

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Penelitian

Warung makan mama Najwa merupakan salah satu dari banyaknya usaha kuliner yang berada di daerah Ketapang di kota sampit kelurahan Ketapang kabupaten kotawaringin timur provinsi kalimantan tengah. Warung makan mama Najwa ini terletak di jalan Iskandar rt 01 dipelabuhan selamat datang di kota sampit, Mantawa baru Ketapang, kota Waringin timur.

1. Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini merupakan responden yang ditemui di Warung makan mama Najwa. Hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 94 koesioner kemudian mendapatkan responden responden berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, usia dan berapa kali berkunjung ke warung makan Mama Najwa. melalui koesioner itulah peneliti dapat menyimpulkan bagaimana keadaan responden berikut adalah karakteristik responden:

a. Karateristik responden berdasarkan Jenis Kelamin Responde.

TABEL 4. 1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Frekuensi
Laki- Laki	68
Perempuan	32
Total	100

Sumber: Hasil penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan table 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 68 orang atau 68% responden berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan selebihnya sebanyak 32 orang atau 32% responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen warung makan mamaNajwa yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data adalah laki- laki.

b. Karateristik responden berdasarkan Usia

TABEL 4. 2 KARATERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA

Kelompok umur	F	%
Kurang dari 17 Tahun	0	0
17-21 Tahun	10	10
22-27 Tahun	15	15
27-31 Tahun	60	60
31-35 Tahun	15	15
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 diatas, memperlihatkan bahwa konsumen warung makan mama Najwa yang diambil sebagai responden sebagian besar berumur 27-31 tahun sebanyak 60 orang atau 60%. Bagi penulis, umur 27-31tahun masuk dalam kategori dewasa. Selanjutnya data

responden yang berumur 17-21 tahun sebanyak 10 orang atau 10%, yang berumur kurang dari 22-27 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, dan 15 orang atau 15% yang berumur 31-32 tahun. Dalam proses pengumpulan data ini, penulis tidak menemui responden yang berusiakurang dari 17 tahun.

c. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

TABEL 4. 3 KARATERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN

Tingkat Pendidikan Terakhir	F	%
SD/Sederajat	30	30
SMP/Sederajat	21	21
SMA/Sederajat	32	32
Sarjana/Diploma	17	17
Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas yang berhasil dikumpulkan berdasarkan kuesioner yang telah diisi, terdapat 30 orang atau 30% yang berpendidikan Sd/Sederajat, terdapat 21 orang atau 21% yang berpendidikan SMP/Sederajat, terdapat 32 orang atau 32% yang berpendidikan SMA/Sederajat dan yang berpendidikan Sarjan/Diploma ada 17 orang atau 17%. Dapat terlihat bahwa mayoritas konsumen Warung makan mama Najwa berpendidikan SMA/Sederajat.

d. karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

TABEL 4. 4 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN

Jenis Pekerjaan	F	%
PNS	10	10
Wiraswasta	32	32
TNI/POLRI	7	7
Pelajar/Mahasiswa	34	34
Pegawai Swasta	7	7
Lain-Lain	10	10
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2022 (data diolah

Pada Penelitian ini terdapat 6 jenis pekerjaan responden yaitu PNS, Wiraswasta, Pegawai Swasta, TNI/POLRI, Pelajar/Mahasiswa dan lain-lain (berupa ibu rumah tangga, freelance, Pegawai BUMN dan Guru/pengajar. Dari hasil total sebaran responden, masing-masing mempunyai presentase sebagai berikut: Konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai PNS 10 orang atau 10%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta berjumlah 32 orang atau 32%, untuk pegawai Swasta berjumlah 7 orang atau 7 %, untuk pekerjaan TNI/POLRI 7 orang atau 7% sedangkan yang masih Pelajar/Mahasiswa sebanyak 34 orang atau 34% yang merupakan jumlah terbanyak diantara pekerjaan yang lain, dan sisanya sebanyak 10 orang atau 10% termasuk dalam kategori pekerjaan lain-lain.

- e. Karatteristikm responden berdasarkan Kunjungan Ke Warung makan mama Najwa.

