

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian**

##### **1. Objek Penelitian**

Olive Fried Chicken berdiri pada tahun 2012. Merupakan outlet yang menyediakan makan cepat saji (*fast food*) yang berupa nasi ayam dan soft drink, dan harganya juga terjangkau bagi kalangan pelajar. Serta dilihat dari kualitas produknya, Olive Fried Chicken memberikan kualitas yang sangat bagus dan terjamin, harga yang sangat terjangkau dibanding dengan rumah makan lain yang sejenis, sehingga hal ini yang menjadi salah satu penyebab konsumen memilih tempat ini sebagai tempat untuk makan, serta pelayanan yang ramah dari pelayanan karyawan Olive Fried Chicken membuat konsumen menjadi nyaman dan setia membeli Fried Chicken di Olive Fried Chicken meskipun pesaing yang sejenis dengan Olive Fried Chicken di Indonesia khususnya di Yogyakarta sangat banyak.

Keberadaan makanan cepat saji lokal dirasakan sangat akrab dengan mahasiswa dan mahasiswi Yogyakarta. Rasa yang enak dan harga yang murah kiranya bisa menjadi alasan utama mengapa makanan cepat saji lokal disenangi oleh masyarakat khususnya mahasiswa dan mahasiswi yang berdomisili di Yogyakarta. Penjualan Olive Fried Chicken ini terus meningkat dari tahun 2016 kemarin sampai masuk tahun 2017, hingga saat ini Olive Fried Chicken memiliki 50 lebih cabang di kota Yogyakarta.

## 2. Hasil Pengumpulan Data

Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan cara dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswa pengguna Olive Fried Chicken di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pengumpulan data tersebut dilakukan yaitu dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada mahasiswa dan menggunakan kuesioner *online*. Dari hasil pengumpulan kuesioner dihasilkan data kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Pengumpulan Data**

| No.                          | Kuesioner                           | Jumlah |
|------------------------------|-------------------------------------|--------|
| 1.                           | Kuesioner dibagikan secara langsung | 110    |
| 2.                           | Kuesioner dibagikan secara online   | 23     |
| Total kuesioner yang disebar |                                     | 133    |
| <i>Response Rate</i>         |                                     | 100 %  |

Sumber : Data diolah 2017

Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa dari 133 kuesioner yang telah disebar pada responden, kuesioner yang kembali 133 kuesioner. Dari jumlah *response rate* yaitu 100%, maka data yang sudah diperoleh dianggap mencukupi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## 3. Profil Responden

Berdasarkan pengumpulan data di lapangan melalui pengumpulan jawaban kuesioner yang diperoleh dari responden, maka diperoleh gambaran mengenai karakteristik responden berdasarkan fakultas, prodi, jenis kelamin, usia dan frekuensi pembelian Olive Fried Chicken dalam 1 bulan terakhir sebagai berikut:

### a. Fakultas dan Prodi Responden

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik fakultas dan prodi dapat ditampilkan dalam Tabel 4.2. sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Fakultas dan Prodi**

| No.          | Fakultas                | Prodi                     | Frekuensi (orang) | Jumlah | Presentase (%) |
|--------------|-------------------------|---------------------------|-------------------|--------|----------------|
| 1.           | Ekonomi dan Bisnis      | Manajemen                 | 18                | 37     | 28%            |
|              |                         | Akuntansi                 | 13                |        |                |
|              |                         | Ilmu Ekonomi              | 6                 |        |                |
| 2.           | Agama Islam             | PAI                       | 5                 | 8      | 6%             |
|              |                         | EPI                       | 3                 |        |                |
| 3.           | Hukum                   | Ilmu Hukum                | 7                 | 7      | 5%             |
| 4.           | Teknik                  | Teknik Sipil              | 4                 | 13     | 10%            |
|              |                         | Teknik Mesin              | 5                 |        |                |
|              |                         | Teknik Informasi          | 4                 |        |                |
| 5.           | Pendidikan Bahasa       | Pendidikan Bahasa Inggris | 9                 | 9      | 6,5%           |
| 6.           | Ilmu Sosial dan Politik | Ilmu Pemerintahan         | 5                 | 22     | 16,5%          |
|              |                         | Ilmu Hub.Internasional    | 5                 |        |                |
|              |                         | Ilmu Komunikasi           | 12                |        |                |
| 7.           | Kedokteran              | Pendidikan Dokter         | 5                 | 32     | 24%            |
|              |                         | Pendidikan Dokter Gigi    | 9                 |        |                |
|              |                         | Ilmu Keperawatan          | 5                 |        |                |
|              |                         | Farmasi                   | 13                |        |                |
| 8.           | Pertanian               | Agribisnis                | 5                 | 5      | 4%             |
| <b>Total</b> |                         |                           |                   | 133    | 100%           |

