

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Rumah Makan Sri Melayu

Rumah makan Sri Melayu terletak di jalan Demang Lebar Daun No.I, Kec. Ilir barat I, kota Palembang Sumatera Selatan. Kawasan yang cukup menjanjikan untuk mencari peluang berbisnis yang menguntungkan. Adapun latar belakang berdirinya rumah makan Sri Melayu ini yakni dimaksudkan untuk memperkenalkan masakan daerah dan memenuhi kebutuhan bagi mereka yang ingin menikmati masakan bercita rasa lezat dengan nuansa alam.

Rumah makan Sri Melayu berdiri sejak delapan belas tahun yang lalu lebih tepatnya pada 6 Agustus 2001, nama Sri Melayu ini terinspirasi dari sebuah restoran di Malaysia yang menyajikan berbagai macam olahan masakan Melayu. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak H. Ismail Umar dan istrinya Ibu Hj. Qomaria. Pasangan suami istri ini mempunyai hobi jalan-jalan keliling luar negeri. Akhirnya pada saat mereka berlibur ke Malaysia, kedua pasangan ini menemukan sebuah restoran yang menurut mereka menarik dan akan berkembang jika didirikan ke Palembang.¹ Dengan melihat peluang ini, kedua pasangan suami istri yang merupakan putra putri asli Sumatera Selatan yakni Ogan Komering Ilir dan Ogan Ilir

¹Hasil wawancara dengan Firman Hakim, selaku Manager Rumah Makan Sri Melayu, pada tanggal 22 Agustus 2019

meminta izin kepada pemilik restoran bahwa mereka akan mendirikan rumah makan di Palembang dengan nama yang sama yaitu Sri Melayu.

Rumah makan Sri Melayu dirancang sedemikian rupa dengan konsep alam dan nuansa pedesaan untuk memberikan kenyamanan kepada para pelanggan yang datang untuk menikmati hidangan di rumah ini. Rumah makan Sri Melayu menyajikan berbagai macam makanan khas bercita rasa nusantara untuk sayur dan lauknya dengan menu andalan Pindang. Sedangkan untuk minuman yang disajikan beraneka macam seperti jus buah, soft drink dan lain-sebagainya.

Suatu perkembangan yang pesat dengan semakin banyak pengunjung rumah makan Sri Melayu dari berbagai kalangan, baik dari masyarakat Palembang sendiri ataupun luar kota bahkan luar negeri. Rumah makan Sri Melayu saat ini mempunyai karyawan 45 orang dan 15 juru masak atau koki.² Dalam sehari para karyawan bekerja selama 8 jam dengan menggunakan sistem pembagian waktu kerja, pekerjaan dimulai dari jam 10:00-22:00. Sampai saat ini rumah makan Sri Melayu tetap konsisten dengan menyajikan masakan khas daerah Sumatera Selatan yaitu berbagai macam Pindang.

2. Struktur Organisasi Perusahaan

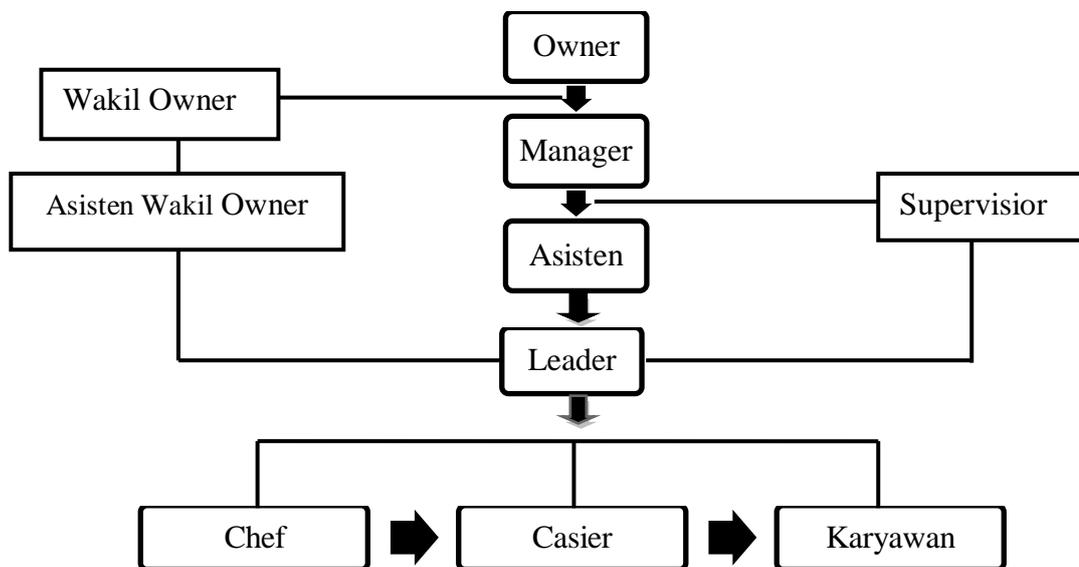
Untuk dapat mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis kuliner, Rumah Makan Sri Melayu tidak dapat mewujudkan sekaligus melaksanakan visi dan misinya secara perorangan. Akan tetapi perlu