TABEL 4.5 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN KUNJUNGAN KEWARUNG MAKAN MAMA NAJWA

Keterangan	F	%
Pertama Kali	5	5
2 Kali	0	0
3 kali atau Lebih	95	95
Total	100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah

Dari hasil tabel 4.5 tersebut, memperlihatkan bahwa konsumen warung makan mama Najwa yang diambil sebagai responden sebagian besar sudah sering makan ke warung mama Najwa 3 kali atau lebih adalah sebanyak 95 orang atau 95%, selanjutnya data responden yang berkunjung 2 kali sebanyak 0 orang atau 0% dan untuk konsumen yang baru pertama kali mengunjungi warung makan mama Najwa sebanyak 5 orang atau 5%. Dapat terlihat bahwa mayoritas responden yang ditemui penulis sudah 3 kali atau lebih datang ke warung makan mama Najwa.

B. HASIL UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui soal kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan/ Pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Dalam melakukan uji validitas peneliti menggunakan SPSS sebagai perangkat untuk menguji apakah pertanyaan/ pernyataan valid atau tidak. Daftar pertanyaan/ pernyataan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel di

mana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka dianggap valid(Wiratna, 2014, hal. 192). Dalam pengujian validitas ada kriteria yang harus terpenuhi agar suatu variabel dapat dikatakan valid, yaitu sebagai berikut:

a. Tingkat signifikansi sebesar 0,05 b. $df = 100 - 2 = 98$

maka didapat nilai $r \text{ tabel} = 0,1654$ ($r \text{ tabel}$ untuk $n = 98$)

b. Jika $r \text{ hitung}$ lebih besar dari $r \text{ tabel}$ dan nilai positif maka butir pertanyaan dari masing-masing indikator tersebut dinyatakan valid

Hasil analisis atas uji validitas variabel independen dan variabel dependen setelah di uji melalui perangkat spss maka hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

TABEL 4. 6 HASIL UJI VALIDITAS HARGAL, LOKASI DAN KEPUASAN KONSUMEN

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	1	0,802	0,165	Valid
	2	0,83	0,165	Valid
	3	0,778	0,165	Valid
	4	0,71	0,165	Valid
	5	0,817	0,165	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Dari tabel hasil uji validitas instrument data diatas, dapat dilihat bahwa $r \text{ hitung}$ semua item pertanyaan untuk variable lebih besar dari $r \text{ tabel}$, maka dapat disimpulkan semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan benar-benar dapat digunakan sebagai ukuran kepuasan

konsumen warung makan mama najwa.

TABEL 4. 7 HASIL UJI VALIDITAS LOKASI

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Lokasi (X2)	6	0,948	0,165	Valid
	7	0,937	0,165	Valid
	8	0,94	0,165	Valid

Sumber: Hasil penelitian 2022 (data diolah)

Dari tabel hasil uji validitas instrument data diatas, dapat dilihat bahwa r hitung semua item pertanyaan untuk variable lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan benar-benar dapat digunakan sebagai ukuran kepuasan konsumen.

TABEL 4. 8 HASIL UJI VALIDITAS KEPUASAN KONSUMEN

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
kepuasan Konsumen (Y)	16	0,821	0,165	Valid
	17	0,827	0,165	Valid
	18	0,819	0,165	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Apakah alat ukur yang digunakan reliable dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Cronbach Alpha > 0,60 maka

reliabel (Wiratna, 2014, hal. 192). Hasil uji reliabilitas secara keseluruhan disajikan pada tabel 4.9 berikut ini:

TABEL 4. 9 Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,894	11

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Dapat terlihat dari nilai Cronbach's alpha di atas adalah 0,894, jika nilai $\alpha > 0,60$ maka item-item pernyataan dari setiap variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Nilai Cronbach's Alpha adalah $0,935 > 0,60$ maka dinyatakan reliabel.

a. Deskriptif Variabel

Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada responden di Waterboom Pesona Modern Kertak Hanyar, maka gambaran yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen muslim di Waterboom Pesona Modern dilihat dari variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Data deskriptifnya dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Variabel Harga (X1)

- a) Harga makanan dan minuman di warung mama Najwa dapat dijangkau oleh kemampuan saya

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	3	3
2	Setuju	27	27
3	Ragu-ragu	57	57
4	Tidak Setuju	10	10
5	Sangat Tidak Setuju	3	3
Total		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat responden yang paling banyak memilih ragu-ragu dan paling sedikit yang memilih sangat tidak setuju dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 3 orang (3%), responden yang memilih setuju sebanyak 27 orang (27%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 57 orang (57%) responden yang memilih tidak setuju sebanyak 10 orang (10%) Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3%). Dari hasil tersebut artinya konsumen menganggap harga makanan dan minuman warung makan mama Najwa cukup terjangkau.

