**BAB IV**

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Gambaran Umum Objek Penelitian**

* + - 1. Profil Mie Gacoan

Mie gacoan merupakan PT. Pesta Pora Abadi dari jaringan restaurant mie pedas no.1 di Indonesia dan berdiri sejak awal tahun 2016 yang berpusat di Malang menjadi market leader. Perusahaan ini bergerak dibidang *food and baverage* yang memiliki banyak cabang di Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, Kepulauan Bali yang sedang berkembang pesat diberbagai kota besar.

Kehadiran Mie Gacoan ini telah mendapatkan apresiasi luar biasa di setiap market dimana melayani puluhan ribu pelanggan di setiap bulan yang menjadi pilihan terbaik bagi konsumen setianya. Menjadi tempat terutama dalam menyantap mie bagi pelajar atau mahasiswa, dimana bisa ngobrol santai, mengerjakan tugas bersama ataupun kerja. Disediakan berbagai fasilitas seperti wifi, musik-musik terupdate dan stop kontak yang membuat konsumen betah dan ingin mengunjungi kembali.

* + - 1. Visi dan Misi Mie Gacoan

Visi dari perusahaan Mie Gacoan ini adalah menjadi merk restaurant mie terbaik dan terbesar diseluruh Indonesia. Misi yang ingin dilaksanakan perusahaan Mie Gacoan adalah dengan menyediakan produk terbaik dan relevan bagi konsumen, menyediakan tempat bersantap dan berkumpul bersama yang nyaman dengan kerabat dan memberikan harga yang sangat terjangkau bagi kepuasan konsumen.

**Diskripsi Responden**

Hasil data ini diambil dengan menyebarkan pernyataan kuesioner di Mie Gacoan Solo Baru melalui Google Form dengan menyertakan peraturan dan ketentuan dari peneliti dengan teknik *simple random sampling* dengan sampel 100 responden. Deskripsi responden dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden dalam penelitian.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

 Dalam penelitian ini, responden terbanyak menurut karakteristik jenis kelamin adalah perempuan berjumlah 53 responden (53,0%), sedangkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 47 responden (47,0%). Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan yang lebih banyak mengunjungi mie gacoan solo baru.

Tabel IV.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Jenis Kelamin | Frequency | Percent(%) | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Laki-lakiPerempuanTotal | 4753100 | 47.053.0100.0 | 47.053.0100.0 | 47.0100.0 |

 Sumber: Data primer yang diolah 2022

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

 Responden terbanyak berdasarkan karakteristik usia adalah berusia 20 tahun - 25 tahun dengan jumlah 51 responden, kemudian berusia 26 tahun – 30 tahun berjumlah 26 responden. Sedangkan berusia < 20 tahun dan > 30 tahun berjumlah 14 dan 9 responden. Hal ini menunjukkan yang lebih banyak mengunjungi mie gacoan adalah berusia 20 tahun-25 tahun.

Tabel IV.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Usia | Frequency | Percent(%) | Valid Percent | Cumulative Percent |
| < 20 tahun20 tahun-25 tahun26 tahun-30 tahun>30 tahunTotal | 1451269100 | 14.051.026.09.0100.0 | 14.051.026.09.0100.0 | 14.065.091.0100.0 |

 Sumber: Data primer yang diolah 2022

* + - 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

 Diketahui berdasarkan karakteristik pekerjaan bahwa mahasiswa/pelajar yang lebih banyak mengunjungi mie gacoan dengan jumlah 33 responden, sedangkan dibawah mahasiswa/ pelajar adalah pegawai swasta dan wiraswasta berjumlah 24 responden, pekerjaan PNS sejumlah 9 responden dan pekerjaan lain-lain berjumlah 10 responden.

Tabel IV.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Pekerjaan | Frequency | Percent(%) | Valid Percent | Cumulative Percent |
| PNSPegawai SwastaMahasiswa/PelajarWiraswastaLain-lainTotal | 924332410100 | 9.024.033.024.010.0100.0 | 9.024.033.024.010.0100.0 | 9.033.066.090.0100.0 |

 Sumber: Data primer yang diolah 2022

* + - 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

 Karakteristik pendapatan, rata-rata sebagian besar pendapatan yang dimiliki oleh responden adalah Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 dengan jumlah 51 responden, kemudian pendapatan dengan penghasilan lebih dari Rp. 3.000.000 berjumlah 26 responden. Pendapatan dengan kurang dari Rp. 500.000 berjumlah 7 responden dan yang terakhir adalah 16 responden dengan nilai pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000.

