daya beli konsumen.

- b) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Tabel 4. 9 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga sesuai dengan kualitas rasa.	26	28	10	8	3	291	3.88
	Harga sesuai dengan kuantitas (porsinya).	28	18	15	8	6	279	3.72
Nilai Rata- Rata								3,80

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Kesesuaian harga Dengan Kualitas Produk terlihat bahwa rata-rata sebesar 3,80. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju Harga sesuai dengan kualitas rasa dan kuantitas.

- c) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Daya Saing Harga

Tabel 4. 10 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Daya Saing Harga

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Daya saing harga	Harga rumah makan ini lebih murah dibandingkan tempat lain.	30	25	9	9	2	297	3.96
	Harga yang ditawarkan cukup bersaing dengan restoran lain	24	21	13	10	7	270	3.60
Nilai Rata- Rata								3,78

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator ke daya saing harga terlihat bahwa rata-rata sebesar 3,78. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju harga rumah makan ini lebih murah dibandingkan tempat lain dan ditawarkan cukup bersaing dengan restoran lain.

d) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaatnya.

Tabel 4. 11 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaatnya.

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Kesesuaian harga dengan manfaatnya	Harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan.	26	32	10	7	0	302	4.03
	Harga sesuai dengan manfaat yang saya peroleh	26	34	5	7	3	298	3.97
Nilai Rata- Rata								4,00

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator kesesuaian harga dengan manfaatnya terlihat bahwa rata-rata sebesar 4,00. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju harga sesuai dengan cita rasa yang diberikan dan manfaat yang diperoleh.

b. Lokasi

Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator lokasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

1) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keterjangkauan

Tabel 4. 12 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Keterjangkauan

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Keterjangkauan	Saya merasa transportasi untuk dapat mengunjungi Kedai Rindang Jati cukup mudah di dapati	42	18	4	8	3	313	4.17
	Saya merasa lokasi Kedai Rindang Jati sangat mudah di jangkau dengan kendaraan apapun	33	28	6	6	2	309	4.12
Nilai Rata- Rata								4,15

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator keterjangkauan terlihat bahwa rata-rata sebesar 4,15. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju transportasi untuk dapat mengunjungi Kedai Rindang Jati cukup mudah di dapati dan sangat mudah di jangkau dengan kendaraan apapun.

2) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kelancaran

Tabel 4. 13 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kelancaran

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Kelancaran	Saya merasa area parkir kendaraan untuk menuju Kedai Rindang Jati mudah	32	29	6	6	2	308	4.11
	Saya merasa jalanan menuju Kedai Rindang Jati terlalu banyak kendaraan lalu lalang.	40	25	3	4	3	320	4.27
Nilai Rata- Rata								4,19

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator kelancaran terlihat bahwa rata-rata sebesar 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju area parkir kendaraan untuk menuju Kedai Rindang Jati mudah dan terlalu banyak kendaraan lalu lalang.

3) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kedekatan Dengan Kediannya

Tabel 4. 14 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kedekatan dengan kediannya

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Kedekatan dengan kediannya	Jarak antara kediaman saya dengan Kedai Rindang Jati dekat.	46	24	0	5	0	336	4.48
	Saya merasa lokasi Kedai Rindang Jati terlalu masuk perumahan sehingga jauh dari kediaman saya	39	22	4	7	3	312	4.16
Nilai Rata- Rata								4,32

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Kedekatan dengan kediamannya terlihat bahwa rata-rata sebesar 4,32. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju jarak antara kediaman saya dengan Kedai Rindang Jati dekat dan lokasi Kedai Rindang Jati terlalu masuk perumahan sehingga jauh dari kediaman saya.

c. Kualitas Pelayanan

Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

a) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Reliabilitas

Tabel 4. 15 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kehandalan (*Reliability*)

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Karyawan Kedai Rindang Jati sigap dalam melayani konsumen.	42	18	4	8	3	313	4.17
	Karyawan Kedai Rindang Jati dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.	40	23	8	4	0	324	4.32
Nilai Rata- Rata								4,25

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Kehandalan (*Reliability*) terlihat bahwa rata-rata sebesar 4,25. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju karyawan Kedai Rindang Jati sigap dalam melayani konsumen dan karyawan Kedai Rindang Jati dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

b) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Daya Tanggap

**Tabel 4. 16 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Daya Tanggap
(*Responsiveness*)**

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Pelayanan saat pemesanan menu di Kedai Rindang Jati cepat.	39	26	2	5	3	318	4.24
	Karyawan Kedai Rindang Jati tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen.	35	28	6	3	3	314	4.19
Nilai Rata- Rata								4,21

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*) terlihat bahwa rata-rata sebesar 4,21. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju pelayanan saat pemesanan menu di Kedai Rindang Jati cepat dan karyawan Kedai Rindang Jati tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen.

c) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Jaminan

Tabel 4. 17 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Jaminan (Assurance)

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Jaminan (Assurance)	Saya merasa aman dan nyaman saat bertransaksi di Kedai Rindang Jati	36	23	7	6	2	307	4.09
	Karyawan Kedai Rindang Jati tidak pernah lupa memberikan <i>struck</i> belanja kepada konsumen.	31	26	9	7	2	302	4.03
Nilai Rata- Rata								4,06

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk terlihat bahwa rata-rata sebesar 4,06. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju Saya merasa aman dan nyaman saat bertransaksi di Kedai Rindang Jati dan Karyawan Kedai Rindang Jati tidak pernah lupa memberikan *struck* belanja kepada konsumen.

d) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Empati

Tabel 4. 18 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Empati (Empathy)

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Empati (Empathy)	Karyawan Kedai Rindang Jati melayani dengan ramah.	47	15	4	5	4	321	4.28
	Karyawan Kedai Rindang Jati memberikan perhatian individual kepada para konsumennya	42	17	6	4	6	310	4.13
Nilai Rata- Rata								4,21

