

## **Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mama Alya Di Bandar Lampung**

**Rintis Nona Yunita Fadillah Pratama M<sup>1</sup>, Selamat Fuadi<sup>2</sup>**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro

E-mail: [fuadi77.sl@gmail.com](mailto:fuadi77.sl@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Sebuah konsep baru pada bisnis rumah makan yang mengkombinasikan pengembangan kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman makan termasuk penilaian pengalaman pelanggan secara keseluruhan mulai dari kualitas makanan dan pelayanan sampai dengan lokasi rumah makan. Oleh karena itu dengan memahami apa yang dapat memuaskan pelanggan dan mengarahkan mereka untuk melakukan membeli kembali, mengatakan hal positif dan merekomendasikan rumah makan kepada orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1)terdapat pengaruh positif kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan. 2)terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan 3)terdapat pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan pelanggan.4)terdapat pengaruh positif kualitas makanan,kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Kepuasan Pelanggan

### **ABSTRACT**

A new concept in the restaurant business that combines the development of food quality, service quality, and location to customer satisfaction. The dining experience includes an assessment of the overall customer experience from the quality of food and service to the location of the restaurant. Therefore, by understanding what satisfies customers and directs them to repurchase, say positive things and recommend restaurants to others. The results showed that: 1) there is a positive effect of food quality on customer satisfaction. 2) there is a positive effect of service quality on customer satisfaction 3) there is a positive influence of location on customer satisfaction. 4) there is a positive influence on food quality, service quality and location together on customer satisfaction.

*Keywords: Food Quality, Service Quality And Customer Satisfaction Location*

### **PENDAHULUAN**

Sebuah konsep baru pada bisnis rumah makan yang mengkombinasikan pengembangan kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman makan termasuk penilaian pengalaman pelanggan secara keseluruhan mulai dari kualitas makanan dan pelayanan sampai dengan lokasi rumah makan. Oleh karena itu dengan memahami apa yang dapat memuaskan pelanggan dan mengarahkan mereka untuk melakukan membeli kembali, mengatakan hal positif dan merekomendasikan rumah makan kepada orang lain.

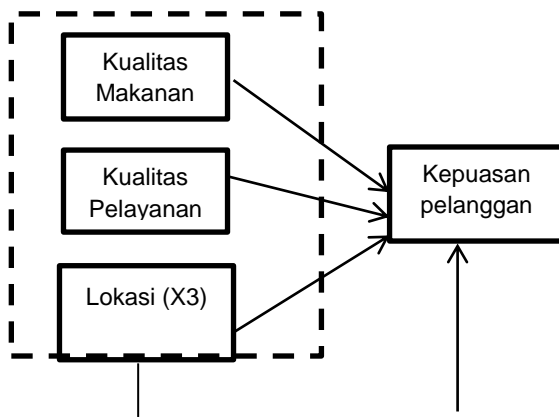
Memperhatikan kualitas pelayanan yang di berikan kepada pelanggan, dimana saat *waiter/s* melakukan pelayanan terhadap pelanggan, sikap yang diperlihatkan kurang baik.

Pada umumnya dan tidak jarang menghasilkan beberapa komentar dari pelanggan, seperti kurangnya totalitas saat menyambut tamu yang berkunjung, kurangnya keramahan dan senyum saat memberikan menu dan melayani.

Kualitas Makanan yang dijual kepada pelanggan ada yang merasa tidak puas terhadap makanan yang diberikan dapat menimbulkan gangguan yang terjadi pada jalinan hubungan antara pembeli dengan penjual. Tidak jarang saya temui beberapa komentar dari pelanggan yang menyebutkan bahwa rasa yang disajikan terkadang berbeda dari rasa makanan yang disajikan sebelumnya.

### Kerangka Pemikiran

Gambaran kerangka pemikiran berdasarkan uraian diatas adalah sebagai berikut:



### Hipotesis Penelitian

1. H1 :Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Mama alya di Bandar Lampung.
2. H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Mama alya di Bandar Lampung.
3. H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Mama alya di Bandar Lampung.
4. H4 : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas makanan, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Mama alya di Bandar Lampung.