Tabel IV.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Pendapatan | Frequency | Percent(%) | Valid Percent | Cumulative Percent |
| < Rp.500.000Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000Rp.2.000.000 – Rp.3.000.000>Rp.3.000.000Total | 7165126100 | 7.016.051.026.0100.0 | 7.016.051.026.0100.0 | 7.023.074.0100.0 |

 Sumber: Data primer yang diolah 2022

* + - 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Kunjungan

 Berdasarkan karakteristik berapa kali kunjungan responden dengan kunjungan yang lebih banyak adalah kunjungan dua kali berjumlah 59 responden, sedangkan kunjungan tiga kali/lebih bejumlah 41 responden.

Tabel IV.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Kunjungan

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Berapa Kali Kunjungan | Frequency | Percent(%) | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Dua KaliTiga Kali/lebihTotal | 6931100 | 69.031.0100.0 | 69.031.0100.0 | 69.0100.0 |

Sumber: Data primer yang diolah 2022

**Uji Asumsi Klasik**

* + - 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data pada penelitian ini berdistribusi secara normal atau tidak. Data berdistribusi normal berdasarkan uji statistic dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov Z* yang dapat dilihat pada hasil uji normalitas sebagai berikut:

 Tabel IV.6

 Hasil Uji Normalitas

| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
| --- |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 100 |
| Normal Parametersa,b | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 1.98619380 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .054 |
| Positive | .053 |
| Negative | -.054 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | .535 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .937 |
| a. Test distribution is Normal.b. Calculated from data. |

 Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas, dapat diperoleh dari hasil Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,937, artinya perolehan ini lebih besar dari 0,05 dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov* *Z* yaitu 0,535. Dapat disimpulkan bahwa data responden dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

* + - 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji sebuah data apakah sebuah regresi terjadi korelasi atau tidak terjadi korelasi pada variabel independen. Berikut mendeteksi multikolinieritas dengan menggunakan perhitungan *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.7

Hasil Uji Multikolinieritas

| **Coefficientsa** |
| --- |
| Model | Collinearity Statistics |
| Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) |  |  |
| X1 = Kualitas Makanan | .887 | 1.127 |
| X2 = Pelayanan | .897 | 1.115 |
| X3 = Suasana Café | .888 | 1.126 |
| X4 = Nilai Pelanggan | .862 | 1.160 |
| a. Dependent Variable: Y = Kepuasan Konsumen |

 Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil uji data pengolahan diatas, bahwa model regresi tersebut tidak terjadi masalah multikolinieritas karena nilai Tolerance Value > 0,10 dan nilai VIF < 10 dari nilai ketetapan.

* + - 1. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik yaitu grafik *Scatterplot*. Jika tidak terjadi heteroskedasitas maka titik-titik menyebar secara acak, tidak berbentuk pola yang jelas dan tersebar dibawah angka 0 pada Y.



Gambar IV.1

Hasil Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan gambar *scatterplot* diatas, menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dengan tidak berbentuk pola yang jelas dan tersebar dibawah angka 0 pada Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas dalam model regresi.

**Analisis Data**

* + - 1. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis uji regresi linier berganda dilakukan untuk mempermudah menganalisis pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS for windows versi 19*. Adapun hasil uji regresi yang diolah pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.8

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| **Coefficientsa** |
| --- |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 4.598 | 2.851 |  | 1.613 | .110 |
| X1 = Kualitas Makanan | .571 | .117 | .428 | 4.902 | .000 |
| X2 = Pelayanan | .249 | .097 | .222 | 2.550 | .012 |
| X3 = Suasana Cafe | .160 | .080 | .173 | 1.987 | .050 |
| X4 = Nilai Pelanggan | .013 | .093 | .012 | .138 | .891 |
|  a. Dependent Variable: Y = Kepuasan Konsumen |

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel IV.8, maka dibuatlah persamaan regresi berganda antara kualitas makanan, pelayanan, suasana café dan nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen dengan rumus sebagai berikut:

Y = 4,598 + 0,571X1 + 0,249X2 + 0,160X3 + 0,013X4 + e

Nilai konstant (α) sebesar 4,598, artinya jika variabel kualitas makanan (X1), pelayanan (X2), suasana café (X3) dan nilai pelanggan (X4) nilainya 0, maka variabel kepuasan konsumen (Y) adalah 4,598.

Koefisien regresi variabel kualitas makanan (X1) sebesar 0,571 artinya bila kualitas makanan ditingkatkan 1 satuan dan variabel pelayanan (X2), suasana café (X3), nilai pelanggan (X4) nilainya tetap, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 0,571. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh searah antara kualitas makanan dengan kepuasan konsumen.