Sumber : Data diolah 2017

Dari Tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan Fakultas dan Prodi, dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang terdiri dari Prodi Manajemen, Akuntansi dan Ilmu Ekonomi berjumlah 37 orang atau 28 %, responden dari Fakultas Agama Islam yang terdiri dari Prodi PAI dan EPI berjumlah 8 orang atau 6%, responden dari Fakultas Hukum Prodi Ilmu Hukum berjumlah 7 orang atau 5%, responden dari Fakultas Teknik yang terdiri dari Prodi Teknik Sipil, Teknik Mesin dan Teknik Informasi berjumlah 13 orang atau 10%, responden dari Fakultas Pendidikan Bahasa yang terdiri dari Prodi PBI berjumlah 9 orang atau

6,5%, responden dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang terdiri dari Prodi Ilmu Pemerintahan, Ilmu Hubungan Internasional dan Ilmu Komunikasi berjumlah 22 orang atau 16,5%, responden dari Fakultas Kedokteran yang terdiri dari Prodi Pendidikan Kedokteran, Pendidikan Dokter Gigi, Ilmu Keperawatan dan Farmasi berjumlah 32 orang atau 24% dan responden dari Fakultas Pertanian yang terdiri dari Prodi Agribisnis dan Agroteknologi berjumlah 5 orang atau 4%.

#### b. Jenis Kelamin Responden

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik jenis kelamin dapat ditampilkan dalam Tabel 4.3. sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Jenis Kelamin**

| No. | Jenis Kelamin | Frekuensi (orang) | Presentase (%) |
|-----|---------------|-------------------|----------------|
| 1.  | Laki – laki   | 64                | 48 %           |
| 2.  | Perempuan     | 69                | 52 %           |
|     | <b>Total</b>  | 133               | 100 %          |

Sumber : Data diolah 2017

Dari Tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden laki-laki berjumlah 64 orang atau 48%, sementara responden perempuan berjumlah 69 orang atau 52%.

#### c. Usia Responden

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik usia dapat ditampilkan dalam Tabel 4.4 sebagai berikut

**Tabel 4.4**  
**Usia**

| No. | Usia          | Frekuensi<br>(orang) | Presentase<br>(%) |
|-----|---------------|----------------------|-------------------|
| 1.  | 17 – 19 Tahun | 9                    | 7%                |
| 2.  | 20 – 22 Tahun | 104                  | 78%               |
| 3.  | 23 – 25 Tahun | 20                   | 15%               |
| 4.  | >25 Tahun     | -                    | -                 |
|     | <b>Total</b>  | 133                  | 100%              |

Sumber : Data diolah 2017

Dari Tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia 17 – 19 tahun berjumlah 9 orang atau 7%, usia 20 – 22 tahun berjumlah 104 orang atau 78%, usia 23 – 25 tahun berjumlah 20 orang atau 15% dan usia >25 tidak ada.

d. Frekuensi Pembelian Olive Fried Chicken Dalam 1 Bulan Terakhir

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik frekuensi pembelian Olive Fried Chicken dalam 1 bulan terakhir dapat ditampilkan dalam Tabel 4.5 sebagai berikut.

**Tabel 4.5**  
**Frekuensi Pembelian Olive fried Chicken Dalam 1 Bulan Terakhir**

| No. | Frekuensi Penggunaan (1 Tahun) | Frekuensi<br>(orang) | Presentase<br>(%) |
|-----|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| 1.  | 2 – 3 Kali                     | 87                   | 65 %              |
| 2.  | 4 – 5 Kali                     | 32                   | 24 %              |
| 3.  | 6 – 7 Kali                     | 9                    | 7 %               |
| 4.  | Diatas 7 Kali                  | 5                    | 4 %               |
|     | <b>Total</b>                   | 133                  | 100               |

Sumber : Data diolah 2017

Dari Tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian Olive Fried Chicken dalam 1 bulan terakhir, 2 – 3 kali pembelian berjumlah 87 orang atau 65%, 4 – 5 kali

pembelian berjumlah 32 orang atau 24%, 6 – 7 kali pembelian berjumlah 9 orang atau 7% dan diatas 7 kali pembelian berjumlah 5 orang atau 4%.