²Hasil wawancara dengan Rizky, selaku Supervisor Rumah Makan Sri Melayu, pada tanggal 22 Agustus 2019

diadakan pembagian kerja dalam struktur organisasi. Hal ini bertujuan agar masing-masing individu dapat lebih jelas dalam menjalankan tugasnya dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Rumah Makan Sri Melayu Palembang



Keterangan :

- Owner : H. Ismail Umar
- Wakil Owner : Hj. Krisna
- Asisten Owner : Hj. Eva Rosita
- Manager : Firman Hakim
- Asisten Manager : Rizky
- Supervisor : Siti dan Dila
- Leader : Ben ben, Untung, Een, Riko dan Nofri
- Casier : Novi, Puput dan Neneng
- Cleaning Service : Indra dan Dedi

3. Visi Misi Rumah Makan Sri Melayu

a. Visi

Menjadi rumah makan yang maju, kompetitif dan memiliki cita rasa yang tinggi dan berkualitas.

b. Misi

- 1) Menjadi perusahaan yang mengedepankan kualitas produk dan kualitas layanan.
- 2) Menjadi perusahaan yang selalu kreatif dan inovatif.

B. Deskripsi Responden

1. Analisis Profil Responden

Masalah pada penelitian ini ditekankan untuk mengetahui pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sri Melayu Palembang. Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah sebanyak 130 orang responden. Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 130 eksampul dan semua kuesioner kembali serta responden telah mengisi kuesioner dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian. Selanjutnya dalam profil responden diperinci menurut jenis kelamin, umur dan pendidikan terakhir. Salah satu tujuan dari pengelompokan responden adalah untuk mengetahui rincian profil responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat disajikan pada gambar berikut ini:

a. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Profil responden berdasarkan jenis kelamin menjelaskan bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah Laki-laki adalah sebanyak 80 orang atau 62%, sedangkan Perempuan sebanyak 50 orang atau 38%, sehingga dari perbandingan persentase profil responden menurut jenis kelamin maka dapat dikatakan bahwa Rumah Makan Sri Melayu memiliki pelanggan yang merata dari laki-laki maupun perempuan. Dapat dilihat melalui tabel 4.2

Tabel 4.2

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	80	62%
2	perempuan	50	38%
Jumlah		130	100%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2019

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan usia responden yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

b. Profil Responden Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan usia menjelaskan bahwa usia dalam penelitian ini adalah 20-35 tahun yakni sebanyak 45 orang atau 34,6%, 35-45 tahun sebanyak 55 orang atau 42,3% dan usia 45 tahun keatas sebanyak 30 orang atau 23,1% sehingga dapat disimpulkan bahwa penggemar masakan khas sumatera selatan yang

di sajikan oleh Rumah Makan Sri Melayu digemari hampir diseluruh kalangan masyarakat. Dapat dilihat melalui tabel 4.3

Tabel 4.3
Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20-35 Tahun	45	34,6%
2	35-45 Tahun	55	42,3%
3	45 Tahun Keatas	30	23,1%
Jumlah		130	100%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2019

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan pekerjaan responden yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

c. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda, dengan responden yang sebagai PNS jumlahnya lebih dominan yaitu sebanyak 33,1%, sementara responden yang bekerja sebagai Lainnya jumlahnya paling sedikit yaitu sebanyak 1,5%. Kemudian sebanyak 28,5% responden bekerja sebagai Guru//Dosen, 15,4% responden bekerja sebagai wiraswasta, 11,5% responden Pegawai Swasta dan 10% responden sebagai Pelajar/Mahasiswa.