### Metode penelitian

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, (Sugiyono,2016:2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### Operasional variabel

Definisi operasional dari variabel-variabel penelitian digunakan mambatasi ruang lingkup atau pengertian variabel-variabel yang diteliti. Definisi operasional ini juga bermanfaat untuk mengarahkan kepada pengukuran terhadap variabel-variabel serta pengembangan instrumen (alat ukur). Operasional variabel dalam berbagai indikator.

#### a. Variabel X<sub>1</sub> Kualitas Makanan

Definisi Konseptual: Kualitas Makanan adalah cita rasa yang lebih memuaskan pelanggan. Dari bentuk, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa.

Definisi Operasional: Kualitas Makanan adalah cita rasa yang lebih memuaskan pelanggan. Dari bentuk, warna, temperatur, tekstur, aroma, tingkat kematangan, penampilan, dan rasa yang diukur dengan menggunakan likers yang diberikan kepada pelanggan yang membeli di Rumah Makan Mama Alya Bandar Lampung.

**b. Variabel X<sub>2</sub> Kualitas Pelayanan**

Definisi Konseptual: Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan pelanggan dan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang baik dengan penjual atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai berdasarkan yang diharapkan pelanggan.

Definisi Operasional: Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan pelanggan dan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang baik dengan penjual atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai berdasarkan yang diharapkan pelanggan. Yang diukur dengan menggunakan skala linkert dengan indikator meliputi indikator (1) *tangible* (berwujud), (2) *reliability* (kehandalan), (3) *responsiveness* (ketanggapan), (4) *assurance* (jaminan), (5) *emphaty* (empati). Yang diukur dengan menggunakan likers yang diberikan kepada pelanggan yang membeli di Rumah Makan Mama Alya Bandar Lampung.

**c. Variabel X<sub>3</sub> Lokasi**

Definisi Konseptual: Lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

Definisi Operasional: Lokasi adalah tempat dimana suatu jenis usaha atau bidang usaha akan dilaksanakan. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Yang diukur dengan menggunakan skala linkert dengan indikator meliputi indikator mudah terjangkau, tempat, lokasi yang strategis, dan bentuk, yang di ukur menggunakan instrument skala likert dan diberikan kepada pelanggan yang membeli di Rumah Makan Mama Alya Bandar Lampung.

**d. Variabel Y Kepuasan Pelanggan**

Definisi konseptual : Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan pelanggan dengan produk maupun pelayanan telah diberikan apabila harapan pelanggan akan produk atau pelayanan yang diberikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka.

Definisi Operasional: Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan pelanggan dengan produk maupun pelayanan telah diberikan apabila harapan pelanggan akan produk atau pelayanan yang diberikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka. Yang diukur dengan menggunakan likers yang diberikan dengan indikator kepuasan konsumen meliputi, (1) kepuasan layanan produk sesuai harapan, (2) pertimbangan kualitas pelayanan yang diberikan dan, (3) memiliki keunggulan pelayanan yang memuaskan yang diukur dengan kuisisioner yang diberikan kepada pelanggan yang membeli di Rumah Makan Mama Alya Bandar Lampung.

## Hasil Penelitian

### 1. Frekuensi data kuisisioner

#### a. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas makanan

Data variabel Kualitas makanan diperoleh hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari 1x20=20 butir pertanyaan dan 5x20 = 100 butir pertanyaan yang skornya

menggunakan metode skala likert dengan bobot nilai 1 sampai 5 dan diperoleh rentang skor empirik antara 45 sampai 94. Nilai rata-rata 73,78 nilai median 73 nilai modus 71. Dari hasil uji coba pada variabel Kualitas makanan (x1) banyaknya data (n) adalah 75 dan nilai terbesar adalah 94 serta nilai terkecil adalah 45, sehingga rentang (R) dari tabel tersebut adalah 49. Banyaknya kelas interval (K) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3,3 \log n) \\ &= 1 + (3,3 \log 75) \\ &= 1 + (3,3 \times 1,875) \\ &= 1 + 6,18 \\ &= 7,18 \text{ (dibulatkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