## B. Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian sudah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Berikut disajikan hasil pengujian validitas dan reliabilitas.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Penelitian ini menggunakan *Pearson Corelation* di bantu dengan menggunakan IBM SPSS 22. Apabila nilai signifikan yang diperoleh dari setiap indikator  $< 0,05$ , maka dinyatakan valid (Ghozali, 2011).

#### a. Uji Validitas Kualitas Makanan (X.1)

Hasil uji validitas kualitas makanan di jelaskan dalam tabel 4.6 sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Uji Validitas Kualitas Makanan**

| Variabel Kualitas Makanan | Batas Signifikansi | Sig   | Valid |
|---------------------------|--------------------|-------|-------|
| x.1.1                     | $<0,05$            | 0,000 | Valid |
| x.1.2                     | $<0,05$            | 0,000 | Valid |
| x.1.3                     | $<0,05$            | 0,000 | Valid |
| x.1.4                     | $<0,05$            | 0,000 | Valid |

Sumber : Data diolah 2017

Berdasarkan pengujian menggunakan *Pearson Corelation* dengan dibantu alat SPSS 22 pada tabel 4.6. Diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel kualitas makanan mempunyai nilai signifikansi  $< 0,05$ ,

itu menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan kualitas makanan dinyatakan valid.

b. Uji Validitas Kualitas Layanan (X.2)

Hasil uji validitas kualitas layanan di jelaskan dalam tabel 4.7 sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

| Variabel Kualitas Layanan | Batas Signifikansi | Sig   | Valid |
|---------------------------|--------------------|-------|-------|
| x2.1                      | <0,05              | 0,000 | Valid |
| x2.2                      | <0,05              | 0,000 | Valid |
| x2.3                      | <0,05              | 0,000 | Valid |
| x2.4                      | <0,05              | 0,000 | Valid |
| x2.5                      | <0,05              | 0,000 | Valid |

Sumber : Data diolah 2017

Berdasarkan pengujian menggunakan *Pearson Corelation* dengan dibantu alat SPSS 22 pada tabel 4.7. Diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi < 0,05, itu menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan kualitas Layanan dinyatakan valid.

c. Uji Validitas Persepsi Harga (X.3)

Hasil uji validitas persepsi harga di jelaskan dalam tabel 4.8 sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas Persepsi Harga**

| Variabel Persepsi Harga | Batas Signifikansi | Sig   | Valid |
|-------------------------|--------------------|-------|-------|
| x3.1                    | <0,05              | 0,000 | Valid |
| x3.2                    | <0,05              | 0,000 | Valid |
| x3.3                    | <0,05              | 0,000 | Valid |
| x3.4                    | <0,05              | 0,000 | Valid |
| x3.5                    | <0,05              | 0,000 | Valid |

Sumber : Data diolah 2017

Berdasarkan pengujian menggunakan *Pearson Corelation* dengan dibantu alat SPSS 22 pada tabel 4.8. Diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel persepsi harga mempunyai nilai signifikansi  $< 0,05$ , itu menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan persepsi harga dinyatakan valid.

d. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y.1)

Hasil uji validitas kepuasan pelanggan di jelaskan dalam tabel 4.9 sebagai berikut :

**Tabel 4.9**  
**Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

| Variabel Kepuasan Pelanggan | Batas Signifikansi | Sig   | Valid |
|-----------------------------|--------------------|-------|-------|
| y1.1                        | $<0,05$            | 0,000 | Valid |
| y1.2                        | $<0,05$            | 0,000 | Valid |
| y1.3                        | $<0,05$            | 0,000 | Valid |
| y1.4                        | $<0,05$            | 0,000 | Valid |
| y1.5                        | $<0,05$            | 0,000 | Valid |

Sumber : Data diolah 2017

Berdasarkan pengujian menggunakan *Pearson Corelation* dengan dibantu alat SPSS 22 pada tabel 4.9. Diketahui bahwa semua butir pertanyaan variabel kepuasan pelanggan mempunyai nilai signifikansi  $< 0,05$ , itu menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji keandalan setiap variabel diukur dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu (Hair dkk,

2010). Nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan handal atau dapat diterima apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,60$  (Hair dkk, 2010).