Tabel 4.4
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	13	10%
2	Guru/Dosen	37	28,5%
3	PNS	43	33,1%
4	Pegawai Swasta	15	11,5%
5	Wiraswasta	20	15,4%
6	Lain-lain	2	1,5%
Jumlah		130	100%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2019

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur nilai r_{hitung} valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian ini membandingkan dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini adalah jumlah sampel, dan $\alpha = 0,05$ (dengan uji dua sisi). Nilai r_{tabel} yaitu sebesar 0,172 yang didapat dari *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel pretest yaitu 130 responden. Maka (df) = $130 - 2 = 128$, pada r_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dan (df) = 128, didapati r_{tabel} sebesar 0,172. Maka suatu pernyataan atau indikator dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > 0,172$ dan sebaliknya.

Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas dari empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu produk, suasana dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dengan 130 responden. Berikut ini adalah rincian tabel hasil uji validitas untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Variabel Suasana Toko (X1)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko (X1)

Pernyataan	Nilai r^rTable	Nilai r^r Hitung	Keterangan
Suasana 1	0,172	0,721	<i>Valid</i>
Suasana 2	0,172	0,745	<i>Valid</i>
Suasana 3	0,172	0,739	<i>Valid</i>
Suasana 4	0,172	0,654	<i>Valid</i>
Suasana 5	0,172	0,697	<i>Valid</i>
Suasana 6	0,172	0,715	<i>Valid</i>
Suasana 7	0,172	0,677	<i>Valid</i>
Suasana 8	0,172	0,750	<i>valid</i>

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16.0,2019

Tabel 4.5 menunjukkan variabel suasana toko (X1) mempunyai kriteria valid untuk semua *item* pernyataan. Hal ini dapat di lihat r^r hitung > r^r table yaitu 0,172

b. Variabel Kualitas Produk (X2)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	Nilai r_{Table}	Nilai r_{Hitung}	Keterangan
Kualitas Produk 1	0,172	0,690	<i>Valid</i>
Kualitas Produk 2	0,172	0,621	<i>Valid</i>
Kualitas Produk 3	0,172	0,605	<i>Valid</i>
Kualitas Produk 4	0,172	0,653	<i>Valid</i>
Kualitas Produk 5	0,172	0,607	<i>Valid</i>
Kualitas Produk 6	0,172	0,687	<i>Valid</i>
Kualitas Produk 7	0,172	0,633	<i>Valid</i>
Kualitas Produk 8	0,172	0,508	<i>valid</i>
Kualitas Produk 9	0,172	0,583	<i>Valid</i>
Kualitas Produk 10	0,172	0,704	<i>Valid</i>

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16.0,2019

Tabel 4.6 menunjukkan variabel kualitas produk (X2) mempunyai kriteria valid untuk semua *item* pernyataan. Hal ini dapat di lihat $r_{hitung} > r_{table}$ yaitu 0,172

c. Variabel Kualitas Layanan (X3)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

Pernyataan	Nilai r_{Table}	Nilai r_{Hitung}	Keterangan
Kualitas Layanan 1	0,172	0,792	<i>valid</i>
Kualitas Layanan 2	0,172	0,802	<i>Valid</i>
Kualitas Layanan 3	0,172	0,777	<i>Valid</i>
Kualitas Layanan 4	0,172	0,802	<i>Valid</i>
Kualitas Layanan 5	0,172	0,801	<i>Valid</i>

