BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian dalam penulisan skripsi ini pada Rumah Makan Cibiuk Jatinangor. yang berlokasi di Jalan Raya Jatinangor No.136. Dimana perusahaan itu bergerak di bidang kuliner. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan keterangan mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi.

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Rumah Makan Cibiuk berawal dari sebuah warung kecil yang disewa oleh H. Iyus Ruslan pada sekitar bulan November 1999 yang dikelola sebagai rumah makan sederhana dan kini menjadi Rumah Makan yang besar di berbagai kota. Menu yang disajikan adalah menu khas wilayah Cibiuk, nama sebuah desa kecil di Kota Garut (Jawa Barat), dengan cita rasa khas Cibiuk sehingga diberi nama Rumah Makan Asli Cibiuk. Hingga saat ini Rumah Makan Cibiuk telah berkembang dengan pesat dan saat ini memiliki sebanyak 43 outlet yang tersebar di 19 Kota besar di Indonesia.

4.1.2 Visi dan Misi Makan Cibiuk

4.1.2.1 Visi Rumah Makan Cibiuk

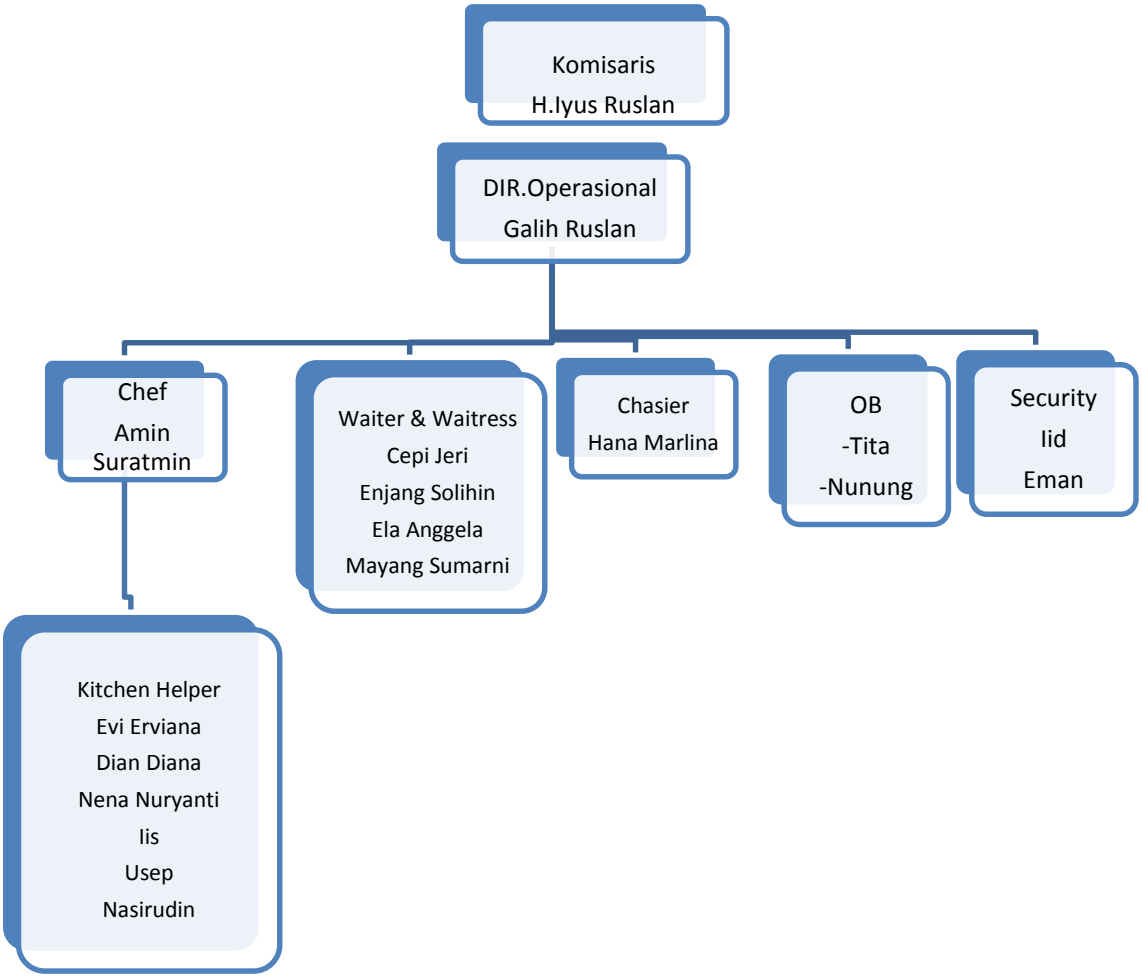
Untuk menjadi mitra strategis pilihan dalam komunitas yang kami layani.

4.1.2.2 Misi Rumah Makan Cibiuk

Kami mempromosikan nilai-nilai, kualitas dan stabilitas dalam operasi bisnis makanan & minuman layanan terkait didasarkan pada apresiasi dan penghargaan keanekaragaman budaya.

4.1.3 Struktur Organisasi

Organisasi sebagai wadah dan sarana untuk mencapai tujuan kelompok, memerlukan adanya pembagian tugas yang jelas. Karena tanpa adanya organisasi tidak akan berjalan secara teratur dan tujuan yang telah ditetapkan semula tidak akan tercapai seperti yang diharapkan. Dengan mengetahui tugas serta kewajiban masing-masing maka tidak akan terjadi kesimpangsiuran dan kesalahpahaman dalam melakukan pekerjaan. Untuk lebih jelasnya struktur organisasi Rumah Makan Cibiuk.



Gambar 4.1

Sumber : Struktur Organisasi Rumah Makan Cibiuk Jatinangor

4.1.4 Deskripsi Jabatan

1. Komisaris

- Berwenang dan berkewajiban untuk memegang dan mengatur buku-buku, uang dan hal-hal lain yang menyangkut usaha-usaha perusahaan.
- Berwenang mengangkat dan atau memberhentikan para karyawan.
- Berwenang menetapkan gaji karyawan.

2. Direktur

- Bertanggung jawab sepenuhnya atas semua hal mengenai pengurusan dan pemilikan (penguasaan) perusahaan.
- Menghubungkan perusahaan dengan pihak lain, dengan ketentuan bahwa :
    a. Memperoleh, melepaskan atau memindahkan hak atas benda-benda tetap (tak bergerak) bagi atau kepunyaan perusahaan.
    b. Meminjam atau meminjamkan uang untuk atau atas nama perusahaan.
    c. Membebani kekayaan perusahaan.
    d. Mengikat perusahaan sebagai penjamin.
    e. Mengangkat seorang kuasa atau lebih dan mencabut kembali kekuasaan itu.