b) Pernyataan 2 Harga makanan dan minuman di warung mama Najwa

Wajar

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	9	9
2	Setuju	54	54
3	Ragu-ragu	30	30
4	Tidak Setuju	5	5
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat responden yang paling banyak memilih setuju dan paling sedikit yang memilih sangat tidak setuju dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 9 orang (9%), responden yang memilih setuju sebanyak 54 orang (54%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 30 orang (30%) responden yang memilih tidak setuju sebanyak 5 orang (5%) Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Dari hasil tersebut artinya konsumen menganggap harga makanan dan minuman warung makan mama Najwa wajar.

Pernyataan harga makanan dan minuman sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima.

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	6
2	Setuju	59	59
3	Ragu-ragu	28	28
4	Tidak Setuju	5	5
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

Sumber: Hasil penelitian 2022 (data diolah

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat responden yang paling banyak memilih setuju dan paling sedikit yang memilih sangat tidak setuju dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 6 orang (6%), responden yang memilih setuju sebanyak 59 orang (59%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 28 orang (30%) responden yang memilih

tidak setuju sebanyak 5 orang (5%). Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Berdasarkan dari hasil tersebut artinya konsumen menganggap harga makanan dan minuman sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima.

- c) Pernyataan harga makanan dan minuman warung makan mama Najwa mampu bersaing dengan harga makanan dan minuman pesaing.

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	3	3
2	Setuju	40	40
3	Ragu-ragu	49	49
4	Tidak Setuju	7	7
5	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 3orang (3%), responden yang memilih setuju sebanyak 40 orang (40%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 49 orang (49%) responden yang memilih tidak setuju sebanyak 7 orang (7%) Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Dari hasil tersebut artinya konsumen menganggap harga tiket Waterboom PesonaModern cukup bisa bersaing. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga makanan dan minuman warun g makan mama Najwa mampu bersaing dengan harga makanan dan minuman pesaing.

- d) Pernyataan harga makanan dan minuman sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	11	11
2	Setuju	53	53
3	Ragu-ragu	26	26
4	Tidak Setuju	9	9
5	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2019(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 11 orang (11%), responden yang memilih setuju sebanyak 53 orang (53%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 26 orang (26%) responden yang memilih tidak setuju sebanyak 9 orang (9%) Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Dari hasil tersebut artinya konsumen menganggap harga makanan dan minuman sesuai dengan manfaat yang didapatkan.

2) Variabel Lokalsi (X2)

- a) Warung makan mama Najwa dekat dengan tempat tinggal anda

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	6
2	Setuju	43	43
3	Ragu-ragu	37	37
4	Tidak Setuju	12	12
5	Sangat Tidak Setuju	2	2
Total		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 6 orang (6%), responden yang memilih setuju sebanyak 43 orang (43%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 37 orang (37%) responden yang memilih tidak setuju sebanyak 12 orang (12%) Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%). Dari hasil tersebut artinya konsumen menganggap warung makan mama Najwa dekat dengan tempat tinggalnya.

- b) Lokasi warung makan mama Najwa mudah dijangkau dari segala arah

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	6
2	Setuju	32	32
3	Ragu-ragu	39	39
4	Tidak Setuju	19	19
5	Sangat Tidak Setuju	4	4
Total		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 6 orang (6%), responden yang memilih setuju sebanyak 32 orang (32%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 39 orang (39%) responden yang memilih tidak setuju sebanyak 19 orang (19%) Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%). Dari hasil tersebut artinya konsumen menganggap lokasi warung mama Najwa mudah dijangkau dari berbagai arah

c) Rumah makan mempunyai tempat parkir yang luas

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	4	4
2	Setuju	48	48
3	Ragu-ragu	36	36
4	Tidak Setuju	11	11
5	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat responden yang paling banyak memilih setuju dan paling sedikit yang memilih sangat tidak setuju dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 4 orang (4%), responden yang memilih setuju sebanyak 48 orang (48%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 36 orang (36%) responden yang memilih tidak setuju sebanyak 11 orang (11%) Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Dari hasil tersebut artinya konsumen menganggap rumah makan mama Najwa mempunyai parkir yang luas.