Koefisien regresi variabel pelayanan (X2) sebesar 0,249 artinya bila pelayanan ditingkatkan 1 satuan dan variabel kualitas makanan (X1), suasana café (X3), nilai pelanggan (X4) nilainya tetap, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 0,249. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh searah antara pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Koefisien regresi variabel suasana café (X3) sebesar 0,160 artinya bila suasana café ditingkatkan sebesar 1 satuan dan variabel kualitas makanan (X1), pelayanan (X2), nilai pelanggan (X4) nilainya tetap, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 0,160. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara suasana café dengan kepuasan konsumen.

Koefisien regresi variabel nilai pelanggan (X4) sebesar 0,013 artinya bila nilai pelanggan ditingkatkan sebesar 1 satuan dan variabel kualitas makanan (X1), pelayanan (X2), suasana café (X3) nilainya tetap, maka kepuasan konsumen mengalami kenaikan sebesar 0,330. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara nilai pelanggan dengan kepuasan konsumen.

* + - 1. Uji t (secara parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (kualitas makanan, pelayanan, suasana café dan nilai pelanggan) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (kepuasan konsumen).

1. Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen
2. Menentukan hipotesis

Ho : β = 0; tidak ada pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen

Ha : β ≠ 0; ada pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen

1. Menentukan tingkat level of signifikan sevesar 5% (0,05)

ttabel = (α/2 ; n – k – 1) (0,05/2 ; 100 – 4 -1)

ttabel = (0,025 ; 95) = 1,985

1. Menentukan kriteria pengujian



4,902

1,985

-1,985

 Gambar IV.2

 Kurva Uji t Kualitas Makanan

Ho diterima apabila : -1,985 < thitung < 1,985

Ho ditolak apabila : thitung < 1,985 atau thitung > -1,985

1. Nilai t

Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa nilai thitung variabel kualitas makanan adalah 4,902.

1. Hasil keputusan

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai t hitung (4,902) > t tabel (1,985) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 artinya H0 ditolak. Dapat disimpulkan variabel kualitas makanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

1. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen
2. Menentukan hipotesis

Ho : β = 0; tidak ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Ha : β ≠ 0; ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen

1. Menentukan tingkat level of signifikan sevesar 5% (0,05)

ttabel = (α/2 ; n – k – 1) (0,05/2 ; 100 – 4 -1)

ttabel = (0,025 ; 95) = 1,985

1. Menentukan kriteria pengujian

 

2,550

1,985

-1,985

Gambar IV.3

Kurva Uji t Pelayanan

Ho diterima apabila : -1,985 < thitung < 1,985

Ho ditolak apabila : thitung > 1,985 atau thitung < -1,985

1. Nilai t

Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa nilai thitung variabel pelayanan adalah 2,550.

1. Hasil keputusan

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai t hitung (2,550) > t tabel (1,985) dengan tingkat signifikan 0,012 < 0,05 artinya H0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

1. Pengaruh suasana café terhadap kepuasan konsumen
2. Menentukan hipotesis

Ho : β = 0; tidak ada pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan konsumen

Ha : β ≠ 0; ada pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan konsumen

1. Menentukan tingkat level of signifikan sevesar 5% (0,05)

ttabel = (α/2 ; n – k – 1) (0,05/2 ; 100 – 4 -1)

ttabel = (0,025 ; 95) = 1,985

1. Menentukan kriteria pengujian



1,987

-1,985

1,985

Gambar IV.4

 Kurva Uji t Suasana Cafe

Ho diterima apabila : -1,985 < thitung < 1,985

Ho ditolak apabila : thitung > 1,985 atau thitung < -1,985

1. Nilai t

Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa nilai thitung variabel suasana cafe adalah 1,987.

1. Hasil keputusan

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai t hitung (1,987) > t tabel (1,985) dengan tingkat signifikan 0,050 < 0,05 artinya H0 ditolak. Dapat disimpulkan variabel suasana café (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

1. Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen
2. Menentukan hipotesis

Ho : β = 0; tidak ada pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen

Ha : β ≠ 0; ada pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen

1. Menentukan tingkat level of signifikan sevesar 5% (0,05)

ttabel = (α/2 ; n – k – 1) (0,05/2 ; 100 – 4 -1)

ttabel = (0,025 ; 95) = 1,985

1. Menentukan kriteria pengujian



0,138

1,985

-1,985

Gambar IV.5

 Kurva Uji t Nilai Pelanggan

Ho diterima apabila : -1,985< thitung <1,985

Ho ditolak apabila : thitung> 1,985 atau thitung< -1,985

1. Nilai t

Berdasarkan analisis data, diketahui bahwa nilai thitung variabel nilai pelanggan adalah 0,138.