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Empati (Empathy) terlihat bahwa rata-rata sebesar 4,21. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju karyawan Kedai Rindang Jati melayani dengan ramah dan karyawan Kedai Rindang Jati memberikan perhatian individual kepada para konsumennya.

e) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Bukti fisik

Tabel 4. 19 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Bukti Fisik (Tangibles)

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Bukti Fisik (Tangibles)	Kondisi toko atau booth tertata dengan rapi dan bersih.	35	32	1	5	2	318	4.24
	Penampilan dari karyawan Kedai Rindang Jati rapi.	32	27	8	4	4	304	4.05
Nilai Rata- Rata								4.15

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Bukti Fisik (Tangibles) terlihat bahwa rata-rata sebesar 4.15. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju kondisi toko atau booth tertata dengan rapi dan bersih dan penampilan dari karyawan Kedai Rindang Jati rapi.

1) Kepuasan Pembelian

Deskripsi jawaban responden berdasarkan indikator kepuasan pembelian dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

1) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kepuasan Konsumen Keseluruhan

Tabel 4. 20 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kepuasan konsumen keseluruhan

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Kepuasan konsumen keseluruhan	Saya sangat puas berbelanja di Kedai Rindang Jati	43	17	4	8	3	314	4.19
	Saya merasa aman dan nyaman saat bertransaksi di Kedai Rindang Jati	57	3	9	6	0	336	4.48
Nilai Rata- Rata								4.33

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Kepuasan konsumen keseluruhan terlihat bahwa rata-rata sebesar 4.33. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mereka sangat puas berbelanja di Kedai Rindang Jati dan mereka merasa aman dan nyaman saat bertransaksi di Kedai Rindang Jati.

2) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Penilaian Konsumen

Tabel 4. 21 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Penilaian konsumen

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Penilaian konsumen	Saya sangat puas berbelanja di Kedai Rindang Jati	38	18	8	9	2	306	4.08
	Saya suka pelayanan di Kedai Rindang Jati	47	12	2	9	5	312	4.16
Nilai Rata- Rata								4.12

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator penilaian konsumen terlihat bahwa rata-rata sebesar 4.12. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mereka sangat puas berbelanja di Kedai Rindang Jati dan mereka suka pelayanan di Kedai Rindang Jati.

3) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Konfirmasi Harapan

Tabel 4. 22 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Konfirmasi harapan

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Konfirmasi harapan	Saya sangat puas berbelanja di Kedai Rindang Jati	36	24	8	7	0	314	4.19
	Karyawan Kedai Rindang Jati bekerja dengan kualitas mutu yang telah ditetapkan.	46	14	5	7	3	318	4.24
Nilai Rata- Rata								4.21

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Konfirmasi harapan terlihat bahwa rata-rata sebesar 4.21. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mereka sangat puas berbelanja di Kedai Rindang Jati dan karyawan Kedai Rindang Jati bekerja dengan kualitas mutu yang telah ditetapkan.

4) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Minat Pembelian Ulang

Tabel 4. 23 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Minat pembelian ulang

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Minat pembelian ulang	Saya tidak ragu untuk kembali berkunjung ke Kedai Rindang Jati	42	18	4	8	3	313	4.17
	Saya selalu bersemangat apabila mendengar dan berpikir akan bertransaksi di Kedai Rindang Jati	46	15	6	6	2	322	4.29
Nilai Rata- Rata								4.23

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Minat pembelian ulang terlihat bahwa rata-rata sebesar 4.23. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mereka tidak ragu untuk kembali berkunjung ke Kedai Rindang Jati dan mereka selalu bersemangat apabila mendengar dan berpikir akan bertransaksi di Kedai Rindang Jati.

5) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kesiediaan Untuk Merekomendasi

Tabel 4. 24 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Kesiediaan untuk merekomendasi

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Kesiediaan untuk merekomendasi	Saya tidak ragu untuk mempromosikan Kedai Rindang Jati di media sosial saya	42	23	3	5	2	323	4.31
	Saya akan mengajak keluarga atau teman untuk membeli produk milik Kedai Rindang Jati	37	26	4	4	4	313	4.17
Nilai Rata- Rata								4.24

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator Kesiediaan untuk merekomendasi terlihat bahwa rata-rata sebesar 4.24. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mereka tidak ragu untuk mempromosikan Kedai Rindang Jati di media sosial mereka dan mereka akan mengajak keluarga atau teman untuk membeli produk milik Kedai Rindang Jati.

6) Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Ketidakpuasan
Konsumen

**Tabel 4. 25 Deskripsi Responden Berdasarkan Indikator Ketidakpuasan
konsumen**

Indikator	Daftar Pertanyaan	Alternatif Jawaban					Total Skor	Rata-Rata
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)		
Ketidakpuasan konsumen	Saya suka pelayanan di Kedai Rindang Jati	40	24	4	7	0	322	4.29
	Saya tidak ragu untuk kembali berkunjung ke Kedai Rindang Jati	35	25	5	7	3	307	4.09
Nilai Rata- Rata								4.19

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dilihat dari indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk terlihat bahwa rata-rata sebesar 4.19. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mereka suka pelayanan di Kedai Rindang Jati dan mereka tidak ragu untuk kembali berkunjung ke Kedai Rindang Jati.

4.3.5 Uji Validitas

Sebelum instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data, maka perlu diadakannya pengujian validitas, instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, dengan kata lain instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016:121).

Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat dan jika korelasi di bawah 0,3 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang (Sugiyono, 2016:126).

Tabel 4. 26 Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Item	Koefesien korelasi	Nilai kritis r tabel	Keterangan
X1.1	0,856	0,22	Valid
X1.2	0,771	0,22	Valid
X1.3	0,875	0,22	Valid
X1.4	0,894	0,22	Valid
X1.5	0,846	0,22	Valid
X1.6	0,846	0,22	Valid
X1.7	0,778	0,22	Valid
X1.8	0,810	0,22	Valid

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Tabel analisis uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel harga dikatakan valid, karena nilai-nilai dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis (0,22).

