

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Resto Taman Bale Banyu didirikan pada bulan April 2015 dan berlokasi di Jl. Raya Jepara-Kudus, desa Pendosawalan, kecamatan Kalinyamatan, kabupaten Jepara. Resto Taman Bale Banyu merupakan restoran ke-tiga yang dimiliki oleh Bapak Maryadi. Resto sebelumnya didirikan di kota Kudus (Bale Raos) dan satu resto berada di Semarang. Bapak Maryadi berasal dari kota Kudus dan sekarang berdomisili di kota Semarang.

Dari ketiga resto tersebut, Bapak Maryadi selalu mengambil tema garden untuk memperindah restonya ditambah dengan kolam-kolam berisi berbagai jenis ikan. Sehingga pengunjung akan merasa nyaman, rileks, dan sejuk. Resto Taman Bale Banyu juga memberikan fasilitas gratis kepada pengunjungnya seperti fasilitas *free wifi* dan kolam renang gratis. Untuk kolam renangnya sendiri terdapat dua kolam renang yaitu kolam renang untuk anak-anak dan untuk dewasa.

Resto Taman Bale Banyu memiliki *tagline* yaitu “Harga kaki lima, rasa jempol lima, tempat bintang lima”. Maksud dari *tagline* tersebut adalah bahwa Resto Taman Bale Banyu menyediakan masakan yang enak beserta

dengan tempat yang indah layaknya resto bintang lima namun dengan harga yang murah.

Pada awal berdirinya, *tagline* ini sangat mencuri perhatian pengunjungnya, karena di tepi-tepi jalan sekitar Mayong – Kalinyamatan dipasang spanduk yang berisi *tagline* tersebut. Sehingga para pengunjung penasaran tentang tempat dan masakan yang disajikan.

Resto Taman Bale Banyu memiliki 20 tenaga kerja pada seluruh unit kerja mulai dari kasir, pramuniaga, *waiter / waitrees*, *cleaning service*, koki dan manager.

Yang paling menarik dari Resto Taman Bale Banyu adalah pelayanannya yang ramah sesuai dengan *tagline* yang diusung yaitu “tempat bintang lima” seperti itu pula para pengunjung dimanjakan. Seperti halnya ketika para pengunjung baru saja memasuki pintu utama Resto Taman Bale Banyu, para pramuniaga akan menanyakan “ingin tempat duduk yang di gazebo atau kursi?” dan kemudia mereka akan mengantar para pengunjung sampai ke tempat duduk yang diinginkan. Kemudian memberikan menu untuk dipilih. *Standart Operation Procedur* (S.O.P) berjalan sangat baik dan konsisten dari hari ke hari.

Daftar menu makanan dan minuman yang ada di Resto Taman Bale Banyu:

<b>Nasi</b>		<b>Ayam :</b>	
Nasi putih	4000	Ayam bakar	17000
Nasi ceting kecil	12000	Ayam goreng	17000
Nasi ceting besar	20000	Ayam rica rica	20000
Nasi goreng jawa	14000	Ayam saos tiram	20000
Nasi goreng seafood	17500	Ayam goreng mentega	20000
Nasi goreng blackpapper	18000	Chicken Steak	28000
Nasi goreng tom yam	20000	Chicken burger	20000
Nasi goreng nanas	22000	Crispy chicken steak	20000
<b>Aneka Mie:</b>		Ayam asap	20000
Mie goreng	15000	<b>Aneka Cumi-Cumi:</b>	
Mie goreng seafood	17500	Cumi goreng tepung	20000
Mie rebus	15000	Cumi asam manis	27000
Mie rebus seafood	17500	Cumi saos tiram	27000
I fu Mie seafood	17000	Cumi rica – rica	27000
Kwitiaw goreng	15000	Cumi goreng mentega	27000
Kwitiaw black pepper	17000	Cumi balado	27000
Spagheti Bolognaise	18000	<b>Kerang:</b>	
Spagheti Carbonara	20000	Kerang saos tiram	20000
Bihun goreng	17000	Kerang pedas	20000
Soon goreng	17000	<b>Sapi:</b>	
<b>Aneka Sayuran:</b>		Sapi lada hitam	27000
Ca kangkung polos	10000	Sapi cabe hijau	27000
Ca kangkung Blacan	12000	Beef steak	30000
Ca kangkung hot plate	17500	<b>Kepiting :</b>	
Ca tauge ikan asing	12000	Kepiting saos bale banyu	45000
Capjay goreng ayam	14500	Kepiting saos padang	45000
Capjay seafood	20000	Kepiting asap	50000