3. Chef

- Memasak Makanan
- Mengatur semua aktifitas di dapur

4. Kitchen Helper

- Assisten Chef
- Pembuat Sambal
- Membersihkan Piring
- Mengechek Makanan yang sudah jadi

5. Waiter & Waitress

- Menunggu Konsumen Memesan

- Mengantarkan Makanan
- Mengantar Konsumen ke meja yang kosong
- Mengantarkan Bill

6. Kasir

- Menghitung Semua pembelian konsumen untuk di masukan ke bill

7. OB

- Mengontrol Kebersihan Rumah Makan Cibiuk
- Membersihkan Rumah Makan Cibiuk

8. Security

- Melakukan pengamanan di kawasan Rumah Makan Cibiuk

4.1.6 Karakteristik Responden

Bab ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebarkan kepada 95 orang. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya didapat dari hasil observasi di lapangan dan kuisioner untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil kuisioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau

pernyataan mengenai variabel penelitian. Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis verifikatif.

Data-data responden yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif. Data lain yang diperoleh dari studi pustaka akan digunakan sebagai data sekunder untuk melengkapi dan mendukung data primer. Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Data Responden

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Penggunjung atau konsumen yang datang ke rumah makan cibiuk, sifatnya beragam mulai dari anak-anak sampai orang tua sekalipun, maka hal ini memungkinkan responden bervariasi dalam hal umur. Karskteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 4.1:

Tabel 4.1
Usia

No	Usia	F	%
1	≤ 20 Tahun	13	13,68
2	21-30 Tahun	27	28,42
3	31-40 Tahun	32	33,67
4	≥40 Tahun	23	24,22
Jumlah		95	100

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 13 orang (13,68%) berusia dibawah 20 tahun, 27 orang (28,42%) berusia antara 21-30 tahun, 32 orang (33,67%) berusia antara 31-40 tahun, 23 orang (24,22%) berusia di atas 40 tahun.

Dalam artikel Mind Talk Wisatakuliner (www.mindtalk.com) Menurut **Wahyu Adityo Prodjo** (2015:1) "Kalau umur 40 tahun, sekitar 70 persen dari jumlah wisatawan mencari wisata kuliner yang cocok untuk makan bersama keluarga mereka."

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan yang telah dijalani seseorang tentulah tidak sama antara individu satu dengan individu lainnya sehingga menanamkan sebuah pola fikir yang berbeda pula, dengan pola fikir yang berbeda tentunya dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Tingkat Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	F	%
1	SMA	34	35,78
2	D3	15	15,78
3	S1	30	31,57
4	S2	16	16,84
Jumlah		95	100

Sumber : Hasil pengolahan data kuisioner

Tabel di atas menunjukan bahwa tingkat pendidikan responden yang paling tinggi adalah SMA sebanyak 34 orang atau (35,78%) kemudian dari D3 sebanyak 15 orang atau (15,78%) lalu S1 30 orang atau (31,57%) lalu S2 sebanyak 16 orang atu (16,84%). Hal tersebut terjadi dikarenakan kebanyakan dari para responden yang membeli di rumah makan cibiuk berada di sekitar kampus sehingga kebanyakan para para mahasiswa dan dosen yang memiliki jenjang pendidikan terahir SMA dan S1.

Dalam artikel pakar kuliner (www.beritasatu.com), menurut **William Wongso** (2015:1), salah satu anggota tim kelompok kerja 30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia sekaligus pakar kuliner, mengatakan bahwa seorang pelajar/mahasiswa dan karyawan akan cenderung memilih tempat makan yang sudah dikenal sebelumnya.

4.3 Analisis Deskriptif Data Penelitian

Analisis deskriptif data penelitian dapat digunakan untuk memperkaya pembahasan, melalui analisis ini dapat diketahui bagaimana tanggapan responden terhadap setiap indikator variabel yang sedang diteliti. Agar lebih mudah menginterpretasikan variabel yang sedang diteliti, maka dilakukan kategorisasi terhadap skor tanggapan responden. Prinsip kategorisasi jumlah skor tanggapan responden diadopsi dari bab sebelumnya. Analisis deskripif ini dilakukan dengan mengacu pada setiap variabel yang diteliti dengan hasil sebagai berikut.

4.3.1 Variabel Lokasi (X_1)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar responden menjawab setuju terhadap pernyataan-pernyataan tentang variabel Lokasi (X_1). Dari 95 responden yang diberikan kuesioner diperoleh jawaban mengenai Lokasi (X_1) sebagai berikut.

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan
"Apakah Lokasi Rumah Makan. Cibiuk Jatinangor strategis?."
1

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Strategis	25	26,31
2	Strategis	33	34.73
3	Cukup Strategis	34	35.78
4	Kurang Strategis	3	3.15
5	Tidak Strategis	0	0
Total		**95**	**100**

Sumber:Hasil pengolahan kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan "**Apakah Lokasi Rumah Makan Cibiuk Jatinangor strategis?**". Mayoritas responden yaitu sebanyak 34 atau dengan persetase sebesar 34.73% adalah yang menyatakan "Cukup Strategis", minoritas adalah responden yang menyatakan "tidak strategis" yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi rumah makan cibiuk cukup strategis.

Tabel diatas didukung oleh Akbar dan Panji, (2011:39). Lokasi yang "strategis" dalam teori wirausaha ditafsirkan sebagai lokasi di mana banyak ada calon pembeli, dalam artian lokasi ini mudah dijangkau, gampang dilihat konsumen, dan lokasi yang banyak dilalui atau dihuni target konsumen yang berpotensi membeli produk atau jasa yang dijua.

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan

" Apakah Tempat parkir yang disediakan nyaman?"

2

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Nyaman	18	18.94
2	Nyaman	39	41.05
3	Cukup Nyaman	32	33.68
4	Kurang Nyaman	6	6.31
5	Tidak Nyaman	0	0
Total		**95**	**100**

Sumber : Hasil Perihitungan Kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan "**Apakah Tempat parkir yang disediakan nyaman?**". Mayoritas responden yaitu sebanyak 39 atau dengan persetase sebesar 41.05% adalah yang menyatakan “Nyaman”, minoritas adalah responden yang menyatakan “Tidak Nyaman” yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden merasa nyaman dengan tempat parkir yang disediakan oleh rumah makan.

Dalam sebuah artikel Griya Satria (griyasatria.co.id) **Taufik** (2016:1) menyatakan bahwa “Banyak konsumen yang tertarik singgah ke sebuah tempat usaha karena tempat parkirnya yang nyaman,”.