Tabel 4. 27 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Item	Koefesien korelasi	Nilai kritis r tabel	Keterangan
X2.1	0,859	0,22	Valid
X2.2	0,943	0,22	Valid
X2.3	0,941	0,22	Valid
X2.4	0,849	0,22	Valid
X2.5	0,808	0,22	Valid
X2.6	0,803	0,22	Valid

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Tabel analisis uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel lokasi dikatakan valid, karena nilai-nilai dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis (0,22).

Tabel 4. 28 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Koefesien korelasi	Nilai kritis r tabel	Keterangan
X3.1	0,848	0,22	Valid
X3.2	0,667	0,22	Valid
X3.3	0,857	0,22	Valid
X3.4	0,793	0,22	Valid
X3.5	0,779	0,22	Valid
X3.6	0,893	0,22	Valid
X3.7	0,850	0,22	Valid
X3.8	0,873	0,22	Valid
X3.9	0,746	0,22	Valid
X3.10	0,744	0,22	Valid

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Tabel analisis uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel kualitas pelayanan dikatakan valid, karena nilai-nilai dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis (0,22).

Tabel 4. 29 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Item	Koefesien korelasi	Nilai kritis r tabel	Keterangan
Y1	0,745	0,22	Valid
Y2	0,562	0,22	Valid
Y3	0,769	0,22	Valid
Y4	0,683	0,22	Valid
Y5	0,790	0,22	Valid
Y6	0,825	0,22	Valid
Y7	0,825	0,22	Valid
Y8	0,848	0,22	Valid
Y9	0,830	0,22	Valid
Y10	0,774	0,22	Valid
Y11	0,865	0,22	Valid
Y12	0,836	0,22	Valid

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Tabel analisis uji validitas diatas menunjukkan bahwa semua butir pernyataan variabel kepuasan konsumen dikatakan valid, karena nilai-nilai dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis (0,22).

4.3.6 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015:129), Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Bahwa suatu kuesioner atau angket dikatakan reliable (handal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu akan mendapatkan data yang sama.

Hasil dari uji statistik Cronbach Alpha (α) akan menentukan instrumen yang digunakan dalam penelitian reliabel digunakan atau tidak. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) $> 0,60$. Setelah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS versi 16.00 for windows terhadap variabel-variabel penelitian yang digunakan, hasilnya dapat dilihat pada tabel 4.28 dibawah ini:

Tabel 4. 30 Hasil Uji Reliabilitas

variabel	Croncbach's Alpha	Kritis Nilai	Keterangan
X1	0,937	0,60	Reliabel
X2	0,931	0,60	Reliabel
X3	0,940	0,60	Reliabel
Y	0,940	0,60	Reliabel

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Keterangan dari tabel tersebut diatas adalah sebagai berikut :

1. Variabel Penggunaan harga (X_1) dengan nilai Alpha 0,937 lebih besar dari 0,60. Jadi variabel penggunaan harga terbukti reliabel.
2. Variabel lokasi (X_2) dengan nilai Alpha 0,931 lebih besar dari 0,60. Jadi variabel lokasi terbukti reliabel.
3. Variabel kualitas pelayanan (X_3) dengan nilai Alpha 0,940 lebih besar dari 0,60. Jadi variabel kualitas pelayanan terbukti reliabel.
4. Variabel kepuasan konsumen (Y) dengan nilai Alpha 0,940 lebih besar dari 0,60. Jadi variabel kepuasan konsumen terbukti reliabel.

4.3.7 Analisis Korelasi

Dasar pengambilan keputusan menurut Sugiyono (2016 : 184) :

- a) Jika nilai signifikansi $<0,05$, maka berkorelasi
- b) Jika nilai signifikansi $>0,05$, maka tidak berkorelasi

Pedoman derajat hubungan :

- 1) Nilai Pearson Corelation 0,00-0,20 = Tidak ada korelasi
- 2) Nilai Pearson Corelation 0,21-0,40 = Korelasi Lemah
- 2) Nilai Pearson Corelation 0,41-0,60 = Korelasi Sedang
- 3) Nilai Pearson Corelation 0,61-0,80 = Korelasi Kuat
- 4) Nilai Pearson Corelation 0,81-1,00 = Korelasi Sempurna

Tabel 4. 31 Analisis Korelasi
Correlations

		HARGA	LOKASI	PELAYANAN	KEPUASAN KONSUMEN
HARGA	Pearson Correlation	1	.816**	.898**	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75
LOKASI	Pearson Correlation	.816**	1	.872**	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	.898**	.872**	1	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75
KEPUASAN KONSUMEN	Pearson Correlation	.904**	.951**	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki tingkat derajat hubungan 0.904 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat derajat hubungan korelasi sempurna. Variabel lokasi (X_2) dengan variabel

kepuasan konsumen (Y) memiliki tingkat derajat hubungan 0.951 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat derajat hubungan korelasi sempurna. Variabel kualitas pelayanan (X_3) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) memiliki tingkat derajat hubungan 0.921 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat derajat hubungan korelasi sempurna. Variabel harga (X_1) dengan variabel lokasi (X_2) memiliki tingkat derajat hubungan 0.816 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat derajat hubungan korelasi sempurna. lokasi (X_2) dengan variabel kualitas pelayanan (X_3) memiliki tingkat derajat hubungan 0.933 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat derajat hubungan korelasi sempurna. Variabel harga (X_1) dengan variabel kualitas pelayanan (X_3) memiliki tingkat derajat hubungan 0.872 sehingga dapat dikatakan memiliki tingkat derajat hubungan korelasi sempurna.