Sapo taufu	25000	<b>Ikan:</b>	
Sapo taufu hotplate	25000	Nilu goreng	20000
Brokoli bawang putih	10000	Nilu bakar	20000
Brokoli ayam	16000	Nilu pesmol	15000
Ca pare telur	15000	Nilu Asap	25000
Ca pare bumbu pedas	15000	Gurame goreng terbang	50000
<b>Bebek :</b>		Gurame bakar	55000
Bebek bakar	25000	Gurame pesmol	58000
Bebek sarang tawon	27000	Gurame 2 rasa	60000
Bebek bale banyu	25000	Gurame lada hitam	60000
Bebek goreng	25000	Gurame bumbu pedas	60000
<b>Udang :</b>		Gurame rica – rica	60000
Udang goreng tepung	22000	Gurame asam manis	65000
Udang asam manis	27000	Gurame tahu taosi	65000
Udang saos tiram	27000	Kakap asam manis	40000
<b>Fresh Juice :</b>		<b>Sup :</b>	
Jus alpukat	12000	Sup kombinasi	12000
Jus strawberry	12000	Sup tom yam	20000
Jus sirsat	10000	Sup ikan kakap	22000
Jus jambu	10000	Sup gurame	55000
Jus melon	10000	Sup buntut	37000
Jus jeruk	10000	Sup jagung ayam	17000
Jus tomat	12000	Sup dadar gulung	20000
Antioxidant	12000	Sup jamur kombinasi	20000
Mix juice	12000	Sup iga	40000
Es jeruk kelapa	12000	Sup pindang srani nila/patin	35000
<b>Dessert :</b>		Sup pindang srani gurami	55000
Es Cream	10000	<b>Snack :</b>	

Buah piring besar	20000	Mendoan	10000
Buah piring kecil	15000	Crispy bag	17000
<b>Minuman Float :</b>		Tahu kemul	18000
Cappucino float	16000	Pisang crispy coklat keju	12000
Strawberry float	16000	Pisang bakar coklat keju	120000
Orange float	14000	French fries	10000
Banana float	15000	Chicken drumstick	17000
Alpukat float	16000	Chicken wings	15000
Soda gembira	12000	Tahu bakso	10000
Es kombinasi :		<b>Minuman :</b>	
Es bidadari	12500	Lemon tea	10000
Es santan tape	125000	Es jeruk kelapa	10000
Es lembah hijau	12500	Es kelapa muda	10000
Es teler	25000	Es cincau	7500
<b>Minuman :</b>		Banana dewa ruci	18000
Es the	4000	Angel smothis coklat dan strawberry	15000
Teh panas	4000	Cappucino hot/cold	12000
Tehpoci	14000	Black coffe hot/cold	8000
Jahe	8000	Susu jahe	10000
Teh tarik	12000		

#### 4.2. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Resto Taman Bale Banyu yang telah melakukan pembelian minimal sebanyak 2 kali. Jumlah

responden 92 orang yang dianalisis dalam penelitian ini adalah usia, jenis pekerjaan, dan frekuensi pembelian di Resto Taman Bale Banyu.

#### 4.2.1. Deskripsi Usia Responden

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang usia responden, seperti disajikan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Deskripsi Usia Responden**

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-22 th	8	8.7 %
2	23-30 th	41	44.6 %
3	31-40 th	36	39.1 %
4	>40 th	7	7.6 %
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa sebagian besar responden berusia 23–30 tahun sebanyak 41 orang dengan presentase sebesar 44,6 %, diikuti dengan responden yang berusia 31–40 tahun sebanyak 36 orang dengan presentase sebesar 39,1 %, dimana pada usia tersebut merupakan usia produktif dan sudah mandiri secara ekonomi.