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan
" Apakah akses menuju Rumah Makan. Cibiuk mudah?"
3

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Mudah	7	7.39
2	Mudah	41	43.15
3	Cukup Mudah	41	43.15
4	Tidak Mudah	6	6.31
5	Sangat Tidak Mudah	0	0
Total		**95**	**100**

Sumber: Hasil perhitungan kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan "**Apakah akses menuju Rumah Makan Cibiuk mudah?**". Mayoritas responden yaitu sebanyak 41atau dengan persetase sebesar 43.15% adalah yang menyatakan "Mudah" & Cukup Mudah, minoritas adalah responden yang menyatakan "Sangat Tidak Mudah" yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa akses menuju rumah makan cibiuk mudah.

Menurut **Tjiptono (2008:147)** dengaan akses yang baik, akan memudahkan konsumen untuk menjangkau visiabilitas yaitu kemudahan untuk dilihat.

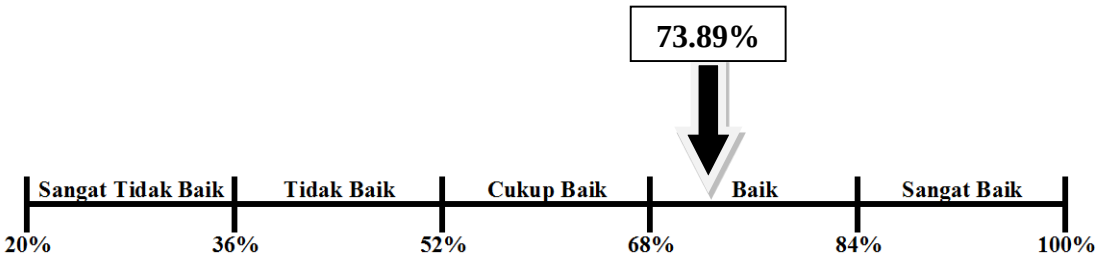
Dari 3 pertanyaan diatas dapat dilihat skor dari variabel lokasi sebagai berikut:

Tabel 4.6
Skor Jawaban Responden Terhadap
Item-item Pernyataan Pada Variabel Lokasi (X_1)

No. Instrumen	Jawaban Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
1	25	33	34	3	0	365	475	76.84
2	18	39	32	6	0	354	475	74.52
3	7	41	41	6	0	334	475	70.31
Total						**1053**	**1425**	**73.89**

Sumber : Hasil pengolahan kuisioner

Pada variabel Lokasi (X_1) dengan jumlah item pernyataan 3 butir dan jumlah responden 95 orang, diperoleh total skor aktual sebesar 1053 atau dengan persentase sebesar 73.89%, sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 3 butir pernyataan mengenai Lokasi (X_1) diperoleh rentang sebagai berikut.



Melalui jumlah skor tanggapan dari 3 pernyataan yang diajukan mengenai variabel Lokasi , maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Lokasi (X_1) termasuk dalam kategori “Baik” maka Lokasi yang berada di daerah jatinangor tersebut strategis , nyaman, mudah diakses menurut para responden.

Menurut **Kotler** (2008:51) ”Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas”. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan

sebagainya. Dengan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dipilih Rumah Makan Cibiuk baik menurut responden.

4.3.2 Variabel Fasilitas (X_2)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar responden menjawab Setuju untuk menjawab pernyataan-pernyataan yang diberikan tentang Fasilitas (X_2). Dari 95 responden yang diberikan kuesioner diperoleh jawaban mengenai Fasilitas (X_2) sebagai berikut.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan
" Apakah Anda merasa nyaman ketika sedang berada di tempat makan atau ruangan makan yang tersedia?"
1

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Nyaman	6	6.31
2	Nyaman	45	47.36
3	Cukup Nyaman	35	36.84
4	Kurang Nyaman	9	9.47
5	Tidak Nyaman	0	0
Total		**95**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan **Apakah Anda merasa nyaman ketika sedang berada di tempat makan atau ruangan makan yang tersedia?**. Mayoritas responden yaitu sebanyak 45 atau dengan persetase sebesar 47.36% adalah yang menyatakan “Nyaman”, minoritas adalah responden yang menyatakan “Tidak Nyaman” yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tempat makan rumah makan cibiuk nyaman.

Dengan adanya fasilitas yang nyaman dapat meningkatkan kepuasan konsumen hasil ini juga didukung oleh artikel **Alegri (2011:1)** (www.femina.co.id) yang menyatakan Ruang makan harus terang, baik bersumber dari cahaya alami atau melalui penerangan khusus sehingga ketika kita menyantap makan kita akan merasa tenang dan nyaman dan menambah nafsu makan kita.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan " Apakah Anda mendapatkan akses internet secara gratis dengan kecepatan yang baik?"
2

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Baik	12	12.63
2	Baik	28	29.47
3	Cukup Baik	43	45.26
4	Kurang Baik	12	12.63
5	Tidak Baik	0	0
Total		**95**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan "**Apakah Anda mendapatkan akses internet secara gratis dengan kecepatan yang baik?**". Mayoritas responden yaitu sebanyak 43 atau dengan persetase sebesar 45.26% adalah yang menyatakan "Cukup Baik" minoritas adalah responden yang menyatakan "Tidak baik" yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden mendapatkan akses internet secara gratis dengan kecepatan cukup baik.

Aksen internet yang disediakan oleh rumah makan haruslah baik, karena masyarakat pada zaman sekarang selalu *update* dalam mencari informasi dimanapun mereka berasa. Internet dan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok

sepeti yang dikatakan oleh **Sutarto** (2006: 312) mengemukakan teori Maslow bahwa seseorang berperilaku karena didorong oleh adanya keinginan untuk memperoleh pemenuhan dalam bermacam-macam kebutuhan.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan
" Apakah peralatan dan perlengkapan yang tersedia berkualitas baik?."
3

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Baik	10	10.52
2	Baik	38	40.00
3	Cukup Baik	41	43.15
4	Kurang Baik	6	6.31
5	Tidak Baik	0	0
Total		**95**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan "**Apakah peralatan dan perlengkapan yang tersedia berkualitas baik?**". Mayoritas responden yaitu sebanyak 41 atau dengan persetase sebesar 43.15% adalah yang menyatakan "Cukup Baik" minoritas adalah responden yang menyatakan "Tidak Baik" yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan peralatan dan perlengkapan yang tersedia cukup baik.