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16.0,2019

Tabel 4.7 menunjukkan variabel Kualitas Layanan (X3) mempunyai kriteria valid untuk semua *item* pernyataan. Hal ini dapat dilihat r hitung $>$ r table yaitu 0,172

d. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	Nilai r Table	Nilai r Hitung	Keterangan
Kepuasan Pelanggan 1	0,172	0,739	<i>valid</i>
Kepuasan Pelanggan 2	0,172	0,758	<i>Valid</i>
Kepuasan Pelanggan 3	0,172	0,737	<i>Valid</i>

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16.0,2019

Tabel 4.8 menunjukkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai kriteria valid untuk semua *item* pernyataan. Hal ini dapat dilihat r hitung $>$ r table yaitu 0,172

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60 Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Alpha	Keterangan
Suasana Toko (X1)	0,861	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,843	0,60	Reliabel
Kualitas Layanan (X3)	0,854	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,597	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16.0,2019

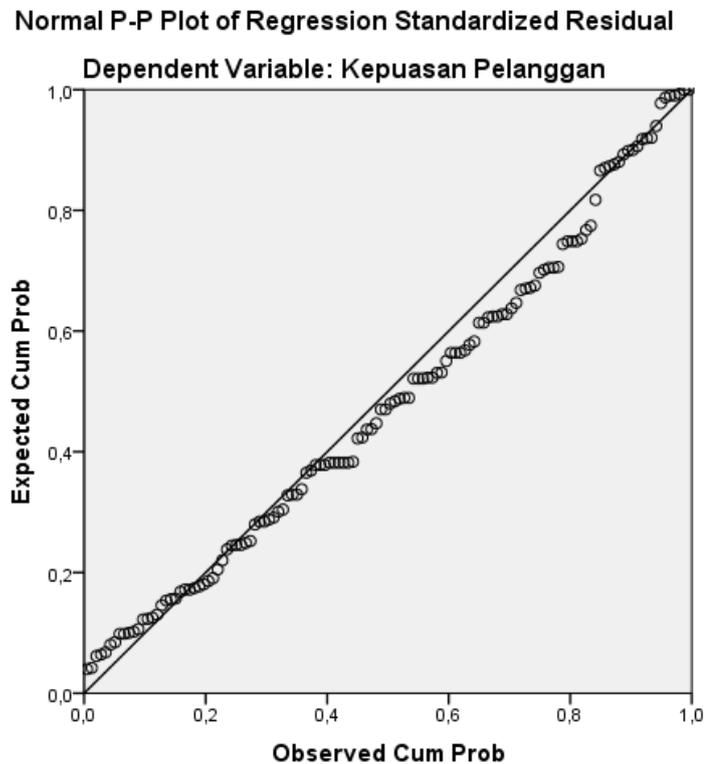
Tabel 4.9 menunjukkan nilai cronbach alpha atas variabel Suasana Toko sebesar 0,861, Kualitas Produk sebesar 0,843, Kualitas Layanan sebesar 0,854, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,597. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai cronbach's alpha lebih dari 0,60. Maka semua variabel dinyatakan reliabel dan penelitian ini dapat dilanjutkan.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik dan layak dalam penelitian adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dalam uji normalitas terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas data dengan analisis grafik menggunakan pengolahan SPSS versi 16.0 menghasilkan grafik sebagai berikut:

Gambar 4.2
Kurva Normal *P-Plot* Hasil Uji Normalitas



Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Pada gambar kurva p-plot di atas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Berarti dari kurva ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena asumsi normalitas.

Selain uji grafik, peneliti juga melengkapi pengujian normalitas dengan uji statistik untuk menegaskan hasil uji normalitas grafik di atas.

Tabel 4.10
 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,74642487
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,044
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,061 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil output data SPSS versi 16.0 yang telah diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, nilai sig. > 0,05 yaitu sebesar 0,061.

Yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji Linieritas untuk mengetahui apakah variabel bebas yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak dengan variabel terikat. Uji Linieritas menggunakan *Test For Linearity* dengan nilai signifikan 0,05. Variabel independen dan variabel dependen dikatakan memiliki hubungan yang linier jika signifikansi kurang dari 0,05. Hasil uji linieritas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Linieritas Untuk Variabel Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

Variabel	Signifikan
Suasana Toko	0,000
Kualitas Produk	0,000
Kualitas Layanan	0.000

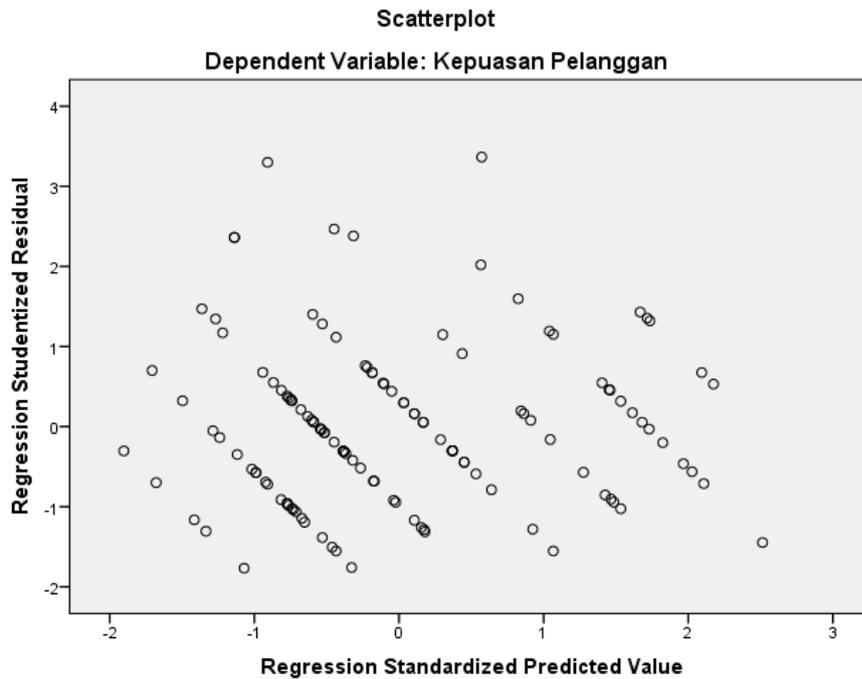
Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2019

Dari tabel 4.11 di atas hasil output menunjukkan nilai masing-masing variabel $< 0,05$ maka dapat dikatakan variabel independen dan variabel dependen memiliki hubungan yang linier.

3. Hasil Uji Heteroskedestitas

Uji heteroskedestisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedestisitas dan jika berbeda disebut heteroskedestisitas. Uji heteroskedestisitas dapat dilakukan dengan 2 langkah, yaitu secara grafik dan secara statistik berdasarkan hasil pengolahan data maka hasil uji scatterplot dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.3
Uji Heterokedestisitas *Scatterplot*



Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Dari grafik scatterplot yang ada pada gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menybar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Selain itu, untuk menegaskan hasil uji heteroskedastisitas, peneliti juga melakukan uji statistik dengan menggunakan uji glejser. Jika nilai signifikansi di bawah 5% atau 0,05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas sedangkan Jika nilai signifikansi di atas 5% atau 0,05 maka tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil pengolahan data hasil uji glejser dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Heterokedestisitas *Glejser*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,559	,430		1,300	,196
Total_X1	-,034	,024	-,252	-1,390	,167
Total_X2	,019	,030	,116	,628	,531
Total_X3	,028	,021	,133	1,282	,202

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.12, tidak ada variabel bebas yang memiliki signifikansi di bawah 0,05. Variabel Suasana Toko (X1) memiliki signifikansi 0,167, variabel Kualitas Produk (X2) memiliki signifikansi 0,531 dan variabel Kualitas Layanan (X3) memiliki signifikansi 0,202 Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ada masalah heterokedastisitas atau bebas dari heterokedastisitas.

4. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan nilai

Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cutoff yang umum dipanggil untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,852	,682		-1,250	,213		
Total_X1	,259	,039	,604	6,689	,000	,235	4,249
Total_X2	,107	,047	,208	2,261	,025	,226	4,426
Total_X3	,089	,034	,135	2,612	,010	,715	1,398

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan hasil tabel 4.13 di atas, uji hasil Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing variabel independen memiliki VIF < 10 dan tolerance $> 0,1$ yaitu variabel suasana toko (X1) memiliki nilai tolerance 0,235 dan nilai VIF 4,249, variabel kualitas produk (X2) yang memiliki nilai tolerance 0,226 dan nilai VIF 4,426, variabel kualitas layanan (X3) memiliki nilai tolerance 0,715 dan nilai VIF 1,398. Maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat multikolonieritas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi yang di dalamnya terdapat satu variabel dependen (Y) dan lebih dari satu variabel independen (X). Variabel dependen adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variable independen atau bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, sedangkan variabel independennya adalah produk, suasana dan lokasi.

Tabel 4.14
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.852	,682		-1,250	,213		
Total_X1	,259	,039	,604	6,689	,000	,235	4,249
Total_X2	,107	,047	,208	2,261	,025	,226	4,426
Total_X3	,089	,034	,135	2,612	,010	,715	1,398

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan Tabel 4.14 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -852 + 0,259X_1 + 0,0107X_2 + -0,034034X_3 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan

α = konstanta

X1 = produk

X2 = suasana

X3 = lokasi

b1 = koefisien produk

b2 = koefisien suasana

b3 = koefisien lokasi

e = error

Berdasarkan tabel 4.14 dan persamaan di atas, diperoleh nilai konstanta sebesar -852 menunjukkan bahwa ketika variabel suasana toko, kualitas produk dan kualitas layanan, nilainya sama dengan nol, maka nilai kepuasan pelanggan adalah -852

F. Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Statistik t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan sebaliknya. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji t dalam penelitian ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,852	,682		-1,250	,213
Total_X1	,259	,039	,604	6,689	,000
Total_X2	,107	,047	,208	2,261	,025
Total_X3	,089	,034	,135	2,612	,010

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, diperoleh t_{hitung} untuk X1 sebesar 6,689, X2 sebesar 2,261 dan X3 sebesar 2,612,. Untuk menentukan t_{tabel} digunakan lampiran statistika tabel t, dengan menggunakan $\alpha/2$, $n - k - 1$. Maka didapatkan hasil $0,05/2$, $130-3-1 = 0,025$, 126. Sehingga didapatkan $t_{tabel}1,97897$.

Tabel 4.16
Tabel t Statistika

Pr df	Signifikan
	0,025
125	1,97912
126	1,97897
127	1,97882

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji t adalah sebagai berikut:

- a) Pada variabel Suasana Toko T_{hitung} memiliki nilai positif yaitu 6,689 $T_{hitung} > T_{tabel}$ 1,97987 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel Suasana Toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b) Pada variabel kualitas produk T_{hitung} memiliki nilai positif yaitu 2,261 $T_{hitung} > T_{tabel}$ 1,97987 dan nilai signifikan $0,025 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c) Pada variabel kualitas layanan T_{hitung} memiliki nilai positif yaitu 2,612. $T_{hitung} > T_{tabel}$ 1,97987 dan nilai signifikan $0,010 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hasil Uji Statistik f

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Salah satu cara melakukan uji F adalah dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Berikut adalah hasil uji F pada penelitian ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	225,235	3	75,078	131,621	,000 ^b
	Residual	71,872	126	,570		
	Total	297,108	129			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber : Hasil Output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan tabel 4.17, diperoleh F_{hitung} sebesar 131,621. Untuk menentukan F_{tabel} digunakan lampiran statistika tabel F, dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05, dengan df 1 (jumlah variable -1) atau $4-1 = 3$ dan df 2 ($n-k-1$) atau $130-3-1 = 126$. Maka didapatkan hasil F_{tabel} sebesar 2,67

Tabel 4.18
Tabel F Statistika

df 2	df 1		
	2	3	4
125	3,07	2,67	2,44
126	3,07	2,67	2,44
127	3,07	2,67	2,44

Hal ini mengartikan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $131,621 > 2,67$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen yaitu produk, suasana dan lokasi, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (*R Square*), ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan *R Square* dapat dilihat pada output *Model Sumarry*. Pada kolom *R Square* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukan dalam model penelitian. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini

Tabel 4.19
Hasil uji Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,871 ^a	,758	,752	,755	1,895

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Hasil output data SPSS yang telah diolah,2019

Berdasarkan kepada tabel di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,752. Nilai tersebut dapat digunakan untuk melihat besarnya pengaruh suasana toko, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Sri Melayu Palembang. Koefisien determinasi tersebut memiliki maksud bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 75,2%. Sisanya sebesar 24,8% dipengaruhi variabel lain variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

G. Pembahasan dan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh suasana toko, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Rumah Makan Sri Melayu Palembang. Pembahasan dan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sri Melayu Palembang

Suasana merupakan kombinasi dari karakteristik fisik yang bertujuan untuk merancang emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil uji variabel suasana toko terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan $T_{hitung} 6,689 > T_{tabel} 1,97987$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel suasana toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji ini penulis dapatkan melalui penelitian yang dilakukan kepada pelanggan Rumah Makan Sri Melayu yakni sebanyak 130 responden yang terdiri dari 80 orang laki-laki (62%) dan 50 perempuan (38%) dengan tingkat usia terbanyak antara 35-45 tahun 55 orang (42,3%), 20-35 tahun berjumlah 45 orang (34,6%) dan 45 tahun keatas sebanyak 30 orang (23,1%). Berdasarkan pekerjaan responden yang penulis teliti lebih didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil sebanyak 43 orang atau dengan persentase 33,1%, Guru/Dosen 37 orang (28,5%), wiraswasta 20 orang (15,4%), pegawai swasta 15 orang (11,5%), pelajar/mahasiswa 13 orang (10%) dan 2 orang (1,5%) lain-lain.

Suasana Toko yang berpengaruh positif dan signifikan, menandakan jika suasana toko merupakan salah satu faktor yang penting bagi kepuasan pelanggan Rumah Makan Sri Melayu Palembang. Ketika suasana memiliki pengaruh terhadap kepuasan maka pihak perusahaan telah berhasil untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan

pelanggan yang sudah ada dengan langkah awal yaitu kenyamanan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ratna Sari Nur Indah Safitri, Setyaningsih Sri Utami dan Sunarso (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Kualitas Peayanan, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe and Resto” serta penelitian Khoirul Umam dan Muhammad Mansur (2017) dengan judul “Pengaruh Lokasi Toko, Tata Letak Toko dan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam berbelanja (studi kasus pada Koperasi An-Nur Kita PP An-nur 3 Murah Banyu Bululawang Malang)” hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Suasana Toko dari kedua penelitian secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Akan tetapi hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Maria Claudia (2017) dengan judul “ Analisis Pengaruh Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (study kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Pelanggan McDonald’s Jl. Jendral Sudirman No.38, Yogyakarta)” serta penelitian oleh Lily Harlina Putri, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati (2014), dengan judul “Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (studi pada Monopoli *cafe and Resto* Soekarno Hatta Malang)” Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial

variabel suasana toko dari kedua penelitian tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sri Melayu Palembang

Kualitas Produk merupakan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bertahan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Hasil uji variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan T_{hitung} memiliki nilai positif yaitu $2,261 > T_{tabel} 1,97987$ dan nilai signifikan $0,025 < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji ini penulis dapatkan melalui penelitian yang dilakukan kepada pelanggan Rumah Makan Sri Melayu yakni sebanyak 130 responden yang terdiri dari 80 orang laki-laki (62%) dan 50 perempuan (38%) dengan tingkat usia terbanyak antara 35-45 tahun 55 orang (42,3%), 20-35 tahun berjumlah 45 orang (34,6%) dan 45 tahun keatas sebanyak 30 orang (23,1%). Berdasarkan pekerjaan responden yang penulis teliti lebih didominasi oleh Pegawai Negeri Sipil sebanyak 43 orang atau dengan persentase 33,1%, Guru/Dosen 37 orang (28,5%), wiraswasta 20 orang (15,4%), pegawai swasta 15 orang (11,5%), pelajar/mahasiswa 13 orang (10%) dan 2 orang (1,5%) lain-lain.