3) Variabel Kepuasan Konsumen

1) Di waktu yang akan datang anda melakukan pembelian ulang

Warung makan mama Najwa

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	6
2	Setuju	59	59
3	Ragu-ragu	30	30
4	Tidak Setuju	5	5
5	Sangat Tidak Setuju	0	0

Total	100	100
--------------	------------	------------

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 6 orang (6%), setuju sebanyak 59 orang (59%) ragu-ragu sebanyak 30 orang (30%) ,tidak setuju sebanyak 5 orang (5%), sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%). Dari hasil tersebut artinya konsumen diwaktu yang akan datang dia akan melakukan pembelian ulang.

- 2) Anda bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli makanan dan minuman di warung mama Najwa karena pelayanan yang memuaskan.

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	1	1
2	Setuju	57	57
3	Ragu-ragu	40	40
4	Tidak Setuju	2	2
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 1 orang (1%), responden yang memilih setuju sebanyak 57 orang (57%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 40 orang (40%) responden yang memilih tidak setuju sebanyak 2 orang (2%) Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%). Dari hasil tersebut artinya konsumen diwaktu yang akan datang dia akan bersedia merekomendasikan

kepada orang lain untuk melakukan pembelian makanan dan minuman karena pelayanan yang memuaskan Pelayanan yang diberikan karyawan sesuai atau melebihi yang anda harapkan.

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	3	3
2	Setuju	39	39
3	Ragu-ragu	49	49
4	Tidak Setuju	8	8
5	Sangat Tidak Setuju	1	1
Total		100	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 3 orang (3%), responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang (39%) untuk jawaban Ragu-ragu sebanyak 49 orang (49%) responden yang memilih tidak setuju sebanyak 8 orang (8%) Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%). Dari hasil tersebut artinya pelayanan yang diberikan sesuai yang diharapkan.

C. UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

TABEL 4. 10 UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,26362535

Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,052
	Negative	-,067
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil penelitian 2022 (data diolah)

Pengujian normalitas dilakukan dengan uji kolmogrov-smirnov dan dinyatakan menyebar normal apakah hasil uji standardized residualnya memiliki nilai *kolmogrov-smirnov* lebih besar dari α (0,05).

Nilai *asymp. Sig.* = 0,200, maka dapat disimpulkan nilai *asymptsig* 0,200 lebih besar dari nilai *Sig. α* = 0,05 (0,200 > 0,05) maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika *VIF* yang dihasilkan di antara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

1) Nilai tolerance

Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau samadengan 0,10.

2) Nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*)

Salah satu ciri adanya gejala multikolinieritas adalah model mempunyai koefisien determinasi yang tinggi (R^2) katakanlah diatas 0,8 tetapi hanya sedikit variabel independen yang signifikan mempengaruhi variabel dependen melalui uji t. Namun berdasarkan uji F secara statistik signifikan yang berarti semua variabel independen bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *VIF* lebih kecil dari 10,00. Terjadi multikolinieritas, jika nilai *VIF* lebih besar atau sama dengan 10,00.

TABEL 4. 11 UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,779	,758		6,307	,000		
harga	,198	,048	,376	4,141	,000	,754	1,326
lokasi	,235	,060	,353	3,895	,000	,754	1,326

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

(Sumber : Hasil Penelitian 2022(Data diolah))

Hasil perhitungan nilai Tolerance dari kedua variabel independen tidak ada yang kurang dari 0,10, karena tolerancenya adalah sebesar 0,754 dan hasil perhitungan nilai (VIF) jugamenunjukkan tidak adavariabel independen

yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 karena nilai VIFnya adalah 1,326. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas atau tidak ada hubungan antar variabel bebas atau variabel independen.

b. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika kolerasi, maka dinamakan ada problem autokolerasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokolerasi. Salah satu cara mengetahui apakah terjadi autokolerasi atau tidak dengan menggunakan uji autokolerasi dengan Durbin Watson (Arum, 2017, hal. 6).