1. Hasil keputusan

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai t hitung (0,138) < t tabel (1,985) dengan tingkat signifikan 0,891 > 0,05 artinya H0 diterima. Dapat disimpulkan variabel nilai pelanggan (X4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

* + - 1. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Uji R2 digunakan untuk mengukur seberapa kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas yaitu Kualitas Makanan (X1), Pelayanan (X2), Suasana Café (X3) dan Nilai Pelanggan (X4) terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel IV.9

Hasil Uji Koefisien Determinasi

| **Model Summaryb** |
| --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .597a | .357 | .330 | 2.028 |
| a. Predictors: (Constant), X4 = Nilai Pelanggan, X1 = Kualitas Makanan, X2 = Pelayanan, X3 = Suasana Cafeb. Dependent Variable: Y = Kepuasan Konsumen |

 Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil analisis data diatas, koefisien determinasi menggunakan nilai *Adjusted R Square (R2)* diperoleh sebesar 0,330 atau 33,0%. Hal ini berarti variabel Kualitas Makanan (X1), Pelayanan (X2), Suasana Café (X3) dan Nilai Pelanggan (X4) mempunyai kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan sisanya 77,0% kepuasan konsumen dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Pembahasan**

* + - 1. Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Solo Baru

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai t hitung (4,902) > t tabel (1,985) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 artinya H0 ditolak. Dapat disimpulkan variabel kualitas makanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya Mie Gacoan Solo Baru sangat memperhatikan kualitas makanannya untuk memberikan rasa kepuasan ke konsumen terhadap makanan yang diolah dan disajikan tersebut.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Nyoman *et al.*, 2021) yang mengungkapkan bahwa kualitas makanan yang baik sangat mempengaruhi kepuasan atau keburukan terhadap sikap konsumen setelah melakukan percobaan terhadap makanan tersebut. Kualitas makanan yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan dengan tetap meningkatkan dan mempertahankan kualitas produknya untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan menjadikan makanan tersebut layak dikonsumsi atau tidak.

* + - 1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Solo Baru

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai t hitung (2,550) > t tabel (1,985) dengan tingkat signifikan 0,012 < 0,05 artinya H0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat diandalkan yang dimana karyawan tersebut secara cepat dan tanggap dalam melayani permintaan konsumennya.

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari (Ningrum dan Maskan, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berperngaruh signfikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang baik sesuai melebihi harapan konsumen maka terjadinya perasaan puas, jika pelayanan tidak baik maka konsumen tidak merasa puas. Hal ini membuktikan bahwa pelayanan menjadi dimensi terpenting bagi sebuah perusahaan yang berdampak terhadap kepuasan konsumen secara langsung.

* + - 1. Pengaruh Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Solo Baru

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai t hitung (1,987) > t tabel (1,985) dengan tingkat signifikan 0,050 < 0,05 artinya H0 ditolak. Dapat disimpulkan variabel suasana café (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya suasana café tersebut mempengaruhi rasa emosional terhadap konsumen yang melakukan pembelian produk di café tersebut karena merasakan perasaan senang dengan nuansa café yang baik.

Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh (Santi dan Putra, 2020) yang mengatakan suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen di Mie Gacoan Solo Baru, sangat mementingkan suasana yang menarik dan merasa nyaman didalam café tersebut. Suasana café tersebut sudah sangat menerapkan nuansa yang baik dengan memperhatikan nuansa cafe agar konsumen merasakan kenyamanan dan senang dengan meningkatkan suatu kepuasan ingin berkunjung kembali.

* + - 1. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Solo Baru

Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui nilai t hitung (0,138) < t tabel (1,985) dengan tingkat signifikan 0,891 < 0,05 artinya H0 diterima. Dapat disimpulkan variabel nilai pelanggan (X4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Artinya konsumen tidak merasakan rasa emosional pada penilian atas pelanggan terhadap nilai produk tersebut. Semakin meningkat penilaian pelanggan terhadap konsumen, semakin meningkat pula kepuasan konsumen dalam membeli produk Mie Gacoan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Kartikaningrum, 2018) yang mengungkapkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai pelanggan harus dibentuk dengan baik agar bentuk penilaian kepada konsumen terhadap Mie Gacoan Solo Baru meningkatkan kualitas produk serta reputasi perusahaan yang baik.