Panjang kelas (P)

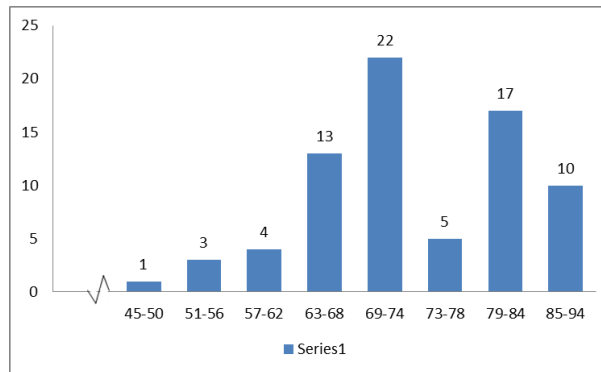
$$P = J/k = 49/8 = 6,128 \text{ dibulatkan menjadi 6}$$

Dengan menggunakan rumus didapat kelas sebanyak 8 dan panjang kelas sebanyak 6. Distribusi skor frekuensi variabel Kualitas makanan dapat dilihat tabel sebagai berikut :

**Tabel Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kualitas makanan (X1)**

NO	Kelas Interval	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif %
1	45-50	1	1%
2	51-56	3	3%
3	57-62	4	4%
4	63-68	13	13%
5	69-74	22	22%
6	73-78	5	5%
7	79-84	17	17%
8	85-94	10	10%
Jumlah		75	75%
Sumber: data diolah penulis, 2020			

Pada tabel dapat dilihat bahwa sebaran frekuensi skor variabel Kualitas makanan (X1) hasil tertinggi terletak pada skor 69-74 sebesar 22 (22%) serta hasil terendah terdapat pada skor 45-50 sebesar 1 (1%). Berdasarkan distribusi frekuensi tersebut dapat digambarkan dalam bentuk histogram sebagai berikut :



**Gambar Histogram Skor Variabel Kualitas makanan (x1)**

**b. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas pelayanan (x2)**

Data variabel Kualitas pelayanan diperoleh hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari 1x20=20 butir pertanyaan dan 5x20 = 100 butir pertanyaan yang skornya menggunakan metode skala likert dengan bobot nilai 1 sampai 5 dan diperoleh rentang skor empirik antara 36 sampai 81. Nilai rata-rata 59,37, nilai median 59 nilai modus 56.

Dari hasil uji coba pada variabel Kualitas pelayanan (x2) banyaknya data (n) adalah 75 dan nilai terbesar adalah 81 serta nilai terkecil adalah 36, sehingga rentang (R) dari tabel tersebut adalah 45. Banyaknya kelas interval (K) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3,3 \log n) \\
 &= 1 + (3,3 \log 75) \\
 &= 1 + (3,3 \times 1,875) \\
 &= 1 + 6,18 \\
 &= 7,18 \text{ (dibulatkan menjadi 8)}
 \end{aligned}$$

Panjang kelas (P)

$$P = J/K = 45/8 = 5,621 \text{ Dibulatkan menjadi 6}$$

Dengan menggunakan rumus didapat kelas sebanyak 8 dan panjang kelas sebanyak 6. Distribusi skor frekuensi variabel Kualitas pelayanan dapat dilihat tabel sebagai berikut :