Menurut **Aristhia Dewi** (2014:1) dalam artikelnya (www.tatahidang.co.id) Sebuah restoran tentu harus memperhatikan peralatan yang mereka memiliki, karena menciptakan perlengkapan yang memadai dan alat-alat yag mencukupi adalah faktor yang sangat menunjang keberhasilan usaha sebuah restoran. Setiap tamu yang datang ke restoran akan memperoleh kesan yang baik dengan suasana menyenangkan apabila didapati perabot ruang makan yang tepat dan peralatan

hidang yang memadai.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan
" Apakah terdapat fasilitas untuk beribadah (pray room) yang nyaman?"
4

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Nyaman	12	12.63
2	Nyaman	44	46.31
3	Cukup Nyaman	33	34.73
4	Kurang Nyaman	6	6.31
5	Tidak Nyaman	0	0
Total		**95**	**95**

Sumber : Hasil pengolahan kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan "**Apakah peralatan dan perlengkapan yang tersedia berkualitas baik?**". Mayoritas responden yaitu sebanyak 44 atau dengan persetase sebesar 46,31% adalah yang menyatakan "Nyaman" minoritas adalah responden yang menyatakan "Tidak Nyaman" yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan fasilitas untuk beribadah nyaman.

Menurut **Edwin Pranata** (2015:1) dalam artikelnya (www.ruangmuslim.com), tempat yang dipilih sebagai tempat beribadah haruslah nyaman. Hal ini akan mempengaruhi ibadah mu, karena dengan tempat ibadah yang nyaman membantu kita beribadah dengan khusyuk.

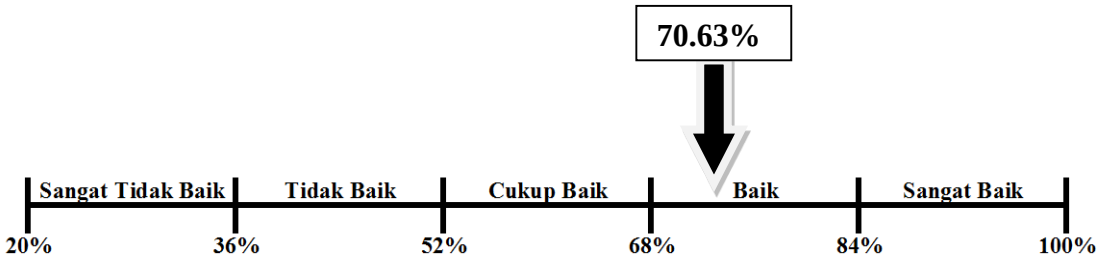
Dari 4 pertanyaan diatas dapat dilihat skor dari variabel Fasilitas sebagai berikut:

Tabel 4.11
Skor Jawaban Responden Terhadap
Item-item Pernyataan Pada Variabel Fasilitas (X_2)

No. Instrumen	Jawaban Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
1	6	45	35	9	0	333	475	70.10
2	12	28	43	12	0	325	475	68.42
3	10	38	41	6	0	337	475	70.94
4	12	44	33	6	0	347	475	73.05
Total						**1342**	**1900**	**70.63**

Sumber : Hasil pengolahan kuisioner

Pada variabel Fasilitas (X_2) dengan jumlah item pernyataan 4 butir dan jumlah responden 95 orang, diperoleh total skor actual sebesar 1342 atau dengan persentase sebesar 70.63%, sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 4 butir pernyataan mengenai Fasilitas (X_2) diperoleh rentang sebagai berikut.



Melalui jumlah skor tanggapan dari 4 pernyataan yang diajukan mengenai variabel Fasilitas (X_2), maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Fasilitas (X_2) yang diberikan termasuk dalam kategori "Baik". Maka fasilitas baik itu adalah fasilitas yang disediakan Rumah Makan Cibiuk seperti ruang makan, akses internet, peralatan, perlengkapan dan ruang beribadah, nyaman menurut para responden.

Menurut Tjiptono (2002:41) Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas

adalah sumberdaya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

4.3.3 Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil data lapangan yang diperoleh menunjukan sebagian besar responden setuju menjawab terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan tentang variabel Kepuasan Konsumen (Y). Dari 95 responden yang diberikan kuesioner diperoleh jawaban mengenai Kepuasan Konsumen (Y) sebagai berikut.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan
" Apakah Kualitas produk yang disediakan membuat anda merasa puas?"
1

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Puas	16	16.84
2	Puas	47	49.47
3	Cukup Puas	29	30.52
4	Kurang Puas	3	3.15
5	Tidak Puas	0	0
Total		**95**	**100**

Sumber: Hasil pengolahan kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan "**Apakah Kualitas produk yang disediakan membuat anda merasa puas?**". Mayoritas responden yaitu sebanyak 47 atau dengan persetase sebesar 49.47% adalah yang menyatakan "Puas" minoritas adalah responden yang menyatakan "Tidak Puas" yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan puas dengan kualitas produk (makanan) yang diberikan Rumah Makan Cibiuk.

Menurut **Kotler dan Amstrong** (2012:283) Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk di rumah makan tentu sangat mempengaruhi, karena jika kualitas produk baik maka konsumen akan merasa puas

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan
" Apakah kualitas pelayanan yang diberikan membuat anda merasa puas? "
2

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Puas	15	15.78
2	Puas	38	40.00
3	Cukup Puas	39	41.05
4	Kurang Puas	3	3.15
5	Tidak Puas	0	0
Total		**95**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan "**Apakah kualitas pelayanan yang diberikan membuat anda merasa puas?**". Mayoritas responden yaitu sebanyak 39 atau dengan persetase sebesar 41.05% adalah yang menyatakan "Cukup Puas" minoritas adalah responden yang menyatakan "Tidak Puas" yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan cukup puas dengan pelayanan yang diberikan Rumah Makan Cibiuk.

Dalam memberikan pelayanan sebagai pelaku usaha harusnya memberikan pelayanan prima kepada konsumen. **Nurul Haida** (2012:1) Pelayanan prima adalah salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk melayani pembeli

(pelanggan) dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, baik yang berupa produk barang atau jasa.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Tentang Item Pertanyaan
" Apakah situasi internal pada saya berpengaruh terhadap proses pembelian?"
3

No.	Jawaban	Frekuensi	Persetase%
1	Sangat Setuju	13	13.68
2	Setuju	44	46.31
3	Ragu-ragu	29	30.52
4	Tidak Setuju	9	9.47
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		**95**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan kuisioner

Pada table diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden tentang item pertanyaan "**Apakah situasi internal pada saya berpengaruh terhadap proses pembelian?**". Mayoritas responden yaitu sebanyak 44 atau dengan persetase sebesar 46.31% adalah yang menyatakan "Setuju" minoritas adalah responden yang menyatakan "Sangat Tidak Setuju" yaitu sebanyak 0 orang atau dengan persentase sebesar 0%. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan setuju bahwa situasi internal mempengaruhi proses pembelian.