4.3.8 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2016:154) Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov – Smirnov* dalam program SPSS.

a. Uji Normalitas

a. Hasil Uji Kolmogorov-smirnov

Tabel 4. 32 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0974208
	Std. Deviation	1.84133157
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.071
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

a. Test distribution is Normal.

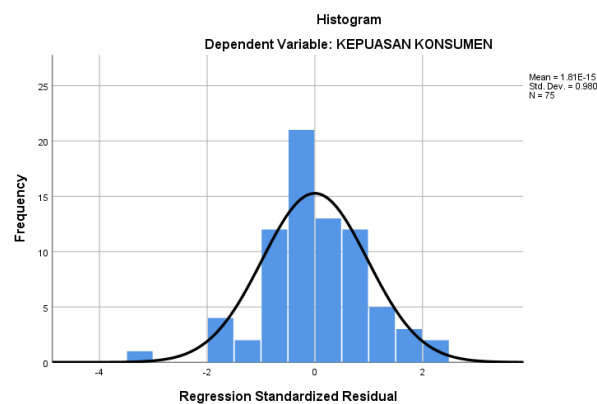
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dari tabel diatas diperoleh nilai sig. *Unstandart Residual* sebesar 0,067. Maka nilai sig. 0.066 lebih besar dari 0.05, dalam dasar pengambilan keputusan. Jika nilai sig lebih besar dari 0,050020 artinya data berdistribusi normal.

b. Analisis Grafik Histogram

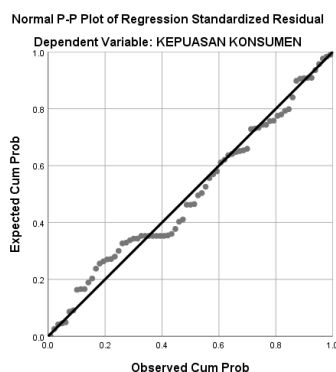


Sumber : data diolah peneliti (2023)

Gambar 4. 5
Grafik Histogram

Gambar di atas merupakan grafik histogram. Grafik histogram dikatakan normal jika distribusi data membentuk lonceng (bell shaped), tidak condong ke kiri atau tidak condong ke kanan (Santoso, 2015: 43). Hasil dari output SPSS versi 25, pola dari grafik histogram tampak mengikuti kurva normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

c. Analisis Grafik Normal Probability Plot



Sumber : data diolah peneliti (2023)

Gambar 4. 6
Grafik Normal Probability Plot

Gambar 4.9 merupakan grafik P-P Plot. Grafik P-P Plot dapat difahami dengan melihat penyebaran item pada garis diagonal pada grafik. Grafik P-P Plot dikatakan tidak memenuhi syarat asumsi normalitas apabila item menyebar jauh di garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal (Ghozali, 2016: 156). Grafik diatas memberikan penjeasan lengkungnya menunjukkan bentuk P-P Plot disekitar garis regresi. Grafik P-P Plot diatas menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Dengan

demikian, bahwa model regresi berdistribusi normal atau memenuhi syarat asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser.

Uji Glejser yaitu uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregresi absolut residual. Dasar Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser:

Tabel 4. 33 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2.906	.592		4.910	.000
	HARGA	-.072	.035	-.513	-2.038	.255
	LOKASI	-.051	.045	-.259	-1.144	.257
	PELAYANAN	.051	.036	.414	1.396	.167

a. Dependent Variable: abs_RES

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel X_1 sebesar 0.255 (lebih besar dari 0,05), nilai signifikansi variabel X_2 sebesar 0.257 (lebih besar dari 0,05), nilai signifikansi variabel X_3 sebesar 0.167 (lebih besar dari 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini berarti tidak terjadi gejala korelasi antara variabel independen dengan residualnya.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent.

- a. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai toleransi adalah :
jika nilai toleransi > 0.10 maka tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai toleransi < 0.10 terjadi multikolinieritas.
- b. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai VIF adalah : jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF > 10 terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 34 Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.990	1.291		2.316	.023		
HARGA	.404	.077	.299	5.230	.000	.189	5.289
LOKASI	1.090	.098	.573	11.140	.000	.234	4.272
PELAYANAN	.180	.080	.153	2.260	.027	.136	7.354

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 4.32 dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang digunakan tidak terlihat adanya gejala multikolinieritas antar variabel independent. Hal ini diketahui dengan melihat nilai tolerance dan nilai VIF. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel harga sebesar 0,189 dan nilai VIF sebesar 5.289, nilai tolerance variabel lokasi sebesar 0,234 dan nilai VIF sebesar 4.272 dan nilai tolerance variabel pelayana sebesar 0,136 dan nilai VIF 7.354. Dengan demikian terlihat bahwa nilai tolerance masing – masing variabel independent $> 0,1$ dan nilai $VIF < 5$, yang artinya tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan

sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (Ghozali,2013). Tabel autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

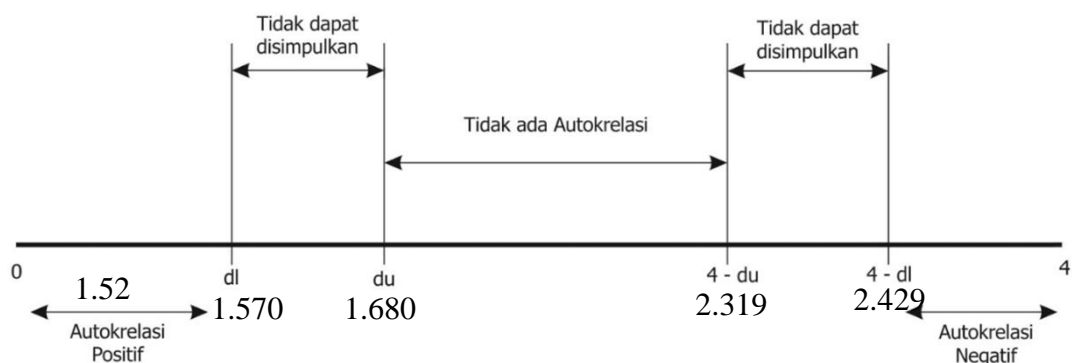
Tabel 4. 35 Uji Autokorelasi dengan Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.978 ^a	.956	.954	2.20780	1.525