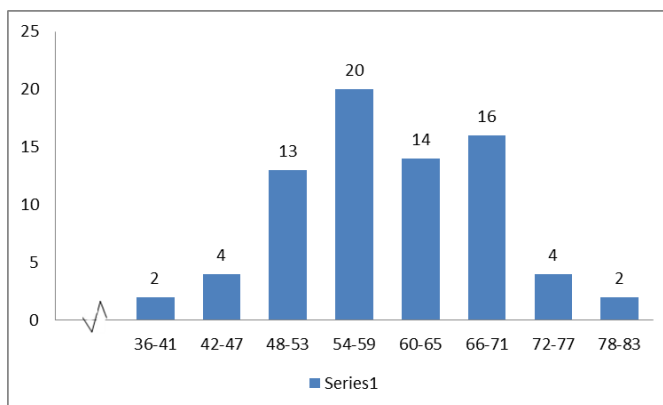
**Tabel Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kualitas pelayanan (X2)**

NO	Kelas Interval	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif %
1	36-41	2	2%
2	42-47	4	4%
3	48-53	13	13%
4	54-59	20	20%
5	60-65	14	14%

6	66-71	16	16%
7	72-77	4	4%
8	78-83	2	2%
Jumlah		75	75%

Sumber: data diolah penulis, 2020

Pada tabel dapat dilihat bahwa sebaran frekuensi skor variabel Kualitas pelayanan (X2) hasil tertinggi terletak pada skor 54-59 sebesar 20 (20%) dan hasil terendah terdapat pada skor 36-41 dan 78-83 sebesar 2 (2%). Berdasarkan distribusi frekuensi tersebut dapat digambarkan dalam bentuk histogram sebagai berikut :



### c. Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi

Data lokasi diperoleh hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari  $1 \times 20 = 20$  butir pertanyaan dan  $5 \times 20 = 100$  butir pertanyaan yang skornya menggunakan metode skala likert dengan bobot nilai 1 sampai 5 dan diperoleh rentang skor empirik antara 41 sampai 79. Nilai rata-rata 57,65, nilai median 58, nilai modus 62.

Dari hasil uji coba pada variabel Lokasi (x3) banyaknya data (n) adalah 75 dan nilai terbesar adalah 79 serta nilai terkecil adalah 41, sehingga rentang (R) dari tabel tersebut adalah 38. Banyaknya kelas interval (K) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + (3,3 \log n) \\
 &= 1 + (3,3 \log 75) \\
 &= 1 + (3,3 \times 1,875) \\
 &= 1 + 6,18 \\
 &= 7,18 \text{ (dibulatkan menjadi 8)}
 \end{aligned}$$

Panjang kelas (P)

$$P = J/K = 38/8 = 4,75 \text{ Dibulatkan menjadi 5}$$

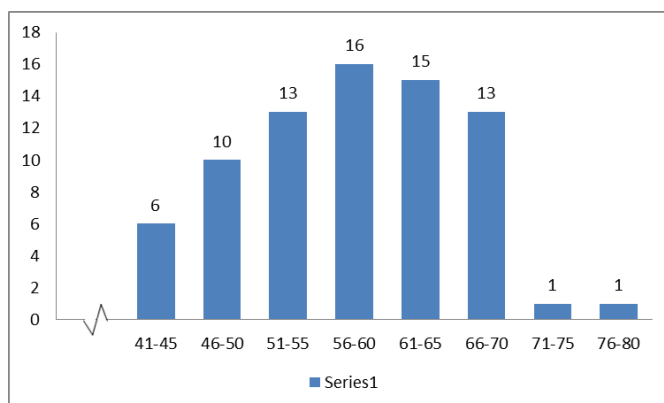
Dengan menggunakan rumus didapat kelas sebanyak 8 dan panjang kelas sebanyak 5. Distribusi skor frekuensi variabel tagline Lokasi dapat dilihat tabel sebagai berikut :

**Tabel Distribusi Frekuensi Skor Variabel Lokasi ( $x_3$ )**

NO	Kelas Interval	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif %
1	41-45	6	6%
2	46-50	10	10%
3	51-55	13	13%
4	56-60	16	16%
5	61-65	15	15%
6	66-70	13	13%
7	71-75	1	3%
8	76-80	1	1%
Jumlah		75	75%