- a. Jika DW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokolerasi
- b. Jika DW terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika DW terletak antara dL dan dU atau di antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

TABEL 4. 12 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,631 ^a	,398	,385	1,27659	1,739

a. Predictors: (Constant), lokasi, harga

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah SPSS)

Berdasarkan tabel diketahui nilai D_w sebesar 1,739. Nilai D_w akan di bandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah sampel (n) 100 dan jumlah $k = 2$ (k = jumlah variabel independen), maka diperoleh nilai dU dan nilai dL adalah 1,7152 dan 1,6337 dan nilai $(4-dU)$ sebesar 2,2848 sedangkan nilai $(4-dL)$ adalah sebesar 2,3663. Jadi, disimpulkan bahwa $d = 1,739 \geq dU = 1,715$ dan $d = 1,739 \leq (4 - dU) = 2,284$ maka disimpulkan tidak terdapat masalah autokorelasi positif dan negatif.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Dengan cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot. Cara lain dalam uji heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan uji heteroskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai thitung lebih kecil dari ttabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- b. Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai thitung lebih besar dari ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4. 13 Uji Heterskedasititas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,098	,442		2,484	,015
	harga	,009	,028	,036	,312	,756
	lokasi	-,023	,035	-,076	-,653	,515

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig. X1 = 0,756 \geq Sig. α = 0,05 maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, dan Sig. X2 = 0,515 \geq Sig. α = 0,05 maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

D. HASI Uji ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu Harga dan Lokasi terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen warung makan mama Najwa maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis penelitian terhadap variabel-variabel dengan pengujian, yaitu uji koefisien determinasi, uji F (uji Simultan) dan uji t (uji signifikan parsial).

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 22 For Windows. Berikut hasil perhitungannya

1. Uji Koefisien determinasi

Uji Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, jika $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan apabila nilai $R^2 = 1$ maka ada hubungan antara

variasi X dan Y atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan.

TABEL 4. 14 KOEFISIENSI DETERMINASI UJI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,631 ^a	,398	,385	1,27659

a. Predictors: (Constant), harga, lokasi

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Nilai adjusted R² dalam penelitian ini adalah sebesar 0,385. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independent yaitu harga dan lokasi terhadap variabel dependent kepuasan konsumen warung makan mama Najwa yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar

38,5%, sedangkan sisanya 61,5% dipengaruhi oleh factor lain diluar penelitian selain harga dan lokasi yang dijadikan sebagai variabel independen.

2. Uji F (uji Simultaln)

TABEL 4. 15 UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104,432	2	52,216	32,041	,000 ^b
	Residual	158,078	97	1,630		
	Total	262,510	99			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), harga, lokasi

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Dapat dilihat bahwa nilai Fhitung adalah 32,041 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan Ftabel dengan tingkat 95% ($\alpha = 0,05$) adalah 3,09. Dengan demikian nilai dari Fhitung ($32,041 > Ftabel (3,09)$) dengan tingkat signifikansi ($0,000 < (0,05)$) yang menunjukkan bahwa variabelindependen yaitu harga dan lokasi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

3. Uji t (uji signifikan parsial)

Uji t digunakan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secaraparsial variabel independen terhadap variabel dependen, variabel independen dalam peneitian ini adalah harga dan lokasi sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan konsumen. Jika dalam pengujian dipastikan bahwa koefisien regresi yaitu variabel independen tidak sama dengan nol,

maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel independen sama dengan nol, maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

TABEL 4. 16 UJI T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,779	,758		6,307	,000
	lokasi	,235	,060	,353	3,895	,000
	harga	,198	,048	,376	4,141	,000

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

a. Variabel Harga (X1)

Nilai t-hitung variabel harga adalah 3,895 dan nilai t-tabel 1,984 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,895 > 1,984$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

b. Variabel lokasi (X2)

Nilai t-hitung variabel kualitas pelayanan adalah 4,141 dan nilai t-tabel 1,984 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,141 > 1,984$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

E. PEMBAHASAN

1. Pembahasan Hasil Statisti Deskriptif Variabel

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan jumlah pernyataan seluruhnya adalah 11 pernyataan yang terdiri dari 5 pernyataan untuk variabel harga (X1), 3 pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (X2), dan 3 pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen (Y). Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli makanan dan minuman di warung makan mama Najwa.\

a. Variabel Harga

TABEL 4. 17 VARIABLE X1

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	32	6,4
2	Setuju	233	46,6
3	Ragu-ragu	190	38
4	Tidak Setuju	36	7,2
5	Sangat Tidak Setuju	9	1,8
Total		500	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan analisis deskriptif dan 5 pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel Harga, dapat diambil kesimpulan bahwa warung makan mama Najwa telah memiliki harga yang baik bagi konsumen, dimana 6,4% menjawab sangat setuju, 46% menjawab setuju, 38 menjawab cukup setuju, 7,2% menjawab tidak setuju, 1.8% menjawab sangat tidak setuju.