#### 4.2.2. Deskripsi Pekerjaan Responden

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data pekerjaan responden, seperti disajikan pada tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Karyawan Swasta	40	43.5 %
2	Wiraswasta	26	28.3 %
3	Pegawai Negeri	10	10.9 %
4	Pelajar/Mahasiswa	10	10.9 %
5	Lain-lain	6	6.5 %
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta adalah sebanyak 40 orang dengan presentase sebesar 43,5%, pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 26 orang dengan presentase sebesar 28,3%, pekerjaan sebagai pegawai negeri (PNS) sebanyak 10 orang dengan presentase sebesar 10,9%, sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 10,9% dan lain-lain yaitu ibu rumah tangga dan pensiunan sebanyak 6 orang dengan presentase sebesar 6,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen Resto Taman Bale Banyu sebagian besar adalah karyawan swasta.

### 4.2.3. Deskripsi Pembelian Responden

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang frekuensi pembelian responden, seperti disajikan pada tabel 4.3 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Pembelian Responden**

No	Pembelian	Frekuensi	Persentase
1	2 kali	48	52.4 %
2	3 kali	16	17.4 %
3	> 3 kali	28	30.4 %
<b>Total</b>		<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa pembelian sebanyak 2 kali adalah sebesar 48 orang dengan persentase 52,4%, kemudian pembelian sebanyak 3 kali adalah sebesar 16 orang dengan persentase 17,4% dan pembelian lebih dari 3 kali adalah sebesar 28 orang dengan persentase 30,4%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Resto Taman Bale Banyu sebagian besar pernah melakukan pembelian sebanyak 2 kali.

## 4.3. Deskripsi Variabel

### 4.3.1. Deskripsi Kualitas Layanan

Jawaban responden terhadap kualitas layanan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

a) Jawaban responden tentang kecepatan dalam melayani

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Jawaban Responden tentang Kecepatan dalam Melayani**

Skor	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	-	-
4	Setuju	78	85 %
3	Netral	11	12 %
2	Tidak setuju	2	2 %
1	Sangat tidak setuju	1	1 %
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa 78 responden (85%) menjawab setuju, 11 orang responden (12%) menjawab netral, 2 orang responden (2%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (1%) menjawab sangat tidak setuju.

b) Jawaban responden kesediaan memenuhi kebutuhan konsumen

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Jawaban responden kesediaan memenuhi kebutuhan konsumen**

Skor	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	1	1%
4	Setuju	79	86%
3	Netral	9	10%
2	Tidak setuju	3	3%
1	Sangat tidak setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah. 2017

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa 1 orang responden (1%) menjawab sangat setuju, 79 orang responden (86%) menjawab setuju, 9 orang responden (10%) menjawab netral, dan 3 orang responden (3%) menjawab tidak setuju kemudian tidak ada orang responden menjawab sangat tidak setuju.

c) Jawaban responden penyerahan barang secara baik

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Jawaban responden tentang penyerahan barang dengan baik**

Skor	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	13	14%
4	Setuju	67	73%
3	Netral	9	10%
2	Tidak setuju	2	2%
1	Sangat tidak setuju	1	1%
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa 13 orang responden (14%) menjawab sangat setuju, 67 orang responden (73%) menjawab setuju, 9 orang responden (10%) menjawab netral, dan 2 orang responden (3%) menjawab tidak setuju kemudian 1 orang responden (1%) menjawab sangat tidak setuju.

#### 4.3.2. Deskripsi Suasana Resto

Jawaban responden terhadap suasana resto dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

##### a) Jawaban responden tentang membangun kesan

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Jawaban responden tentang membangun kesan**

Skor	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	38	41%
4	Setuju	49	53%
3	Netral	5	6%
2	Tidak setuju	-	-
1	Sangat tidak setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa 38 orang responden (41%) menjawab sangat setuju, 49 orang responden (53%)

menjawab setuju, 5 orang responden (6%) menjawab netral, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

b) Jawaban responden tentang menarik para konsumen

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Jawaban responden tentang menarik para konsumen**