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : data diolah peneliti (2023)



Sumber : data diolah peneliti (2023)

Gambar 4. 7
Garis Bilangan Durbin-Watson

Dapat dilihat dalam tabel 4.34 dan gambar 4.8 uji autokorelasi menunjukkan hasil bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,525 dengan nilai $dL = 1.5709$ dan $dU = 1.6802$ dengan demikian nilai DW lebih kecil dari batas atas (dU). Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terjadi autokorelasi, untuk mengatasi masalah autokorelasi tersebut maka diperlukan uji tambahan , yaitu dengan melakukan uji Run Test. Uji Run Test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random

atau tidak (sistematis). Adapun hasil output uji Run Test adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 36 Uji Autokorelasi dengan Run Test
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.19573
Cases < Test Value	37
Cases >= Test Value	38
Total Cases	75
Number of Runs	40
Z	.350
Asymp. Sig. (2-tailed)	.726

a. Median

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan Run Test pada tabel 4.35 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,726 > dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari masalah autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian, masalah autokorelasi dapat teratasi menggunakan uji Run Test.

e. Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2016:159), uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Regresi dikatakan linier jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, selain itu data dapat dikatakan linier jika nilai signifikansi lebih besar dari alpha yang ditentukan yaitu 5% (0,05).

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015:323) uji linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui test of linearity. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada linearity $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear. Berikut hasil uji linieritas:

a) Harga terhadap kepuasan konsumen

Tabel 4. 37 Hasil Uji Linieritas Variabel Harga
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN KONSUMEN * HARGA	Between	(Combined)	7037.611	22	319.891	20.064	.066
	Groups	Linearity	6432.249	1	6432.249	403.443	.073
		Deviation from Linearity	605.362	21	28.827	1.808	.018
	Within Groups		829.056	52	15.943		
	Total		7866.667	74			

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji linieritas (uji Anova Tabel) pada tabel 4.37 menunjukkan bahwa nilai *sig linearity* untuk kepuasan konsumen data tersebut adalah sebesar 0.073 lebih dari 0.05. Fhitung sebesar 1.808 dan lebih kecil dari Ftable yaitu sebesar 2.73.

Jadi bahwanya data yang dipergunakan dapat dijelaskan oleh regresi linier dengan cukup baik, untuk kepuasan konsumen karena nilai *sig linierity* lebih besar

dari tingkat kepercayaan 0.05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$.

Artinya bahwa terdapat hubungan linier antara harga dengan kepuasan pembelian di Kedai Rindang Jati.

b) Lokasi terhadap kepuasan konsumen

Tabel 4. 38 Hasil Uji Linieritas Variabel Lokasi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN	Between	(Combined)	7400.419	18	411.134	49.380	.066
KONSUMEN *	Groups	Linearity	7107.650	1	7107.650	853.685	.022
LOKASI		Deviation from Linearity	292.769	17	17.222	2.068	.014
Within Groups			466.248	56	8.326		
Total			7866.667	74			

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji linieritas (uji Anova Tabel) pada tabel 4.37 menunjukkan bahwa nilai *sig linearity* untuk kepuasan konsumen data tersebut adalah sebesar 0.022 lebih dari 0.05. F_{hitung} sebesar 2.068 dan lebih kecil dari F_{tabel} yaitu sebesar 2.73.

Jadi bahwanya data yang dipergunakan dapat dijelaskan oleh regresi linier dengan cukup baik, untuk kepuasan konsumen karena nilai *sig linierity* lebih besar dari tingkat kepercayaan 0.05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$.

Artinya bahwa terdapat hubungan linier antara lokasi dengan kepuasan pembelian di Kedai Rindang Jati.

c) Pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Tabel 4. 39
Hasil Uji Linieritas Variabel Pelayanan
ANOVA Table

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
KEPUASAN	Between	(Combined)	7149.108	22	324.959	23.549	.066
KONSUMEN *	Groups	Linearity	6673.556	1	6673.556	483.619	.075
KUALITAS		Deviation from	475.552	21	22.645	1.641	.023
PELAYANAN		Linearity					
	Within Groups		717.558	52	13.799		
	Total		7866.667	74			

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji linieritas (uji Anova Tabel) pada tabel 4.38 menunjukkan bahwa nilai *sig linearity* untuk kepuasan konsumen data tersebut adalah sebesar 0.075 lebih dari 0.05. Fhitung sebesar 1.6411 dan lebih kecil dari Ftabel yaitu sebesar 2.73.

Jadi bahwanya data yang dipergunakan dapat dijelaskan oleh regresi linier dengan cukup baik, untuk kepuasan konsumen karena nilai *sig linierity* lebih besar dari tingkat kepercayaan 0.05 atau Fhitung < Ftabel.

Artinya bahwa terdapat hubungan linier antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pembelian di Kedai Rindang Jati.