Jadi mayoritas responden menyetujui warung makan mama Najwa memiliki harga yang baik.

b. Variabel Lokasi

TABEL 4. 18 VARIABLE X2 LOKASI

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	16	5,3
2	Setuju	123	41
3	Ragu-ragu	112	37,3
4	Tidak Setuju	42	14
5	Sangat Tidak Setuju	7	2,4
Total		300	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan analisis deskriptif dan 3 pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel lokasi, dimana 4,2% responden yang menjawab sangat setuju, 38,4% responden yang menjawab setuju, 40,8% responden yang menjawab cukup setuju, 15,2% responden yang menjawab tidak setuju, 1,4% responden yang menjawab Sangat tidak setuju. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa warung makan mama Najwa telah memiliki lokasi yang cukup baik bagi konsumen.

c. Variabel Kepuasan Konsumen

TABEL 4. 19 VARIABLE YKEPUASAN KONSUMEN

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	17	2,4
2	Setuju	327	46,7
3	Ragu-ragu	329	47
4	Tidak Setuju	26	3,8
5	Sangat Tidak Setuju	1	0,1
Total		1000	100

Sumber: Hasil Penelitian 2022(Data diolah)

Berdasarkan analisis deskriptif dan 3 pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel kepuasan konsumen, dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen merasa puas, dimana 2,4% menjawab sangat setuju, 46,7% menjawab setuju, 47% menjawab cukup setuju, 3,8% menjawab tidak setuju, 0,1% menjawab Sangat tidak setuju. Jadi mayoritas responden merasa puas.

2. Pengaruh secara Parsial variabel harga, lokasi terhadap kepuasan konsumen warung makan mama najwa

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk Harga yang telah dilakukan diperoleh hasil t- hitung sebesar 3,895 lebih besar dari t- tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_a dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa Harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cynthia Violita, (2014), Purnomo Edwin Setyo, (2017). Hasil penelitian yang mereka lakukan menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kotler dan Armstrong mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa (Setianigrum, 2015).

Harga di warung makan Mama Najwa dipelabuhan selamat datang di kota sampit meliputi:

a. Keterjangkauan harga

Indikator ini menunjukkan bahwa apakah harga makanan dan minuman warung makan Mama Najwa harganya terjangkau oleh konsumen atau sebaliknya.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas layanan

Indikator ini menunjukkan bahwa ... harga makanan dan minuman warung makan Mama Najwa harganya sesuai dengan kualitas layanan yang diterima atau sebaliknya.

c. Daya saing harga

Indikator ini menunjukkan bahwa apakah harga makanan dan minuman warung makan mama Najwa harganya mampu bersaing dengan pesaing.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Indikator ini menunjukkan bahwa harga makanan dan minuman warung makan Mama Najwa sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk kualitas pelayanan yang telah dilakukan diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 4,414 lebih besar dari t_{tabel} tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Della Sebrica, Sri Suryoko dan Apriatni (2014), Hasil penelitian yang mereka lakukan menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Secara Simultan Variabel Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Makan Mama Najwa

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil nilai F_{hitung} sebesar 32,041, di mana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 3,09 dan nilai signifikansi untuk pengaruh Harga (X_1) dan lokasi (X_2) secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti

terdapat pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen warung makan mama Najwa.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Jika yang dirasakan lebih baik dan yang diharapkan, maka pelanggan kita mengatakan puas (*satisfaction*). Jika yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, maka pelanggan kita mengatakan, tidak puas (*dissatisfaction*). Pada dasarnya kepuasan pelanggan inilah yang menjadi tujuan setiap pemasaran.

Ada tiga indikator kepuasan Konsumen yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

a. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting, dalam hal ini konsumen merasa cukup puas atau cukup sesuai dengan yang mereka harapkan.

b. Minat beli ulang (*repurchase intention*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi, dalam hal ini pun konsumen warung makan mama Najwa mayoritas akan membeli ulang atau akan datang kembali.

c. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*willingness to recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkanhanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, dan sebagainya). Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepadatema atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti, dalam hal ini konsumen warung makan mama Najwa bersedia akan merekomendasikan kepadaorang lain untuk membelinya (Tjiptono, 2014).