Skor	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	23	25%
4	Setuju	60	65%
3	Netral	8	9%
2	Tidak setuju	1	1%
1	Sangat tidak setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa 23 orang responden (25%) menjawab sangat setuju, 60 orang responden (65%) menjawab setuju, 8 orang responden (9%) menjawab netral, dan 1 orang responden (1%) yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

#### 4.3.3. Deskripsi Harga

Jawaban responden terhadap harga dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

a) Jawaban responden tentang kesesuaian harga dengan kualitas produk

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Jawaban responden tentang kesesuaian harga dengan kualitas produk**

Skor	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	-	-
4	Setuju	80	87%
3	Netral	9	10%
2	Tidak setuju	3	3%
1	Sangat tidak setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat responden yang menjawab sangat setuju, 80 orang responden (87%) menjawab setuju, 9 orang responden (10%) menjawab netral, dan 3 orang responden (3%) yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

b) Jawaban responden tentang kesesuaian harga dengan manfaat produk

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Jawaban responden tentang kesesuaian harga dengan manfaat produk**

Skor	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	1	1%
4	Setuju	81	88%
3	Netral	8	9%
2	Tidak setuju	2	2%
1	Sangat tidak setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa terdapat 1 orang responden (1%) yang menjawab sangat setuju, 81 orang responden (88%) menjawab setuju, 8 orang responden (9%) menjawab netral, 2 orang responden (2%) yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

#### 4.3.4. Deskripsi Loyalitas Konsumen

Jawaban responden terhadap loyalitas konsumen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

- a) Jawaban responden tentang melakukan pembelian ulang

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Jawaban responden tentang melakukan pembelian ulang**

Skor	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	4	4%
4	Setuju	78	85%
3	Netral	8	9%
2	Tidak setuju	2	2%
1	Sangat tidak setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa terdapat 4 orang responden (4%) yang menjawab sangat setuju, 78 orang responden (85%) menjawab setuju, 8 orang responden (9%) menjawab netral, dan 2 orang responden (2%) yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

b) Jawaban responden tentang merekomendasikan kepada orang lain

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Jawaban responden tentang merekomendasikan kepada orang lain**

<b>Skor</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
5	Sangat setuju	5	5%
4	Setuju	81	88%
3	Netral	5	5%
2	Tidak setuju	1	2%
1	Sangat tidak setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa terdapat 5 orang responden (5%) yang menjawab sangat setuju, 81 orang responden (88%) menjawab setuju, 5 orang responden (5%) menjawab netral, dan 1 orang responden (2%) yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

- c) Jawaban responden tentang memilih perusahaan tersebut dibanding perusahaan lain

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner, tanggapan responden tersebut dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Jawaban responden tentang memilih perusahaan tersebut**  
**dibanding perusahaan lain**

Skor	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
5	Sangat setuju	-	-
4	Setuju	65	71%
3	Netral	24	26%
2	Tidak setuju	3	3%
1	Sangat tidak setuju	-	-
	<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat responden yang menjawab sangat setuju, 65 orang responden (71%) menjawab setuju, 24 orang responden (26%) menjawab netral, dan 3 orang responden (3%) yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

#### 4.4. Analisis Data

##### 4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kecermatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Jumlah responden adalah sebanyak 92 orang. Dasar pertimbangan untuk mengetahui valid tidaknya kuisisioner adalah dengan melihat  $r_{hitung}$ . Item kuisisioner dikatakan valid jika  $r_{tabel}$  lebih kecil dari  $r_{hitung}$  untuk  $df = n-2$  dengan  $\alpha = 0,05$ . Pada penelitian ini  $df$  dapat dihitung  $92-2$  atau  $df = 90$  dengan alpha 0,05 didapat

$r_{tabel}$  0,2050. Ada tiga variabel independen dan satu variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel tersebut adalah:

1. Variabel independen 1 ( $X_1$ ) adalah kualitas layanan. Indikator yang digunakan untuk menyusun kuisioner adalah:
  - a. kecepatan melayani
  - b. kesediaan memenuhi kebutuhan konsumen
  - c. penyerahan barang atau produk secara baik

Karena ada tiga indikator yang dilihat, maka ada tiga pertanyaan dalam kuisioner mengenai kualitas layanan. Dari hasil olah data didapatkan hasil yang terangkum dalam tabel 4.14 dibawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Uji Validitas Kualitas Layanan**