4.3.9 Analisa Regresi Linier Berganda

Metode analisa linear berganda adalah untuk memprediksi nilai dari variabel terikat kepuasan konsumen (Y) dengan ikut memperhitungkan nilai-nilai variabel bebas yaitu harga (X_1), lokasi (X_2), kualitas pelayanan (X_3) sehingga dapat diketahui pengaruh positif atau negatifnya (Sugiyono, 2019:258). Adapun model persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel Kepuasan Pembelian

α = Koefisien Konstanta

X_1 = Variabel Harga

X_2 = Variabel Lokasi

X_3 = Variabel Pelayanan

β_1 = Koefisien Regresi (Harga)

β_2 = Koefisien Regresi (Lokasi)

β_3 = Koefisien Regresi (Pelayanan)

e = *Standart Error*

Hasil dari analisis dengan menggunakan SPSS tersebut ditampilkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 40
Analisa Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.990	1.291		2.316	.023
	HARGA	.404	.077	.299	5.230	.000
	LOKASI	1.090	.098	.573	11.140	.000
	PELAYANAN	.180	.080	.153	2.260	.027

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.39 dapat diperoleh rumus regresi sebagai berikut:

$$Y = 2.990 + 0.404X_1 + 1.090X_2 + 0.180X_3$$

Persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

(1) Konstanta (α) = 2.990

Ini menunjukkan tingkat konstanta, dimana jika variabel harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) adalah 0, maka kepuasan konsumen (Y) di Kedai Rindang Jati akan tetap sebesar 2.990 dengan asumsi variabel lain tetap.

(2) Koefisien harga (X_1) = 0.404

Ini menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kedai Rindang Jati.

(3) Koefisien lokasi (X_2) = 1.090

Ini menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kedai Rindang Jati.

(4) Koefisien kualitas pelayanan (X_3) = 0.180

Ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kedai Rindang Jati.

4.3.10 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2015:63).

a. Uji t

Pembuktian hipotesis koefisien secara individu (parsial) digunakan uji-t yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial atau individu terhadap variabel terikat dalam satu model. Hasil t_{tabel} didapat dari $df = n-k-1$, sedangkan t_{hitung} didapat dari program SPSS versi 25.00 for windows. Hipotesis penelitian:

- a. Jika nilai statistik uji jatuh pada daerah penolakan atau didalam daerah penolakan dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya signifikan, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

- b. Jika uji statistik jatuh pada daerah penerimaan atau diluar daerah penolakan dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya tidak signifikan, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Nilai t_{tabel} pada tingkat kesalahan (α) = 5% dengan derajat kebebasan (df) = $(n - k)$. Jumlah sampel (n) adalah sebanyak 75 orang dan jumlah keseluruhan variabel bebas (k) adalah 3 sehingga diperoleh :

$$df = n - k = 75 - 3 = 72$$

Nilai t_{hitung} diperoleh dengan menggunakan program SPSS. Uji t_{hitung} yang dilakukan adalah menggunakan t_{tabel} pada tingkat α = 5% yakni 1.99346.

Data hasil perhitungan dengan SPSS versi 25.00 for windows adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 41 Hasil Uji-t
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.990	1.291		2.316	.023
	HARGA	.404	.077	.299	5.230	.000
	LOKASI	1.090	.098	.573	11.140	.000
	PELAYANAN	.180	.080	.153	2.260	.027

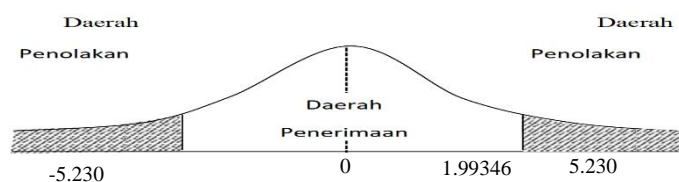
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 4.40 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh harga (X_1) terhadap kepuasan Konsumen (Y)

Harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (5.230) lebih besar dari t_{tabel} (1.99346). Artinya harga menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk membeli makanan di Kedai Rindang Jati. Maka kesimpulannya tolak H_0 dan terima H_1 .

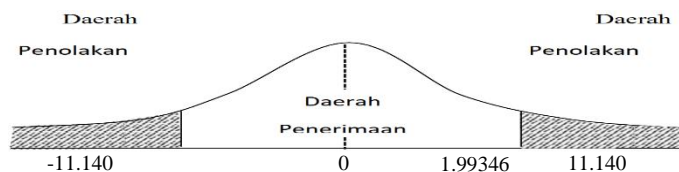


Sumber: data diolah oleh peneliti

Gambar 4. 8
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji-t Harga

2. Pengaruh lokasi (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (11.140) lebih besar dari t_{tabel} (1.99346.) dengan tingkat signifikan sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Artinya lokasi menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk membeli makanan di Kedai Rindang Jati. Maka kesimpulannya tolak H_0 dan terima H_1 .

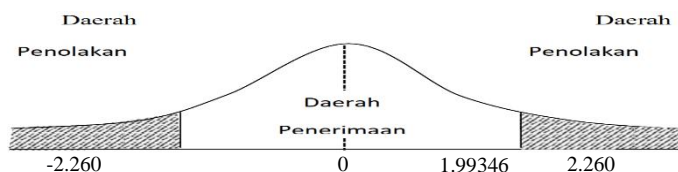


Sumber: data diolah oleh peneliti

Gambar 4. 9
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji-t Lokasi

3. Pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (2.260) lebih besar dari t_{tabel} (1.99346) dengan tingkat signifikan sebesar 0,027 lebih kecil dari 0,05. Artinya kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen untuk membeli makanan di Kedai Rindang Jati. Maka kesimpulannya tolak H_0 dan terima H_1 . Sumber: data diolah oleh peneliti.



Sumber: data diolah oleh peneliti

Gambar 4. 10
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji-t Kualitas Pelayanan

b. Uji F

Uji-F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh variabel independen atau bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen atau terikat. Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika F Statistik kurang dari 0,05 atau F_{hitung} lebih dari F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti secara bersama-sama (simultan) harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati.
- b. Jika F Statistik lebih dari 0,05 atau F_{hitung} kurang dari F_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak berarti secara bersama-sama (simultan) harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati.