Dalam artikel (www.wordpress.com) Menurut **Mia Lestari** (2011:1) Perlu disadari, konsumen bukanlah sekadar membeli produk atau jasa. Akan tetapi mereka membeli perlakuan yang baik (good feelings) dan solusi atas masalah yang dihadapinya. Seringkali konsumen bersikap emosional ketimbang berpikir logis. Karena itu, semakin baik konsumen dipahami, maka akan semakin mudah

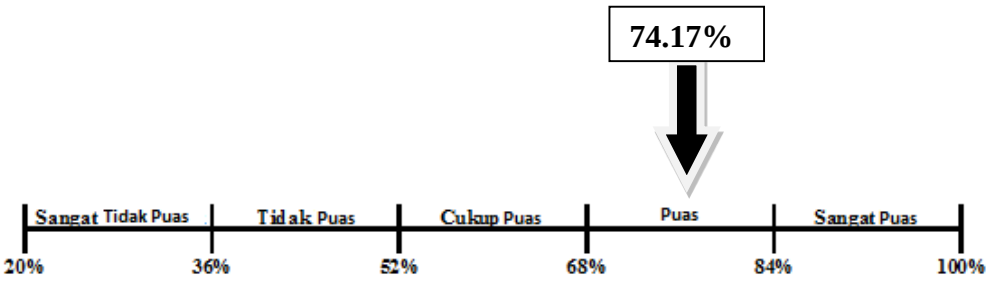
dalam mengantisipasi kebutuhan mereka. Lakukan komunikasi secara reguler sehingga diketahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Apresiasi dan jadikan konsumen merasa penting hal tersebut dapat mengubah mood/situasi internal konsumen.

Tabel 4.15
Skor Jawaban Responden Terhadap
Item-item Pernyataan Pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No. Instrumen	Jawaban Responden					Skor Aktual	Skor Ideal	%
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
1	16	47	29	3	0	361	475	76.00
2	15	38	39	3	0	350	475	73.68
3	13	44	29	9	0	346	475	72.84
Total						**1057**	**1425**	**74.17**

Sumber : Hasil pengolahan kuisioner

Pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan jumlah item pernyataan 3 butir dan jumlah responden 95 orang, diperoleh total skor sebesar 1057 atau dengan persentase sebesar 74.17%, sehingga dari jumlah skor tanggapan responden atas 3 butir pernyataan mengenai Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh rentang sebagai berikut.



Melalui jumlah skor tanggapan dari 3 pernyataan yang diajukan mengenai variabel Kepuasan Konsumen (Y), maka dapat diketahui bahwa tanggapan

responden mengenai Kepuasan Konsumen (Y) termasuk dalam kategori “Baik”. Secara detail sebaran jawaban responden tentang item-item pernyataan pada Kepuasan Konsumen (Y) dapat diketahui melalui tabel dibawah ini. Maka hasil diatas maksudnya kepuasan konsumen baik yaitu konsumen merasakan apa yang mereka inginkan di rumah makan cibiuk ini seperti makanannya enak, pelayanannya memuaskan, dan juga mampu membentuk good mood pada konsumen itu sendiri.

Hal tesebut benar bahwa Menurut **Philip Kotler** (2002: 42) “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

4.4 Analisis Verifikatif

4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear anatara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pengaruh Faktor Lokasi , Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam perhitungannya, penulis menggunakan program software SPSS 16.0 for windows.

Berikut merupakan perhitungan regresi berganda secara komputerisasi dengan SPSS 16.0 for windows sebagai berikut:

Tabel 4.16

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.808	.155		5.228	.000
	Faktor Lokasi	.502	.054	.493	9.368	.000
	Fasilitas	.268	.053	.264	5.019	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari hasil estimasi regresi berganda diatas, diketahui nilai constant (ά) yang diperoleh adalah 0,808 nilai β_1 0,502 dan nilai β_2 sebesar 0,268. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0.808 + 0.502X_1 + 0.268\,X_2$$

Kesimpulan dari hasil pengolahan kuisioner diatas bahwa Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh Lokasi dan Fasilitas yang diberikan rumah makan, akan tetapi pengaruh lokasi lah yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Cibiuk jika Fasilitas Rumah Makan meningkat 1% maka 0,268% Kepuasan Konsumen meningkat dan jika lokasi Rumah Makan meningkat 1% makan 0,502% Kepuasan Konsumen Meningkat.

Intereptasi untuk persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

$\acute{\alpha} = 0{,}808$	Menunjukkan nilai Kepuasan Konsumen jika Faktor Lokasi dan Fasilitas bernilai 0 (Nol)
$\beta_1 = 0{,}502X_1$	Menunjukkan nilai dan arah koefesien regresi untuk Faktor Lokasi, dimana setiap terjadi peningkatan 1 satuan pada Faktor Lokasi maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0,502 satuan.
$\beta_2 = 0{,}268X_2$	Menunjukkan nilai dan arah koefesien regresi untuk Fasilitas, dimana setiap terjadi peningkatan 1 satuan pada Fasilitas maka Kepuasan Konsumen meningkat sebesar 0,268 satuan.

Hasil diatas dapat disimpulkan jika faktor lokasi dan fasilitas yang dilakukan ditingkatkan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat, ditingkatkan maksudnya seperti pengembangan fasilitas dengan adanya kursi-kursi baru wifi dengan kecepatan tinggi maka kepuasan konsumen pun akan meninggkat seiring kualitas dari fasilitas itu di tingkatkan, begitu juga dengan faktor lokasi.

Dengan sesuainya Lokasi dan Fasilitas membuat persepsi konsumen baik dan puas terhadap apa yang disediakan oleh perusahaan, hal itu juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan **Rudika Harminingtayas** (2012:7) Dari hasil penelitianya memang benar fasilitas dan lokasi mempunyai pengaruh simultan yang signifikan. Koefisien determinasi sebesar 78,2 % artinya 78,2 %

kepuasan penghuni perumahan Permata Puri di Ngalian Semarang dipengaruhi oleh fasilitas dan lokasi perumahan, 21,80 % sisanya oleh faktor lain di luar faktor-faktor dalam penelitian ini.

4.4.2 Uji Asumsi klasik

Dalam mencari keabsahan analisis regresi berganda, peneliti ini akan diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik, yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator yang baik. Adapun ke empat uji asumsi klasik itu adalah :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Berikut merupakan tabel Uji Normalitas sebegai berikut :

Tabel 4.17

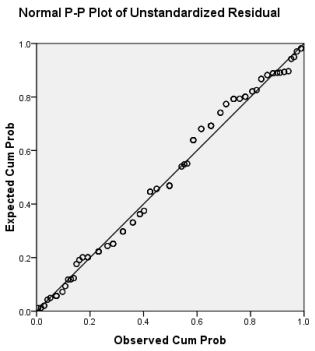
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.70886921
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.068
	Negative	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		1.306
Asymp. Sig. (2-tailed)		.066

a. Test distribution is Normal.