<b>Butir pertanyaan</b>	<b>r tabel</b>	<b>r hitung</b>	<b>Keterangan</b>
X1.1	0.2050	0.837	Valid
X1.2	0.2050	0.872	Valid
X1.3	0.2050	0.886	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil di tabel 4.14 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan mengenai kualitas layanan ( $X_1$ ) yang sebanyak tiga pertanyaan adalah valid karena menunjukkan hasil  $r_{tabel}$  lebih kecil dari  $r_{hitung}$ , artinya semua butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Variabel independen 2 ( $X_2$ ) adalah suasana resto, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
- a. membangun kesan
  - b. menarik para konsumen

Karena ada dua indikator yang dilihat, maka ada dua pertanyaan dalam kuisioner mengenai suasana resto. Dari hasil olah data didapatkan hasil yang terangkum dalam tabel 4.15 dibawah ini:

**Tabel 4.15**  
**Uji Validitas Suasana Resto**

<b>Butir pertanyaan</b>	<b>r tabel</b>	<b>r hitung</b>	<b>Keterangan</b>
X2.1	0.2050	0.927	Valid
X2.2	0.2050	0.931	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan mengenai suasana resto ( $X_2$ ) yang sebanyak dua pertanyaan adalah valid karena menunjukkan hasil  $r_{tabel}$  lebih kecil dari  $r_{hitung}$ , artinya semua butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

3. Variabel independen 3 ( $X_3$ ) adalah harga, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
- a. kesesuaian harga dengan kualitas produk
  - b. kesesuaian harga dengan manfaat

Karena ada dua indikator yang digunakan, maka ada dua pertanyaan dalam kuisisioner mengenai harga. Dari hasil olah data didapatkan hasil yang terangkum dalam tabel 4.16 dibawah ini:

**Tabel 4.16**  
**Uji Validitas Harga**

<b>Butir pertanyaan</b>	<b>r tabel</b>	<b>r hitung</b>	<b>Keterangan</b>
X3.1	0.2050	0.961	Valid
X3.2	0.2050	0.954	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan mengenai variabel harga (X3) yang sebanyak dua pertanyaan adalah valid karena menunjukkan hasil  $r_{tabel}$  lebih kecil dari  $r_{hitung}$ , artinya semua butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

4. Variabel dependen (Y) adalah loyalitas konsumen, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
  - a. Melakukan pembelian ulang
  - b. Merekomendasikan kepada orang lain
  - c. Memilih perusahaan tersebut dibandingkan perusahaan lain

Karena terdapat tiga indikator, maka ada tiga pertanyaan dalam kuisisioner mengenai loyalitas konsumen. Dari hasil olah data didapatkan hasil yang terangkum dalam tabel 4.17 dibawah ini:

**Tabel 4.17**  
**Uji Validitas Loyalitas Konsumen**

<b>Butir pertanyaan</b>	<b>r tabel</b>	<b>r hitung</b>	<b>Keterangan</b>
Y.1	0.2050	0.880	Valid
Y.2	0.2050	0.812	Valid
Y.3	0.2050	0.850	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan mengenai variabel loyalitas konsumen (Y) yang sebanyak tiga pertanyaan adalah valid karena menunjukkan hasil  $r_{tabel}$  lebih kecil dari  $r_{hitung}$ , artinya semua butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

#### **4.4.2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Dimana suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60. Berdasarkan uji yang dilakukan menggunakan program SPSS 16, dapat dilihat hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Uji Reabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b><i>Cronbach's Alpha yang disyaratkan</i></b>	<b>Ket.</b>
Kualitas layanan	0,820	0,60	Reliabel
Suasana resto	0,841	0,60	Reliabel
Harga	0,907	0,60	Reliabel
Loyalitas konsumen	0,795	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa semua item masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60, dengan demikian semua item pertanyaan pada kuesioner dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

#### **4.4.3. Uji Asumsi Klasik**

##### **4.4.3.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas bisa dilakukan melalui beberapa cara diantaranya melalui uji kolmogorov-smirnov dan melalui grafik normal P-P Plot. Berikut adalah hasil dari uji normalitas:

**Tabel 4.19**  
**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.19640669
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.137
	Negative	-.122
Kolmogorov-Smirnov Z		1.310
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065

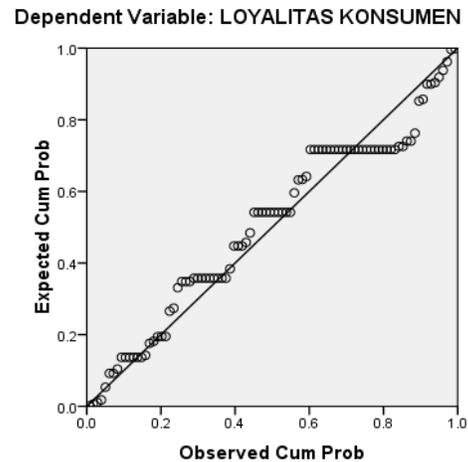
a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui nilai sig sebesar  $0,065 > 0,05$ . Artinya data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Sedangkan berdasarkan grafik P-P Plot dapat dilihat dari gambar dibawah ini sebagai berikut :

**Gambar 1.1**  
**Grafik P-Plot**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa garfik normal *probability plot of regression standardized* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.4.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independen*. Jika ditemukan adanya multikolinearitas maka

koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Layanan	.508	1.968
	Suasana Resto	.748	1.336
	Harga	.484	2.067
a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen			

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

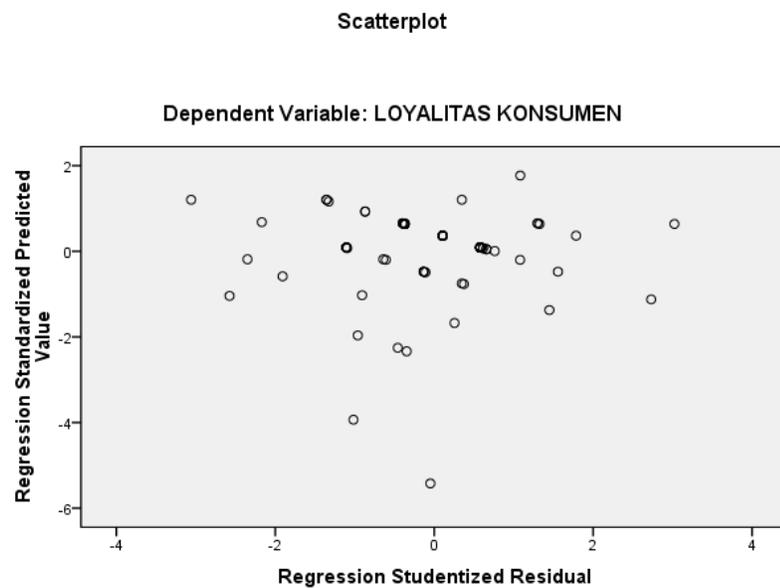
Berdasarkan tabel 4.20 dapat dilihat bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10 dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

#### 4.4.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak

terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Hasil pengujian ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar dibawah ini sebagai berikut:

**Gambar 4.2**  
**Scatterplot**



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar secara menyeluruh dan tidak membentuk pola bergelombang dan mengumpul hanya disatu titik. Maka dari itu,

dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

#### 4.4.4. Analisis Regresi Berganda

Dalam rangka menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda antara kualitas layanan (X1), suasana resto (X2) dan harga (X3) terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan menggunakan SPSS 16, maka diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.21**  
**Analisis Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.713	.214		3.331	.001
Kualitas layanan	.577	.062	.696	9.310	.000
Suasana resto	.187	.044	.263	4.278	.000
Harga	.028	.073	.030	.389	.698

a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.21 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut,  $Y = 0,713 + 0,577 X_1 + 0,187 X_2 + 0,028 X_3$ . Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,713 artinya taksiran besarnya loyalitas konsumen yang tidak dipengaruhi oleh kualitas layanan, suasana resto dan harga.
2. Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,577 artinya mengukur besarnya perubahan loyalitas konsumen apabila besarnya tingkat kualitas layanan berubah sebesar satu layanan.
3. Koefisien regresi suasana resto sebesar 0,187 artinya mengukur besarnya perubahan loyalitas konsumen apabila suasana resto bertambah menjadi lebih berkesan dan menarik.
4. Koefisien regresi harga sebesar 0,028 artinya mengukur besarnya perubahan loyalitas konsumen apabila harga berubah sebesar satu rupiah.