Sumber: data diolah penulis, 2020

Pada tabel dapat dilihat bahwa sebaran frekuensi skor variabel Lokasi ( $x_3$ ) hasil tertinggi terletak pada skor 59-63 sebesar 16 (16%) dan hasil terendah terdapat pada skor 74-78 dan 79-83 sebesar 1 (1%). Berdasarkan distribusi frekuensi tersebut dapat digambarkan dalam bentuk histogram sebagai berikut :



**Gambar Histogram Skor Variabel Lokasi ( $x_3$ )**

**d. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan pelanggan (Y)**

Data variabel kepuasan pelanggan diperoleh hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari  $1 \times 20 = 20$  butir pertanyaan dan  $5 \times 20 = 100$  butir pertanyaan yang skornya menggunakan metode skala likert dengan bobot nilai 1 sampai 5 dan diperoleh rentang skor empirik antara 37 sampai 79. Nilai rata-rata 61, nilai median 62, nilai modus 57.

Dari hasil uji coba pada variabel kepuasan pelanggan (Y) banyaknya data (n) adalah 75 dan nilai terbesar adalah 79 serta nilai terkecil adalah 37, sehingga rentang (R) dari tabel tersebut adalah 42. Banyaknya kelas interval (K) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}K &= 1 + (3,3 \log n) \\ &= 1 + (3,3 \log 75) \\ &= 1 + (3,3 \times 1,875) \\ &= 1 + 6,18 \\ &= 7,18 \text{ (dibulatkan menjadi 8)}\end{aligned}$$

Panjang kelas (P)

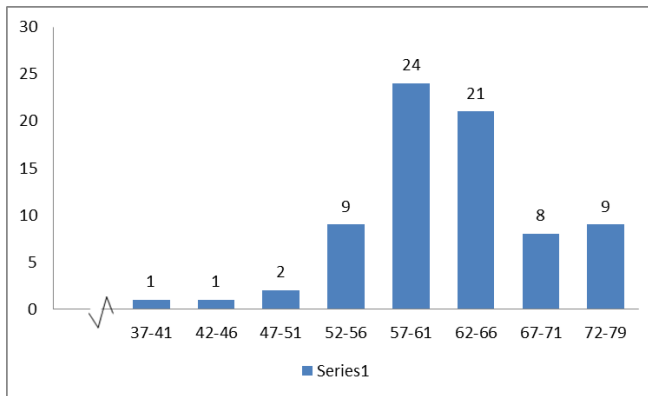
$$P = J/K = 42/8 = 5,25 \text{ Dibulatkan menjadi 5}$$

Dengan menggunakan rumus didapat kelas sebanyak 8 dan panjang kelas sebanyak 5. Distribusi skor frekuensi variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat tabel sebagai berikut :

**Tabel Distribusi Frekuensi Skor Variabel kepuasan pelanggan (Y)**

NO	Kelas Interval	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif %
1	37-41	1	1%
2	42-46	1	1%
3	47-51	2	2%
4	52-56	9	9%
5	57-61	24	24%
6	62-66	21	21%
7	67-71	8	8%
8	72-79	9	9%
Jumlah		75	75%

Pada tabel dapat dilihat bahwa sebaran frekuensi skor variabel kepuasan pelanggan (Y) hasil tertinggi terletak pada skor 57-61 sebesar 24 (24%) dan hasil terendah terdapat pada skor 37-41 sebesar 1 (1%) dan skor 42-46 sebesar 1 (1%). Berdasarkan distribusi frekuensi tersebut dapat digambarkan dalam bentuk histogram sebagai berikut :



**Gambar Histogram Skor Variabel kepuasan pelanggan (Y)**

## 2. Pengujian Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji ini menggunakan teknik analisis Kolmogorov-Smirnov dengan nilai signifikansi 5% atau 0,05. Apabila nilai hasil uji signifikansi lebih dari 0,05 maka data tersebut memiliki distribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai hasil uji signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut disajikan hasil uji normalitas:

**Tabel Hasil uji normalitas**

No	Variabel	Sig	$\alpha$	Kesimpulan
1	Kualitas makanan	0,546	0.05	Normal
2	Kualitas pelayanan	0,668	0.05	Normal
3	Lokasi	0,694	0.05	Normal
4	Kepuasan pelanggan	0,127	0.05	Normal

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa masing masing variabel yaitu kualitas makanan memiliki nilai sig 0,546, kualitas pelayanan memiliki nilai sig 0,668, lokasi memiliki nilai sig 0,694 dan kepuasan pelanggan memiliki nilai sig 0,127. Hasil tersebut menunjukkan bahwa angka signifikansi (sig)>0,5, sehingga variabel kualitas makanan, kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pelanggan dinyatakan normal

### b. Uji Linieritas

Uji linearitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linear. Kriteria hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dikatakan linear, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Hasil uji linieritas disajikan berikut ini:

**Tabel Hasil uji linieritas Kualitas makanan dan Kepuasan Pelanggan**

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

kepuasan konsumen * Kualitas Makanan	Between Groups	(Combined)	2209,791	32	69,056	1,436	,135
		Linearity	124,386	1	124,386	2,587	,115
		Deviation from Linearity	2085,405	<b>31</b>	67,271	<b>1,399</b>	<b>,154</b>
	Within Groups	2019,595	<b>42</b>	48,086			
Total		4229,387	74				

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari output diatas hasil uji linearitas dapat kita lihat pada *output ANOVA*. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar  $0.154 > 0,05$  yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel kualitas makanan ( $X_1$ ) dengan variabel Kepuasan pelanggan (Y) diketahui  $F_{hitung}$  1,399 dan di peroleh nilai  $F_{tabel}$  pada pembilang 31 dan penyebut 42 sebesar 1,68. Karena  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel Kualitas makanan ( $x_1$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Tabel Hasil Uji Linearitas Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan konsumen * kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	3371,375	32	105,355	5,157	,000
		Linearity	2422,135	1	2422,135	118,564	,000
		Deviation from Linearity	949,240	<b>31</b>	30,621	<b>1,499</b>	<b>,110</b>
	Within Groups	858,012	<b>42</b>	20,429			
Total		4229,387	74				

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari output diatas hasil uji linearitas dapat kita lihat pada *output ANOVA*. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar  $0,110 > 0,05$  yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan variabel Kepuasan pelanggan (Y) diketahui  $F_{hitung}$  1,499 dan di peroleh nilai  $F_{tabel}$  pada pembilang 31 dan penyebut 42 sebesar 1,68. Karena  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel kualitas Pelayanan ( $x_2$ ) terhadap Kepuasan pelanggan (y).

**Tabel 13 Hasil Uji Linearitas Lokasi dan Kepuasan Pelanggan**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan konsumen * lokasi	Between Groups	(Combined)	1999,196	27	74,044	1,560	,089
		Linearity	890,726	1	890,726	18,772	,000
		Deviation from Linearity	1108,470	26	42,633	,898	,607
	Within Groups		2230,190	47	47,451		
	Total		4229,387	74			

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Dari output diatas hasil uji linearitas dapat kita lihat pada *output ANOVA*. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada *Deviation from Linearity* sebesar  $0,607 > 0,05$  yang artinya terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel lokasi ( $X_3$ ) dengan variabel kepuasan Pelanggan (Y) diketahui  $F_{hitung}$  0,898 dan di peroleh nilai  $F_{tabel}$  pada pembilang 26 dan penyebut 47 sebesar 1,72. Karena  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

### c. Uji Homogen

Uji homogen digunakan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak dalam suatu populasi. Berdasarkan hasil ujian linieritas diperoleh hasil:

**Tabel Uji Homogenitas Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan**

Test of Homogeneity of Variances
x1

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,554	18	47	,114

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Diketahui bahwa hasil dari uji homogen untuk variabel kualitas makanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh sig. 0,114 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang diuji tersebut homogen.