Kualitas Produk yang berpengaruh positif dan signifikan, menandakan jika variabel kualitas produk merupakan faktor yang penting

bagi kepuasan pelanggan Rumah Makan Sri Melayu Palembang dalam mempertahankan eksistensinya yang mana produk yang berkualitas menjadi indikator atau tolak ukur keberhasilan dimasa yang akan datang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Monica Maria dan Mohammad Yusak (2014) dengan Judul “Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan King Cake” dan penelitian Nuri Mahdi Arsyanti dan Sri Rahayu Tri Astuti (2016) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya terhadap minat Beli Ulang (studi pada Toko Online Shopastelle Semarang)” penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas Produk dari kedua penelitian tersebut memiliki pengaruh yang sama yaitu positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Rizan dan Fajar Andika (2011), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (survey pelanggan suzuki, dealer Fatmawati, Jakarta Selatan)” serta penelitian dari Maria Claudia (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (study kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Pelanggan McDonald’s Jl. Jendral Sudirman No.38, Yogyakarta)” dari

hasil kedua penelitian tersebut didapati bahwa Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sri Melayu Palembang

Kualitas Layanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan. Hasil uji variabel kualitas layanan T_{hitung} memiliki nilai positif yaitu 2,216. $T_{hitung} > T_{tabel}$ 1,97897 dan nilai signifikan $0,010 < 0,05$ maka dapat disimpulkan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji ini penulis dapatkan melalui penelitian yang dilakukan kepada pelanggan Rumah Makan Sri Melayu yakni sebanyak 130 responden yang terdiri dari 80 orang laki-laki (62%) dan 50 perempuan (38%) dengan tingkat usia terbanyak antara 35-45 tahun 55 orang (42,3%), 20-35 tahun berjumlah 45 orang (34,6%) dan 45 tahun keatas sebanyak 30 orang (23,1%). Berdasarkan pekerjaan responden yang penulis teliti lebih di dominasi oleh Pegawai Negeri Sipil sebanyak 43 orang atau dengan persentase 33,1%, Guru/Dosen 37 orang (28,5%), wiraswasta 20 orang (15,4%), pegawai swasta 15 orang (11,5%), pelajar/mahasiswa 13 orang (10%) dan 2 orang (1,5%) lain-lain.

Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan, menandakan jika kualitas layanan merupakan faktor yang penting bagi

kepuasan pelanggan. Dengan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi standar operasional, tentunya pelanggan akan merasa sangat dilayani dan bukan hanya tingkat kepuasan yang bertambah bahkan pelanggan tidak akan ragu untuk merekomendasikan kepada keluarga, teman dan rekan kerja bahwa tidak hanya suasana dan produk yang berkualitas bahkan Rumah Makan Sri Melayu Palembang memiliki tingkat pelayanan yang sangat memuaskan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nel Arianty (2015) dengan judul “ pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Samsung” dan penelitian Indah Artiningtyas, Maria Minarsih, dan Leonardo Budi Hasiolan (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada toko Vulkanisir Ban Top Cool Semarang)” kedua penelitian ini menunjukkan Variabel Kualitas Layanan secara parsial memiliki hasil yang sama yaitu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Akan tetapi penelitian ini memiliki hasil yang berbeda dan menjadi perbandingan bagi penelitian selanjutnya bahwa kualitas layanan tidak selalu menjadi faktor dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jessica Ordalia Kristanto (2018) dengan judul, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan

Pelanggan di Cafe One Eighteenth” dan penelitian Abdur Rohman (2017) dengan judul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel MR.Montir™ Citayam”. Dimana hasil kedua penelitian ini menunjukkan Variabel Kualitas Layanan Tidak Memiliki Pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

4. Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sri Melayu Palembang

Variabel suasana toko, kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini ditunjukkan oleh Uji simultan bahwa nilai $F_{hitung} 131,621 > F_{tabel} 2,67$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima. artinya hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kofesien determinasi (R Square) sebesar 0,752 atau 75,2%. Ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas (suasana toko, kualitas produk dan kualitas layanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 75,2%, sedangkan sisanya ($100\% - 75,2\% = 24,8\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.