Berikut merupakan grafik normal *probability* plot sebagai berikut :



Gambar 4.2

Grafik Normal Probability-plot of Regression Standardized Residual

Menurut **Singgih Santoso (2002:9)** Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik.

Berdasarkan tabel dan gambar di atas dapat dilihat nilai sig (0.066) > a (0,05). Karena nilai sig > 0,05 dan tidak terdapat masalah pada uji normalitas sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Sebagai dasar acuannya dapat disimpulkan :

1. Jika nilai tolerance > 10 persen dari nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.
2. Jika nilai tolerance < 10 persen dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi, maka tidak bisa menggunakan analisis regresi harus menggunakan analisis jalur.

Tabel 4.18
Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Faktor Lokasi	.344	1.552
	Fasilitas	.344	1.552

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas nilai tolerance untuk masing-masing variabel :

1. Nilai tolerance Faktor Lokasi , 0,344 > 0,10
2. Nilai tolerance Fasilitas, 0,344> 0,10

Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas Faktor Lokasi dan Fasilitas.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh VIF untuk masing-masing variabel :

1. VIF variabel Faktor Lokasi , 1.552 < 10
2. VIF variabel Fasilitas, 1.552< 10

Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas Faktor Lokasi dan Fasilitas, artinya bahwa diantara variabel bebas Faktor Lokasi dan Fasilitas tidak terdapat korelasi yang cukup kuat antara sesama variabel bebas dan data layak digunakan untuk analisis regresi berganda.

Menurut Gujarati (2003:21) Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang mengakibatkan standar errornya semakin

besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan:menggunakan Variance Inflation Factors (VIF).

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan indikasi varian antar residual tidak homogen yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak efisien. Untuk menguji homogenitas varian dari residual digunakan uji Glejser, yaitu dengan mengkorelasikan variabel bebas terhadap nilai absolut dari residul (error).

Tabel 4.19

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.633	.085		7.416	.000
	Faktor Lokasi	-.022	.031	-.052	-.704	.482
	Fasilitas	.009	.031	.020	.276	.783

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Jika nilai sifnifikasi > 0,05 maka bisa dipastikan tidak mengalami Heteroskedastisitas

Jika nilai sifnifikasi < 0,05 maka bisa dipastikan mengalami Heteroskedastisitas dan tidak bisa dilanjutkan untuk uji selanjutnya

Berdasarkan hasil korelasi yang diperoleh seperti dapat dilihat pada tabel diatas dapat dilihat bahwa antara variabel Faktor Lokasi dan Fasilitas sebagai berikut :

1. Nilai Signifiknsi (X1) Faktor Lokasi sebesar 0.482> 0,05

2. Nilai Signifiknsi (X2) Fasilitas sebesar 0.783> 0,05

Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, artinya variabel pengganggu e (error) memiliki varian yang sama sepanjang observasi dari berbagai nilai dari variabel bebas, hal ini berarti data pada setiap variabel bebas memiliki rentangan yang sama, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

Menurut **Imam Ghozali** (2013: 105) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

4.4.3. Uji Koefisien Korelasi Pearson

Analisis koefisien korelasi pearson digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya hubungan linier antara Faktor Lokasi, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen Kegunaannya untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent).

A. Korelasi parsial antara X_1 (Faktor Lokasi) dengan Y (Kepuasan Konsumen), dengan perhitungan dengan menggunakan SPSS 16.0 for windows sebagai berikut :

Tabel 4.20

Korelasi Secara parsial Antara Faktor Lokasi dan Kepuasan Konsumen

Correlations

		Faktor Lokasi	Kepuasan Konsumen
Faktor Lokasi	Pearson Correlation	1	.639**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.639**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

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

Hasil perhitungan SPSS 16.0 for windows menghasilkan nilai r yaitu 0,639 dengan arah positif. nilai r tersebut berarti bahwa hubungan antara variabel X_1 dan Y bersifat positif. Artinya Faktor Lokasi memiliki hubungan yang sedang dengan Kepuasan Konsumen, dikatakan cukup tinggi karena nilai korelasi sebesar 0.639 berada pada interval 0.61 – 0.80 yang dapat dilihat pada tabel interpretasi. Arah positif menggambarkan bahwa ketika Faktor Lokasi meningkat maka Kepuasan Konsumen akan meningkat.

Dari hasil pengolahan hasil kuisioner diatas dapat disimpulkan bahwa Faktor Lokasi mempunyai hubungan secara positif dengan Kepuasan Konsumen, Ketika Faktor Lokasi meningkat maka Kepuasan Konsumenpun akan meningkat.

Hasil pengolahan SPSS diatas didukung juga oleh hasil penelitian **Muhtarom, Warso, dan Leonardo** (2010:8) menyatakan bahwa Variable lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Koefisien variable lokasi memberikan nilai sebesar 0,289 yang berarti bahwa jika faktor

lokasi dirumah makan mengalami kenaikan dengan asumsi variable lain konstan, maka kepuasan konsumen di rumah maka tersebut akan meningkat sebesar 0,289.

B. Korelasi parsial antara X_2 (Fasilitas) dengan Y (Kepuasan Konsumen), dengan perhitungan dengan menggunakan SPSS 16.0 for windows sebagai berikut.

Tabel 4.21

Korelasi Secara parsial Antara Fasilitas dan Kepuasan Konsumen

Correlations

		Kepuasan Konsumen	Fasilitas
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	1	.532**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Fasilitas	Pearson Correlation	.532**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

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

Hasil perhitungan dengan SPSS 16.0 for windows menghasilkan nilai r yaitu 0.532. Nilai r tersebut berarti bahwa hubungan antara variabel X_2 dan Y bersifat positif. Artinya Fasilitas memiliki hubungan yang sedang dengan Kepuasan Konsumen. Hubungan antara variabel X_2 (Fasilitas) dan Y (Kepuasan Konsumen) dikatakan sedang karena korelasi sebesar 0.532 berada pada interval 0.41 – 0.60 yang dapat dilihat pada tabel interpretasi.

Dari hasil pengolahan hasil kuisioner diatas dapat disimpulkan bahwa Fasilitas mempunyai hubungan secara positif dengan Kepuasan Konsumen, Ketika Fasilitas meningkat maka Kepuasan Konsumenpun akan meningkat.

Demikian halnya Menurut **Pratidina** (2009:55) dalam (www.wordpress.com) Kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan selalu meningkatkan dimensi fasilitas. Konsumen yang memperoleh kepuasan pada saat menggunakan jasa yang diberikan oleh pihak perusahaan, maka konsumen tersebut merasakan bahwa fasilitas yang didapatkan telah sesuai dengan harapan.