**Tabel**  
**Uji Homogenitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Test of Homogeneity of Variances			
Kualitas pelayanan			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,869	18	47	,002

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Diketahui bahwa hasil dari uji homogen untuk variabel kualitas makanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh sig. 0,02 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang diuji tersebut tidak homogen.

**Tabel Uji Homogenitas lokasi dan Kepuasan Pelanggan**

Test of Homogeneity of Variances			
Lokasi			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3,055	18	47	,257

Diketahui bahwa hasil dari uji homogen untuk variabel kualitas makanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh sig. 0,257 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang diuji tersebut homogeny

### 3. Pengujian model analisis

#### a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan hubungan antara dependen dengan variabel-variabel independennya. Apabila variabel independennya mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen berhubungan positif atau negatif, penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X<sub>1</sub> = Kualitas Makanan

X<sub>2</sub> = kualitas Pelayanan

X<sub>3</sub> = lokasi

a = konstanta

**Tabel Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,821	5,372		,525	,601
	Kualitas Makanan	,133	,056	,174	2,389	,020
	kualiatas Pelayanan	,593	,055	,735	10,838	,000
	lokasi	,243	,070	,255	3,478	,001

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPS

$$Y = 2,821 + 0,133 + 0,593 + 0,243$$

Persamaan Regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 2,821, artinya jika Kualitas makanan, Kualitas pelayanan dan tagline “gratis ongkir” adalah 0, maka Kepuasan Pelanggan nilainya sebesar 2,821
2. Koefisien regresi variabel Kualitas makanan x1 sebesar 0,133 yang artinya jika Kualitas makanan mengalami kenaikan 1% maka Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 13,3% dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi kenaikan antara Kualitas makanan (x1) dengan Kepuasan Pelanggan (y), semakin naik Kualitas makanan maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan.
3. Koefisien regresi variabel Kualitas pelayanan x2 sebesar 0,593 yang artinya jika Kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1% maka Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 59,3% dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi kenaikan antara Kualitas pelayanan (x2) dengan keputusan pembelian (y), semakin naik Kualitas pelayanan maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan.
4. Koefisien regresi variabel Lokasi (x3) sebesar 0,243 yang artinya jika Lokasi mengalami kenaikan 1% maka Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 24,3% dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi kenaikan antara Lokasi (x3) dengan keputusan pembelian (y), semakin naik lokasi maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan.

#### 4. Pengujian Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh langsung atau tidak terhadap variabel dependennya. Uji ini menggunakan  $t_{tabel}$  1,992 apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis alternatif diterima. Apabila variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil uji t adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t untuk variabel Kualitas makanan dengan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (2,389)  $>$   $t_{tabel}$  (1,992) dengan nilai signifikan (0,02)  $<$  (0,05). Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  tidak diterima, sehingga secara parsial variabel Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung. Nilai  $t_{hitung}$  positif menunjukkan bahwa Kualitas makanan mempunyai hubungan yang searah dengan Kepuasan Pelanggan yang berarti apabila Kualitas makanan meningkat maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat.
2. Berdasarkan uji t untuk variabel Kualitas pelayanan dengan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (10,838)  $>$   $t_{tabel}$  (1,992) dengan nilai signifikan (0,00)  $<$  (0,05) Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  tidak diterima, sehingga secara parsial variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung. Nilai  $t_{hitung}$  positif menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang searah dengan Kepuasan Pelanggan yang berarti apabila Kualitas pelayanan meningkat maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat.
3. Berdasarkan uji t untuk variabel Lokasi dengan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  (3,478)  $>$   $t_{tabel}$  (1,992) dengan nilai signifikan (0,00)  $<$  (0,05). Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  tidak diterima, sehingga secara parsial variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung. Nilai  $t_{hitung}$  positif menunjukkan bahwa Lokasi mempunyai hubungan yang searah dengan Kepuasan Pelanggan yang berarti apabila Lokasi meningkat maka Kepuasan Pelanggan juga akan meningkat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas makanan, Kualitas pelayanan dan Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