Uji reliabilitas yang diujikan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 22. Untuk hasil reliabilitas yang diuji dengan SPSS 22 disajikan pada tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel           | Batas Reliabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------------|----------------|------------------|------------|
| Kualitas Makanan   | $>0,6$         | 0,644            | Reliabel   |
| Kualitas Layanan   | $>0,6$         | 0,668            | Reliabel   |
| Persepsi Harga     | $>0,6$         | 0,628            | Reliabel   |
| Kepuasan Pelanggan | $>0,6$         | 0,722            | Reliabel   |

Sumber : Data diolah 2017

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel atau memiliki nilai lebih dari 0,60. Variabel kualitas makanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,644, variabel kualitas layanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,668, variabel persepsi harga memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,628 dan variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,722. Dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  dan dapat diandalkan atau reliabel.

### C. Analisis Data dan Uji Hipotesis

#### 1. Analisis Data

##### a. Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2011) statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan sejauh mana responden dapat memberikan jawaban dari pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.

**Tabel 4.11**  
**Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Makanan**

| Descriptive Statistics |     |         |         |      |                |
|------------------------|-----|---------|---------|------|----------------|
|                        | N   | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| x1.1                   | 133 | 1       | 5       | 3,73 | 0,730          |
| x1.2                   | 133 | 2       | 5       | 4,02 | 0,743          |
| x1.3                   | 133 | 1       | 5       | 3,84 | 0,886          |
| x1.4                   | 133 | 1       | 5       | 3,69 | 0,881          |
| Valid N (listwise)     | 133 |         |         | 3,85 |                |

Sumber : Data diolah 2017

Pada tabel 4.11 dapat diketahui bahwa statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel kualitas makanan. Variabel kualitas makanan menunjukkan jumlah rata-rata 3,85 dengan skor minimum ada di item pernyataan x1.4 yaitu saya merasa porsi Olive Fried Chicken sudah pas. Sedangkan skor maksimum ada di item pernyataan x1.2, yang menunjukkan bahwa Produk Olive Fried Chicken memiliki cita rasa sesuai dengan harapan saya.

**Tabel 4.12**  
**Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan**

| Descriptive Statistics |     |         |         |      |                |
|------------------------|-----|---------|---------|------|----------------|
|                        | N   | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| x2.1                   | 133 | 1       | 5       | 3,65 | 0,837          |
| x2.2                   | 133 | 2       | 5       | 3,71 | 0,694          |
| x2.3                   | 133 | 1       | 5       | 3,74 | 0,775          |
| x2.4                   | 133 | 2       | 5       | 3,57 | 0,752          |
| x2.5                   | 133 | 1       | 5       | 3,56 | 0,762          |
| Valid N (listwise)     | 133 |         |         | 3,65 |                |

Sumber : Data diolah 2017

Pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel kualitas layanan. Variabel kualitas layanan menunjukkan jumlah rata-rata 3,65 dengan skor minimum ada di item pernyataan x2.5 yaitu saya merasa Olive Fried Chicken memberikan jaminan layanan yang baik. Sedangkan skor maksimum ada di item pernyataan x2.3, yang menunjukkan bahwa

saya merasa daya tanggap karyawan Olive Fried Chicken sangat baik dalam membantu para pelanggan.