4.4.4. Uji Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh X_1 (Faktor Lokasi) dan X_2 (Fasilitas) terhadap Y (Kepuasan Konsumen) dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi atau singkat Kd yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya.

a. cara pertama dengan perhitungan manual, yaitu :

Kd = r^2 x 100%

= $(0.582)^2$ x 100%

= 0.444x 100%

= 44.4

Kd = 44.4 %

b. cara kedua dengan perhitungan menggunakan program SPSS 16.0 for windows, yaitu:

Tabel 4.22

Uji Koefisien Determinasi Faktor Lokasi , Fasilitas dengan Kepuasan Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666[a]	.444	.440	.17137849

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Faktor Lokasi

Dari table diatas, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi simultan yang diperoleh adalah 0,444 atau 44.4%, artinya secara simultan Faktor Lokasi dan Fasilitas memberikan kontribusi pengaruh sebesar 44.4% terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Cibiuk, sedangkan sebanyak 55.6% sisanya merupakan pengaruh dari variabel diluar penelitian seperti kualitas pelayanan, cita rasa makanan.

Dari hasil pengolahan kuisioner diatas menggunakan SPSS Faktor lokasi dan Fasilitas mempunyai pengaruh positif secara bersamaan terhadap Kepuasan Konsumen, pengaruh tersebut sebesar 44.4% mempengaruhi Kepuasan Konsumen dan pengaruh lainnya 55.6% dipengaruhi oleh hal lainnya selain dari Lokasi dan Fasilitas rumah makan.

Tabel diatas didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan **Rudika Harminingtayas** (2012:7) Dari hasil penelitianya memang benar fasilitas dan lokasi mempunyai pengaruh simultan yang signifikan. Koefisien determinasi sebesar 78,2 % artinya 78,2 % kepuasan penghuni perumahan Permata Puri di

Ngalian Semarang dipengaruhi oleh fasilitas dan lokasi perumahan, 21,80 % sisanya oleh faktor lain di luar faktor-faktor dalam penelitian ini.

Tabel 4.23

Pengaruh Parsial Dengan Rumus Beta X Zero Order

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)				
	Faktor Lokasi	.499	.639	.473	.401
	Fasilitas	.234	.532	.245	.188

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berikut adalah hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap terikat dengan rumus X zero order :

1. Variabel Faktor Lokasi = 0.449x 0.639= 0.3188 x 100% = 31.88%
2. Variabel Fasilitas = 0.234x 0.532= 0.1244 x 100% = 12.44%

Dari hasil perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel Fasilitas (X_2) sebesar 12.44% dan variabel Faktor Lokasi (X_1) sebesar 31.88%. dengan demikian pengaruh secara keseluruhan sebesar 44.4% sedangkan sisanya 55.6% merupakan kontribusi variabel lain.

4.4.5 Pengujian hipotesis secara simultan (uji-F)

Untuk menguji secara simultan ada tidaknya hubungan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), maka pengujian dilakukan dengan menggunakan uji statistik F.

Penetapan Hipotesis

H0 : β1 = β2, = 0 Faktor Lokasi dan Fasilitas tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan.

Ha : β1 = β2, ≠ 0 Faktor Lokasi dan Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan.

Taraf signifikansi (a) : 0,05

Kriteria uji : tolak H0 jika nilai F-hitung > F-tabel, terima Ha jika nilai F-hitung < F-tabel. Nilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut:

Tabel 4.24

Pengujian Hipotesis secara simultan Faktor Lokasi , Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	113.759	2	56.879	112.396	.000[a]
	Residual	142.709	282	.506		
	Total	256.467	284			

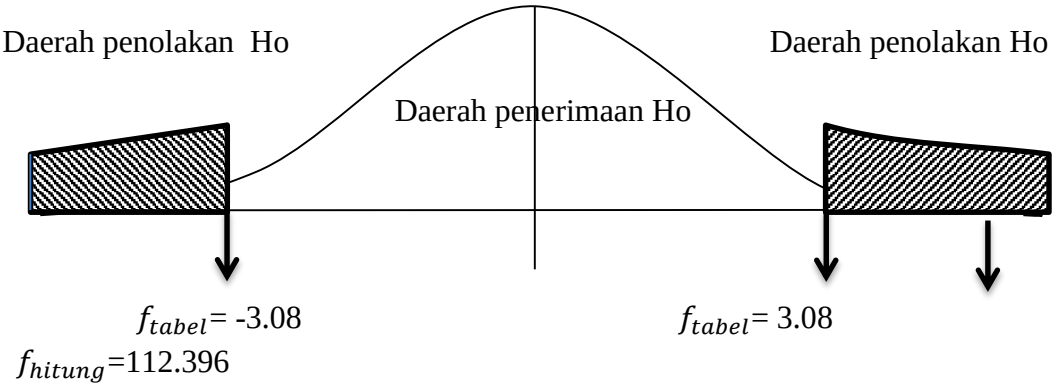
a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Faktor Lokasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 83.782. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan a=0,05, db1=2 dan db2=95, diketahui nilai F tabel sebesar 3.08. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F hitung (112.396) > F tabel (3.09), sehingga H0 ditolak, artinya F-hitung lebih besar daripada F-tabel yang artinya terdapat pengaruh signifikan dari Faktor Lokasi (X_1) dan Fasilitas(X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Jadi dari hasil pengolahan kuisioner diatas menggunakan SPSS Faktor Lokasi dan Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, hal tersebut diperkuat dengan hasil perbandingan F tabel dan F hitung, jadi dapat diambil kesimpulan Faktor Lokasi dan Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal itu telah memenuhi untuk menjawab rumusan masalah ke-4

Jika disajikan dalam gambar, maka nilai F hitung dan F tabel tampak sebagai berikut:



Gambar 4.3

Daerah penerimaan dan penolakan Ho antara Faktor Lokasi , Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Jadi dari gambar diatas menggambarkan bahwa f_{hitung} variabel Faktor Lokasi dan Fasilitas berada pada daerah penolakan Ho yang berarti Faktor Lokasi dan Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil hipotesis di atas didukung oleh penelitian yang dilakukan Tabel diatas didukung oleh penelitian terdahulu **Rudika Harminingtayas** (2012:7) Dengan sesuainya Lokasi dan Fasilitas membuat persepsi konsumen baik dan puas terhadap apa yang disediakan oleh perusahaan.

4.4.6 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari masing-masing variabel independen dengan variabel dependen, yaitu pengaruh Faktor Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial.

Adapun kriteria dari pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan α = 5%, maka Ho ditolak artinya signifikan.
2. $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan α = 5%, maka Ho diterima artinya tidak signifikan.