##### b. Uji Signifikansi (Uji F)

Untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen yaitu Kualitas makanan, Kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan, digunakan uji F-hitung. Apabila probabilitas tingkat signifikansi uji F-hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi tertentu yakni 5%, maka pengaruh variabel independen yaitu Kualitas makanan, Kualitas pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan adalah signifikan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel:

**Tabel 18 Hasil Pengujian bersama-sama (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2971,862	3	990,621	55,931	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1257,525	71	17,712		
	Total	4229,387	74			
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						
b. Predictors: (Constant), lokasi, kualiatas Pelayanan, Kualitas Makanan						

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan uji F untuk variabel Kualitas makanan, Kualitas pelayanan dan Lokasi diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 55,931 dengan nilai signifikansi 0.000 Diperoleh nilai F tabel dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%  $\alpha=5\%$  nilai  $df_1=3$  dan  $(df_2)= (n-k-1)= 75-3-1=71$  maka nilai  $F_{tabel}$  adalah 2,34. nilai  $F_{hitung} 55,931 > F_{tabel} 2,73$  dengan nilai signifikansi  $< 0.05$  maka.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas makanan ( $x_1$ ), Kualitas pelayanan ( $x_2$ ) dan lokasi( $x_3$ ) secara bersama- sama berpengaruh terhadap variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung

### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan untuk menerangkan variasi variabel dependen. Dapat dilihat perhitungan pada tabel berikut ini

**Tabel Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 <sup>a</sup>	,703	,690	4,20852
a. Predictors: (Constant), lokasi, kualiatas Pelayanan, Kualitas Makanan				
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen				

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS.

Berdasarkan nilai R square sebesar 0,703 yang dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel Kualitas makanan, Kualitas pelayanan dan Lokasi memberikan kontribusi yang

cukup kuat pada variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan sebesar 70,3% dan sisanya 29,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variabel Pengaruh Kualitas makanan, Kualitas pelayanan Dan Lokasi Terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya Kualitas makanan maka terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung akan meningkat.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin bagusnya Kualitas pelayanan maka terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung akan meningkat.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan semakin strategis dan mudah untuk di jumpai lokasi rumah makan tersebut maka terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung akan meningkat.
4. Secara bersama-sama semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas makanan, Kualitas pelayanan dan Lokasi mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan pada Rumah Makan Mama Alya di Bandar Lampung.

### **B. Saran**

Adapun saran-saran yang diberikan melakukan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan oleh karena itu, pihak rumah makan disarankan untuk menjaga dan meningkatkan Kualitas makanan yang positif di benak konsumen, dengan cara memberikan makanan yang fres atau yang lezat sesuai permintaan konsumen dengan sebaik mungkin sesuai dengan makanan yang ditawarkan, sehingga akan tercipta Kualitas makanan yang positif di mata pelanggan, dan pada akhirnya dapat mendorong munculnya pembelian di masa mendatang.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan oleh karena itu, pihak rumah makan disarankan untuk menjaga, dan membuat nyaman konsumen yang ingin makan di rumah makan mama Alya dengan cara meningkatkan standar pelayanan pada rumah makan tersebut, sehingga konsumen yang membeli makanan di rumah makan mama Alya merasa senang dengan Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan. sehingga pada akhirnya dapat mendorong munculnya pembelian di masa mendatang.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan oleh karena itu, pihak rumah makan mama Alya disarankan untuk membuat atau menciptakan tempat yang strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen, sehingga konsumen tidak perlu bingung untuk mencari rumah makan yang akan ia tuju.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, pengendalian*, Prestice Hall. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Selemba Empat
- Imam, Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Philip Kotler dan Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Erlangga. Jakarta.
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Sugiyono, 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- West, W., Dan Harger.2007.*Advertising Dan Promotion: An IMC Perspective*.8.