Untuk menentukan nilai F, maka diperlukan adanya derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut, dengan rumus sebagai berikut :

$$df \text{ (pembilang)} = k - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 75 - 3 = 72$$

Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 75 orang dan jumlah variabel bebas (k) adalah 3. Dalam penelitian ini nilai F_{tabel} untuk 75 responden adalah 2.73. Hasil uji signifikan simultan F dapat dilihat pada Tabel 4.41 berikut :

Tabel 4. 42 Hasil Uji F**ANOVA^a**

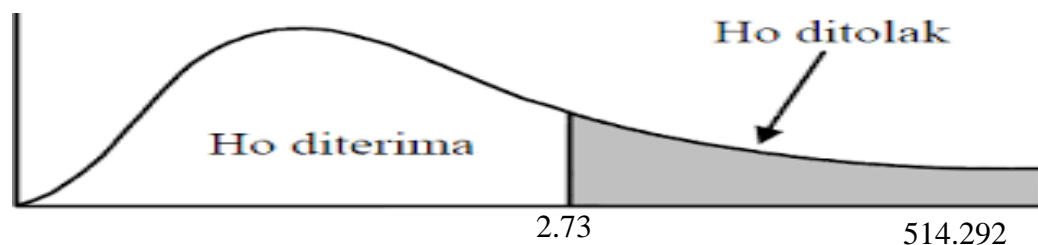
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7520.585	3	2506.862	514.292	.000 ^b
	Residual	346.082	71	4.874		
	Total	7866.667	74			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI, HARGA

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Dari tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 514.292 dengan nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Nilai F_{hitung} (514.292) lebih besar dari F_{tabel} (2.73), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti secara bersama-sama (simultan) harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati.



Sumber : data diolah peneliti (2023)

Gambar 4. 11**Kurva Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji-F****4.3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Koefisien determinasi merupakan satu ukuran dari proporsi dari variansi dalam satu variabel dependen yang dihitung melalui variabel independen (Silalahi, 2017:593). Koefisien determinasi dinyatakan dalam (%) sehingga harus dikalikan dengan 100%. Tepatnya jika koefisien korelasi antara variabel X dan Y adalah

1.00, maka koefisien determinasi adalah 1^2 atau $1 \times 100\%$. Artinya 100% dari variasi perubahan dalam variabel Y disebabkan oleh variasi perubahan dalam variabel X. Bisa juga dinyatakan bahwa 100% *error* atau kesalahan dalam peramalan satu variabel.

Tabel 4. 43 Analisa Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.978 ^a	.956	.954	2.20780

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 4.42 dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,954 artinya 95,4% variasi variabel kepuasan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi variabel harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3). Sedangkan 4,6% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan Hasil

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y), serta untuk mengetahui apakah harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) lebih mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Berikut merupakan penjelasan dari hasil analisis yang telah dilakukan:

4.4.1 Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Harga merupakan variabel yang ada dalam penelitian ini, dimana variabel harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (5.230) lebih besar dari t_{tabel} (1.99346).

Berdasarkan distribusi jawaban responden untuk variabel harga dapat dilihat bahwa pada indikator keterjangkauan harga, sebanyak 54 responden atau sebanyak 27% responden setuju bahwa harga makanan di Kedai Rindang Jati terjangkau, kemudian sebanyak 59 responden atau sebanyak 29,5% responden merasa setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh Kedai Rindang Jati sesuai dengan daya tarik pembeli. Selanjutnya pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk, sebanyak 54 responden atau 27% responden setuju bahwa harga sudah sesuai dengan kualitas rasa, kemudian sebanyak 46 responden atau sebanyak 23% responden setuju bahwa harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kuantitas atau porsi yang diberikan. Selanjutnya pada indikator daya saing harga, sebanyak 55 responden atau sebanyak 27,5% responden setuju bahwa harga di Kedai Rindang Jati lebih murah dibandingkan tempat lain, kemudian sebanyak 45 responden atau sebanyak 22,5% responden setuju bahwa harga yang ditawarkan pun cukup bersaing dengan restoran lainnya. Selanjutnya indikator kesesuaian harga dengan manfaatnya, sebanyak 58 responden atau sebanyak 29% responden setuju bahwa harga sudah sesuai dengan cita

rasa yang diberikan. Kemudian sebanyak 60 responden atau 30% responden setuju bahwa harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen.

Hasil analisis pernyataan sebagian responden tidak menganggap harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan apa yang didapatkan. Hal ini menunjukkan bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati.

Menurut Deliyanti Oentoro dalam buku Sudoryono pada buku *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi* (2016:216) harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Nilai harga biasanya menyesuaikan dengan jumlah dan kualitas barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pane dkk (2018) yang berjudul "*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Sidempuan*" yang memiliki hasil penelitian variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Ghofur (2019) yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*" yang memiliki hasil variabel harga secara signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Haudi

dkk. (2020) yang berjudul “*Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kitchen Outlet Berbasis Online Di Wilayah Tangerang Selatan*” yang memiliki hasil variabel harga produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Widyastuti (2017) juga melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Harga dan Kualitas Poduk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe*” yang memiliki hasil variabel harga berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Ini membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati.

Dengan demikian hipotesis pertama yaitu diduga Harga (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kedai Rindang Jati diterima dan hipotesis 0 ditolak.

4.4.2 Pengaruh Lokasi (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Lokasi merupakan variabel yang ada dalam penelitian ini, dimana variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (11.140) lebih besar dari t_{tabel} (1.99346.)

Berdasarkan distribusi jawaban responden untuk variabel lokasi dapat dilihat bahwa pada indikator keterjangkauan, sebanyak 60 responden atau 30% responden setuju bahwa transportasi untuk dapat mengunjungi Kedai Rindang Jati cukup mudah didapati, kemudian sebanyak 61 responden atau sebanyak 30,5% responden setuju bahwa

lokasi dari Kedai Rindang Jati sangat mudah dijangkau dengan kendaraan apapun. Selanjutnya dilihat dari indikator kelancaran, sebanyak 61 responden atau 30,5% responden setuju bahwa area parkir kendaraan untuk menuju Kedai Rindang Jati mudah, kemudian sebanyak 65 responden atau 32,5% responden setuju bahwa jalanan menuju Kedai Rindang Jati terlalu banyak kendaraan lalu lalang. Selanjutnya indikator kedekatan dengan kediaman, sebanyak 70 responden atau 35% responden setuju bahwa jarak antara kediaman dengan Kedai Rindang Jati dekat, kemudian sebanyak 61 responden atau sebanyak 30,5% responden setuju bahwa Kedai Rindang Jati terlalu masuk perumahan sehingga jauh dari kediaman.