#### **4.4.5. Pengujian Hipotesis**

##### **4.4.5.1. Uji t**

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel *independen* secara parsial atau individual terhadap variabel *dependen*. Berdasarkan uji t yang dilakukan menggunakan SPSS 16, maka diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.22**  
**Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	.713	.214		3.331	.001
Kualitas layanan	.577	.062	.696	9.310	.000
Suasana resto	.187	.044	.263	4.278	.000
Harga	.028	.073	.030	.389	.698

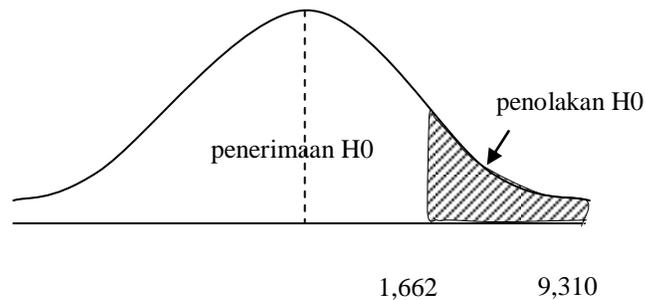
a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.22 dapat disimpulkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial sebagai berikut:

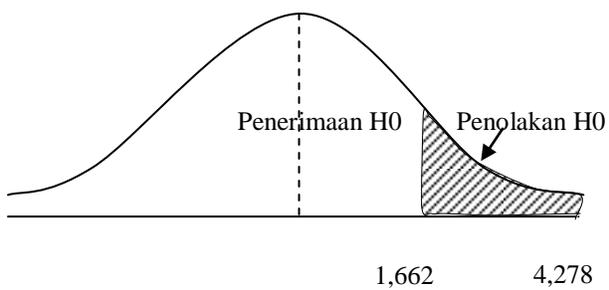
1. Hasil uji parsial untuk variabel kualitas layanan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $9,310 > 1,662$  nilai  $t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga  $H_1$  yaitu “ada pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen” diterima.

**Gambar 4.3**  
**Uji t Kualitas Layanan**



2. Hasil uji parsial untuk variabel suasana resto memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,278 > 1,662$  nilai  $t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga  $H_2$  yaitu “ada pengaruh positif dan signifikan suasana resto terhadap loyalitas konsumen” diterima.

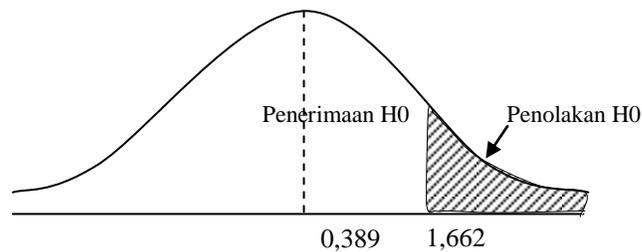
**Gambar 4.4**  
**Uji t Suasana Resto**



3. Hasil uji parsial untuk variabel harga memiliki nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  ( $0,389 < 1,662$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,698 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Sehingga  $H_3$  yaitu “ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas konsumen” ditolak.

**Gambar 4.5**  
**Uji t Harga**



#### 4.4.5.2. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk melakukan analisis uji F dapat dilihat pada tabel anova sebagai berikut:

**Tabel 4.23**  
**Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	10.557	3	3.519	88.218	.000 <sup>a</sup>
Residual	3.510	88	.040		
Total	14.068	91			