4.4.6.1 Pengujian Hipotesis Faktor Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari masing-masing variabel independen dengan variabel dependen adapun hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut :

Hipotesis:

$Ho : \beta_1 = 0$, Faktor Lokasi (X_1) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

$Ha : \beta_1 \neq 0$, Faktor Lokasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) α = 5%

Tabel 4.25

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) Faktor Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.874	.154		5.658	.000
	Faktor Lokasi	.508	.056	.499	9.019	.000
	Fasilitas	.238	.056	.234	4.235	.000

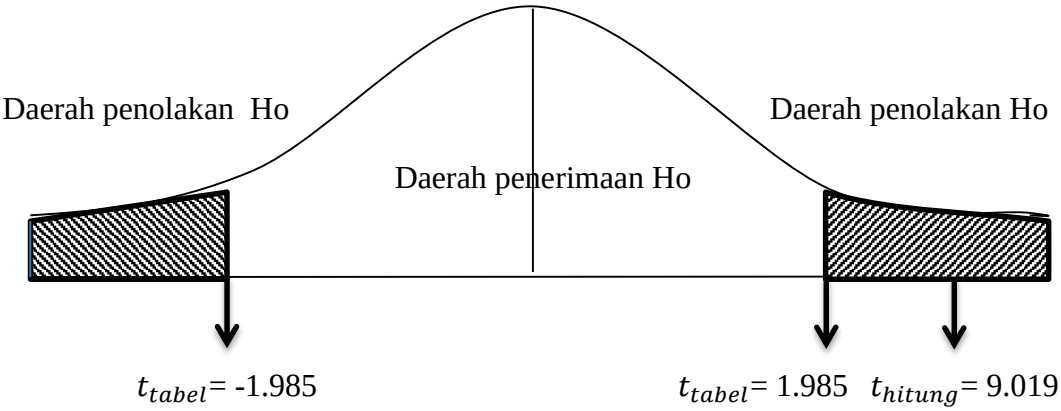
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil t_{hitung} tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel}. t_{tabel} diperoleh dari tingkat kepercayaan dengan taraf nyata α = 0,05, dimana. t_{tabel} bernilai 1.985

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui nilai t_{hitung} variabel Faktor Lokasi 9.019 dengan nilai signifikan 0.000. Karena nilai t_{hitung} 9.019> t_{tabel} 1.985 maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak Ho sehingga Ha diterima. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Faktor Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Jadi dari hasil perhitungan T hitung dan T tabel diatas dapat memberikan kesimpulan bahwa Faktor Lokasi memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Cibiuk secara parsial. Dan hal ini memberikan jawaban untuk rumusan masalah yang ke-4.

Berdasarkan uji hipotesis dapat digambarkan daerah penolakan dan penerimaan sebagai berikut :



Gambar 4.4

Daerah penerimaan dan Penolakan Ho atara Faktor Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Jadi pada gambar diatas menggambarkan bahwa t_{hitung} 9.019 variabel Faktor Lokasi berada pada daerah penolakan Ho yang berarti Faktor Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Dapat dilihat nilai thitung jatuh pada daerah penerimaan Ho, sehingga disimpulkan bahwa Faktor Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Sama dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan **Muhtarom, Warso, dan Leonardo** (2010:8) menyatakan bahwa Variable lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Koefisien variable lokasi memberikan nilai sebesar 0,289 yang berarti bahwa jika harga dirumah makan

SBC Semarang mengalami kenaikan dengan asumsi variable lain konstan, maka kepuasan konsumen di rumah makan tersebut akan meningkat sebesar 0,289.

4.2.3.2 Pengujian Hipotesis Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari masing-masing variabel independen dengan variabel dependen adapun hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut :

Hipotesis

$Ho : \beta_2 = 0$, Fasilitas(X_2) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

$Ha : \beta_2 \neq 0$, Fasilitas(X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) α = 5

Tabel 4.26

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.874	.154		5.658	.000
	Faktor Lokasi	.508	.056	.499	9.019	.000
	Fasilitas	.238	.056	.234	4.235	.000

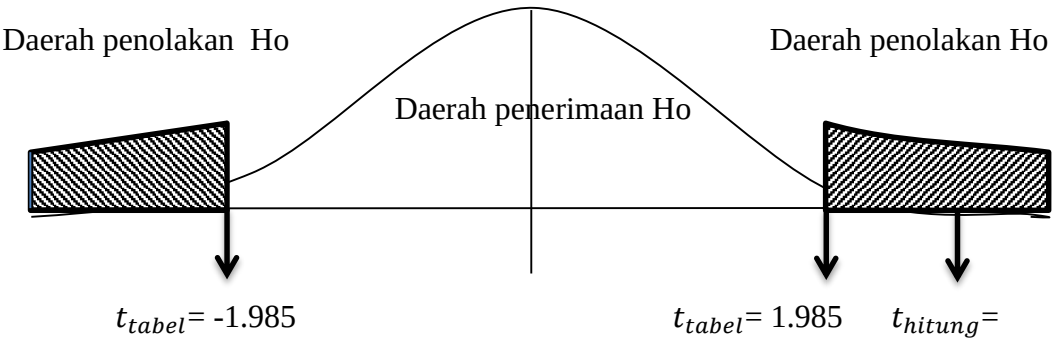
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil t_{hitung} tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . t_{tabel} diperoleh dari tingkat kepercayaan dengan taraf nyata α = 0,05, dimana didapat nilai. t_{tabel} = 1.985

Jadi dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui nilai t_{hitung} variabel Fasilitas 4.235 dengan nilai signifikan 0.000. Karena nilai t_{hitung} 4.235 > t_{tabel} 1.985 maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan Ho ditolak. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Jadi dari hasil perhitungan T hitung dan T tabel diatas dapat memberikan kesimpulan bahwa Fasilitas memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Cibiuk secara parsial. Dan hal ini memberikan jawaban untuk rumusan masalah yang ke-4.

Berdasarkan uji hipotesis dapat digambarkan daerah penolakan dan penerimaan sebagai berikut:



Gambar 4.5

Daerah penerimaan dan Penolakan Ho antara Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Jadi dari gambar diatas menggambarkan bahwa t_{hitung} 4.235 variabel Fasilitas berada pada daerah penolakan Ho yang, dapat disimpulkan dari gambar

diatas berarti Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Dapat dilihat nilai thitung jatuh pada daerah penerimaan Ho, sehingga disimpulkan bahwa Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Yunus dan Budiyanto (2014:18) menyatakan bahwa dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di Narita hotel Surabaya adalah fasilitas. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel fasilitas terhadap variabel keputusan menginap. Hal ini didasarkan pada analisis kuantitatif, di mana hasil nilai signifikansi t hitung pada variabel fasilitas adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05.