**Tabel 4.13**  
**Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga**

| Descriptive Statistics |     |         |         |      |                |
|------------------------|-----|---------|---------|------|----------------|
|                        | N   | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| x3.1                   | 133 | 1       | 5       | 4,12 | 0,739          |
| x3.2                   | 133 | 1       | 5       | 3,87 | 0,949          |
| x3.3                   | 133 | 1       | 5       | 3,67 | 0,943          |
| x3.4                   | 133 | 2       | 5       | 3,89 | 0,677          |
| x3.5                   | 133 | 1       | 5       | 3,10 | 0,912          |
| Valid N (listwise)     | 133 |         |         | 3,50 |                |

Sumber : Data diolah 2017

Pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel persepsi harga. Variabel persepsi harga menunjukkan jumlah rata-rata 3,50 dengan skor minimum ada di item pernyataan x3.5 yaitu Olive Fried Chicken memberikan potongan harga khusus bagi pelanggan. Sedangkan skor maksimum ada di item pernyataan x3.4, yang menunjukkan bahwa harga yang saya bayar sesuai dengan manfaat yang saya terima.

**Tabel 4.14**  
**Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan**

| Descriptive Statistics |     |         |         |      |                |
|------------------------|-----|---------|---------|------|----------------|
|                        | N   | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| y1.1                   | 133 | 2       | 5       | 3,85 | 0,733          |
| y1.2                   | 133 | 2       | 5       | 3,97 | 0,685          |
| y1.3                   | 133 | 1       | 5       | 3,81 | 0,750          |
| y1.4                   | 133 | 1       | 5       | 3,87 | 0,933          |
| y1.5                   | 133 | 1       | 5       | 3,74 | 1,036          |
| Valid N (listwise)     | 133 |         |         | 3,85 |                |

Sumber : Data diolah 2017

Pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa statistik deskriptif responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan menunjukkan jumlah rata-rata

3,85 dengan skor minimum ada di item pernyataan y1.5 yaitu saya akan mengkonsumsi kembali produk Olive Fried Chicken. Sedangkan skor maksimum ada di item pernyataan y1.2, yang menunjukkan bahwa saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan Olive Fried Chicken.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Adapun variabel independen dalam penelitian ini diantaranya kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22. Hasil pengolahan data yang diperoleh dengan program SPSS 22 dapat dilihat dalam tabel 4.15 berikut ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

| Model   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig   |
|---|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
|   | Beta                        | Std. Error | Beta                      |        |       |
| <i>Constant</i>                               | -1,177                      | 1,581      |                           | -0,744 | 0,458 |
| Kualitas Makanan (X1)                         | 0,207                       | 0,067      | 0,162                     | 3,083  | 0,003 |
| Kualitas Layanan (X2)                         | 0,114                       | 0,055      | 0,099                     | 2,057  | 0,042 |
| Persepsi Harga (X3)                           | 0,814                       | 0,055      | 0,762                     | 14,690 | 0,000 |
| a. Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan (Y) |                             |            |                           |        |       |

Sumber : Data diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4.15 hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 22, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,162X_1 + 0,099X_2 + 0,762X_3$$

Berdasarkan persamaan diatas, dapat diketahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, persamaan regresi akan dijelaskan dibawah ini:

- a. Hasil statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi  $\beta_1 = 0,162$ . Menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dijelaskan bahwa semakin baik kualitas makanan, maka kepuasan pelanggan semakin tinggi.
- b. Hasil statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi  $\beta_2 = 0,099$ . Menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- c. Hasil statistik menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan nilai koefisien regresi  $\beta_3 = 0,762$ . Menunjukkan bahwa adanya hubungan antara persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dijelaskan bahwa persepsi harga yang sesuai dengan yang di tafsirkan oleh pelanggan, maka akan membuat pelanggan merasa puas.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2011). Kriteria penentuan uji F adalah tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai signifikansi  $F < \alpha 0,05$  maka terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen antara lain kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

| <b>F hitung</b> | <b>Sig</b> |
|-----------------|------------|
| 105,599         | 0,000      |

Sumber : Data diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan F hitung sebesar 105,599, maka secara simultan variabel kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis dapat didukung.

### b. Hasil Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi

variabel independen (Ghozali, 2011). Hipotesis diterima jika nilai signifikansi  $< \alpha$  0,05 dan koefisien regresi searah dengan hipotesis. Hipotesa dapat diterima apabila standar error lebih kecil dari 0,05 atau 5% dan hipotesa ditolak apabila standar error lebih besar dari 0,05 atau 5%.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

| Model   | Koefisien Regresi | Sig   | t      | Keterangan |
|---|-------------------|-------|--------|------------|
| <i>Constant</i>                               |                   |       |        |            |
| Kualitas Makanan (X1)                         | 0,162             | 0,003 | 3,083  | Signifikan |
| Kualitas Layanan (X2)                         | 0,099             | 0,042 | 2,057  | Signifikan |
| Persepsi Harga (X3)                           | 0,762             | 0,000 | 14,690 | Signifikan |
| a. Variabel Dependen : Kepuasan Pelanggan (Y) |                   |       |        |            |

Sumber : Data diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4.17 uji parsial (t) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari Tabel 4.17 variabel kualitas makanan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,162. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini didukung atau dapat diterima.

2) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari Tabel 4.17 variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,042 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,099. Berdasarkan data yang diperoleh,

maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini didukung atau dapat diterima.

### 3) Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari Tabel 4.15. variabel persepsi harga memiliki nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,762. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini didukung atau dapat diterima.

Hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Hipotesis**

| No. | Hipotesis   | Keterangan |
|-----|---|------------|
| 1.  | kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. | Signifikan |
| 2.  | Kualitas makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.                                       | Signifikan |
| 3.  | Kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.                                       | Signifikan |
| 4.  | Persepsi harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.  | Signifikan |

Sumber : Data diolah 2017

### c. Hasil Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinan (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variasi variabel independen mempengaruhi variasi variabel

dependen (Ghozali, 2011). Nilai R<sup>2</sup> yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)**

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square |
|-------|-------|----------|-------------------|
| 1     | 0,843 | 0,711    | 0,704             |

Sumber : Data diolah 2017

Data dalam Tabel 4.19 menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,704, ini berarti sebesar 70,4% variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Variabel kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 29,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Olive Fried Chicken di Yogyakarta.

1. Pengaruh kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) kualitas makanan, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka secara simultan variabel kualitas

makanan, kualitas layanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Semakin makanannya berkualitas, memiliki kualitas pelayanan yang bagus dan memiliki persepsi harga yang sesuai dengan keinginan pelanggan akan menyebabkan kepuasan pelanggan semakin tinggi. Cara ini yang dilakukan oleh Olive Fried Chicken, dimana Olive Fried Chicken memiliki kualitas makanan yang bersih, higienis dan menu yang bervariasi, dengan kualitas layanan yang baik dan harga yang bersaing atau terjangkau di banding pesaing yang sejenis berdampak pada kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian Montung, dkk (2015) kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Pengaruh kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,162. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel kualitas makanan berpengaruh positif (searah) dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas makanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas makanan yang bagus yaitu sesuai dengan keinginan pelanggan seperti makanannya higienis, memiliki menu yang bervariasi, memiliki cita rasa sesuai dengan harapan pelanggan

dan memiliki porsi yang sesuai dengan keinginan pelanggan seperti apa yang diberikan oleh Olive Fried Chicken. Apabila kualitas makanannya terpenuhi oleh pelanggan, makan pelanggan akan merasa puas. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Kurniawan (2015) kualitas makanan signifikan dan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Korea 'Myoung Ga' Surabaya.

### 3. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,042 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,099. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh positif (searah) dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Salah satu kunci keberhasilan perusahaan supaya pelanggan merasa puas yaitu dengan kualitas layanan yang bagus. Seperti layanan yang diberikan oleh Olive Fried Chicken, memiliki karyawan yang ramah, pelayanan yang cepat, tempat yang bersih dan nyaman bagi pelanggan, maka menimbulkan pelanggan menjadi puas. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Putro, dkk (2014) Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan pada restoran Happy

Garden memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran Happy Garden.

4. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) variabel persepsi harga memiliki nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,762. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel persepsi harga berpengaruh positif (searah) dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga yang sesuai dengan yang di tafsirkan oleh pelanggan, maka akan membuat pelanggan merasa puas. Olive Fried Chicken memiliki harga yang lebih murah dibanding dengan rumah makan yang sejenis. Harga menjadi salah satu kekuatan Olive Fried Chicken dalam menarik pelanggannya. Harga juga merupakan variabel paling penting untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Uang yang dikeluarkan harus sama atau lebih banyak dari manfaat yang didapatkan akan menjadikan pelanggan menjadi puas. Penelitian ini didukung oleh penelitian Widodo dan Shihab (2016) variabel persepsi harga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.