Hasil analisis pernyataan mengatakan bahwa sebagian responden setuju bahwa lokasi yang dekat menjadi pilihan dari konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati.

Dalam buku Pengantar Kewirausahaan oleh Rusydi Ananda dan Tien Rafida (2016:169) lokasi dapat diartikan sebagai tempat produksi dimana lokasi digunakan untuk memproduksi atau menghasilkan produk baik barang atau jasa. Lokasi juga dapat diartikan sebagai tempat mengendalikan aktivitas perusahaan, lokasi juga berfungsi sebagai tempat pertemuan antara berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azwar (2021) yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wisata Lontar Sewu di Gresik*” memiliki hasil variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Ini membuktikan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati. Penelitian lain juga dilakukan namun hasil tidak relevan dengan penelitian ini ialah oleh Dewantoro (2019) yang berjudul “*Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*” memiliki hasil variabel lokasi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Dengan demikian hipotesis kedua yaitu diduga Lokasi (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kedai Rindang Jati diterima dan hipotesis 0 ditolak.

4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Kualitas pelayanan merupakan variabel yang ada dalam penelitian ini, dimana variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (2.260) lebih besar dari t_{tabel} (1.99346).

Berdasarkan distribusi jawaban responden untuk variabel kualitas pelayanan didapatkan hasil untuk indikator kehandalan, sebanyak 60 responden atau 30% responden setuju bahwa karyawan

Kedai Rindang Jati sigap dalam melayani konsumen, selanjutnya sebanyak 63 responden atau 31,5% responden setuju bahwa karyawan Kedai Rindang Jati dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pada indikator selanjutnya yakni daya tanggap, sebanyak 65 responden atau 32,5% responden setuju bahwa pelayanan saat pemesanan menu di Kedai Rindang Jati cepat, dan sebanyak 63 responden atau 31,5% responden setuju bahwa karyawan Kedai Rindang Jati tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen. Kemudian pada indikator jaminan, sebanyak 59 responden atau 29,5% responden setuju bahwa mereka merasa aman dan nyaman saat bertransaksi di Kedai Rindang Jati, selanjutnya sebanyak 57 responden 28,5% responden merasa setuju bahwa karyawan di Kedai Rindang Jati tidak pernah lupa memberikan struk belanja kepada konsumen. Pada indikator selanjutnya yakni empati, sebanyak 62 responden atau 31% responden merasa setuju bahwa karyawan Kedai Rindang Jati melayani dengan ramah, kemudian sebanyak 59 responden atau 29,5% responden setuju bahwa karyawan Kedai Rindang Jati memberikan perhatian individual kepada konsumennya. Indikator selanjutnya yakni bukti fisik, sebanyak 67 responden atau 33,5% responden setuju bahwa kondisi toko atau *booth* tertata dengan rapi dan bersih, selanjutnya sebanyak 59 responden atau 29,5% responden setuju bahwa penampilan dari karyawan Kedai Rindang Jati rapi.

Hasil analisis pernyataan mengatakan bahwa sebagian responden setuju bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan sudah baik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati.

Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana (2017) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Oktarini (2019) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa aplikasi gojek di kota Tangerang” menunjukkan hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penelitian lain dilakukan oleh Pane dkk. (2018) yang berjudul “*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Sidempuan*” menunjukkan hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Ghofur (2019) yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*”

menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Wijaya (2020) melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh harga produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kitchen Outlet Berbasis Online di wilayah Tangerang Selatan*” dengan hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Azwar (2021) melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Wisata Lontar Sewu di Gresik*” menunjukkan hasil variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Kusumawati dkk (2019) melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio*” menunjukkan hasil kualitas pelayanan memiliki hasil yang mana berpengaruh secara signifikan dan memiliki nilai positif terhadap variabel Y yakni kepuasan konsumen. Ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati.

Dengan demikian hipotesis ketiga yaitu diduga Kualitas Pelayanan (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kedai Rindang Jati diterima dan hipotesis 0 ditolak.

4.4.4 Pengaruh Harga (X_1), Lokasi (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Nilai Fhitung (514.292) lebih besar dari F_{tabel} (2.73), berarti secara bersama-sama (simultan) harga (X_1), lokasi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Rindang Jati. Hal ini berarti bahwa semakin menariknya harga (X_1) yang ditawarkan, semakin strategis lokasi (X_2), dan semakin bagus kualitas pelayanan (X_3) yang diberikan maka semakin meningkat juga kepuasan konsumen yang akan didapatkan.

Pengujian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan harga, lokasi, kualitas pelayanan dengan memerhatikan tren pasar saat ini akan membuat konsumen mendapat informasi mengenai produk yang dibuat sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan, serta pengelolaan kualitas pelayanan yang diperhatikan dengan teliti dengan memastikan penerapan SOP (Standar Operasional Perusahaan) secara tepat oleh karyawan selama melayani konsumen dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli produk yang dijual, kedua hal tersebut akan memberikan dampak pada peningkatan keputusan pembelian. Signifikansi ditunjukkan karena item-item pada promosi penjualan dan kualitas pelayanan mendapat penilaian baik dari konsumen.

Tjiptono (2012:21) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya,

mencari informasi mengenai produk ataupun merek tertentu dan juga mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Dengan demikian hipotesis keempat yaitu diduga Harga (X_1), Lokasi (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Kedai Rindang Jati diterima dan hipotesis 0 ditolak.