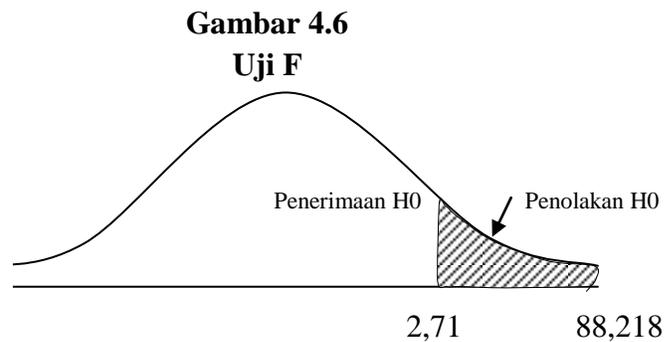
a. Predictors: (Constant), Harga, Suasana resto, Kualitas layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.23 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $88,218 > 2,71$  nilai  $F_{tabel}$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  maka dapat

disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga  $H_4$  yaitu “ada pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan, suasana resto, harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen” diterima.



#### 4.4.5.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 4.24 berikut:

**Tabel 4.24**  
**Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 <sup>a</sup>	.750	.742	.19973

a. Predictors: (Constant), HARGA, SUASANA RESTO, KUALITAS LAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.24 diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar  $0,742 = 74,2\%$ . Hal tersebut menyatakan bahwa kualitas layanan, suasana resto, dan harga secara simultan mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar  $74,2\%$  dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

#### 4.5. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas layanan dan suasana resto berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu. Sedangkan variabel harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen di Resto Taman Bale Banyu. Secara simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, suasana resto dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas

konsumen di Resto Taman Bale Banyu. Hasil penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Resto Taman Bale Banyu. Kualitas layanan dalam penelitian ini dilakukan melalui indikator kecepatan melayani, kesediaan memenuhi kebutuhan konsumen, dan penyerahan produk secara baik.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, kualitas layanan mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,577. Hal tersebut menyatakan bahwa jika variabel kualitas layanan mengalami peningkatan maka variabel loyalitas konsumen juga akan meningkat. Sedangkan berdasarkan hasil uji t diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang dilakukan berakibat pada semakin tingginya loyalitas konsumen.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningsih dan Parjono (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Untuk menciptakan kepuasan yang berdampak pada loyalitas konsumen dapat melalui pemberian kualitas yang baik yang sesuai dengan keinginan dan

kebutuhan konsumen, karena pada kenyataannya dalam menciptakan konsumen yang loyal diperlukan perhatian khusus yang dapat memberikan kenyamanan dan mampu memberikan keutuhan sesuai yang diharapkan dimana nantinya akan membuat konsumen kembali secara berulang-ulang ke tempat tersebut.

## **2. Pengaruh suasana resto terhadap loyalitas konsumen**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana resto berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Resto Taman Bale Banyu. Suasana resto dalam penelitian ini dilakukan melalui indikator membangun kesan dan menarik para konsumen.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, suasana resto mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,187. Hal ini menyatakan bahwa jika variabel suasana resto semakin meningkat dalam membangun kesan dan menarik konsumen maka variabel loyalitas konsumen juga akan meningkat. Sedangkan berdasarkan hasil uji t diperoleh keterangan bahwa variabel suasana resto berpengaruh secara positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi suasana resto yang dilakukan berakibat pada semakin tingginya loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ningsih dan Parjono (2014) yang menyatakan bahwa suasana resto berpengaruh

secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dalam menciptakan konsumen yang loyal diperlukan adanya usaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen tersebut dengan memberikan fasilitas yang baik dan memadai bagi para konsumen atau pengunjung, sehingga konsumen betah dan ingin berlama-lama dalam rumah makan tersebut.

### **3. Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif terhadap loyalitas konsumen pada Resto Taman Bale Banyu. Harga dalam penelitian ini dilakukan melalui indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, variabel harga mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,028. Hal ini menyatakan bahwa jika variabel harga mengalami kenaikan diikuti dengan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan manfaatnya maka variabel loyalitas konsumen juga akan mengalami peningkatan. Sedangkan berdasarkan hasil uji t diperoleh keterangan bahwa variabel harga berpengaruh secara positif tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi harga berakibat pada tingginya loyalitas konsumen.

#### **4. Pengaruh kualitas layanan, suasana resto, dan harga secara simultan terhadap loyalitas konsumen**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, suasana resto dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Resto Taman Bale Banyu. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  ( $88,218 > 2,71$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).