

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono, (2016). Jenis kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat potivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu”. Penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner. Menurut Kasiram (2008) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Warung Panggang Ayam Bangi, tempatnya di Dsn. Bangi Ds. Woromarto Kec. Purwoasri Kab. Kediri (depan SDN Woromarto 1) Jawa Timur 64154

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016), mengatakan bahwa populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang

mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Warung Ayam Panggang Bangi yang beli dimakan di tempat sebanyak 400 pelanggan pada tahun 2023.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menggunakan teknik accidental sampling pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019) teknik accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Fadhli et al., 2021)

Penentuan jumlah sampel diambil dengan menggunakan metode slovin, berikut rumus dan keterangannya :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana : n : ukuran sampel

N : jumlah sampel

e : kesalahan dalam pengambilan sampel 5%

$$n = \frac{400}{1 + 400(0,05)^2}$$
$$= 200$$

Berdasarkan perhitungan diperoleh sampel sebanyak 200 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 200 responden.

D. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan dua metode pengambilan data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer yaitu data pokok yang diperoleh dari lapangan secara langsung. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian yaitu Warung Panggang Ayam Bangi di Dsn. Bangi Ds. Woromarto Kec. Purwoasri Kab. Kediri (depan SDN Woromarto 1) melalui wawancara dan koesioner yang diberikan secara langsung kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset sendiri untuk tujuan lain. Perisethanya mencatat mengakses atau meminta data tersebut kepada pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan. Dan juga dari sumber-sumber bacaan yang berkaitan dengan materi yang akan dibahas, seperti: buku-buku, catatan, internet yang memberikan informasi tentang kualitas produk penjualan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data. Adapun metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan berupa google form kepada responden untuk dijawabnya. Jumlah pertanyaan yang memadai adalah antara 25 s/d 35 pertanyaan. Kuesioner akan dibagikan kepada para konsumen Warung Panggang Ayam Bangi. Peneliti memberikan kuesioner kepada responden untuk diisi sesuai dengan pendapat responden.

F. Definisi Operasional Variabel dan Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016) variabel adalah atribut dari sekelompok orang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu. Variabel dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi variabel terikat dan variabel bebas. Sesuai dengan judul, terdapat empat variabel yaitu kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga dan kepuasan pelanggan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1.	Kualitas Produk	Kualitas produk Panggang Ayam Bangi adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, ini termasuk dalam faktor eksternal seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur dan rasa	<ul style="list-style-type: none"> - Cita rasa yang khas - Kualitas dari bahan baku - Kuantitas atau porsi - Variasi menu dan variasi jenis - Higienitas atau kebersihan dari produk - Inovasi 	Menurut Sugianto dan Suguharto (2013:7)
2.	Kualitas Layanan	Pengertian Kualitas Pelayanan Warung Panggang Ayam Bangi yang berhubungan dengan pemenuhan dan harapan kebutuhan konsumen. Yang artinya, layanan bisa disebut berkualitas apabila dapat memenuhi sebagian besar harapan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tangibles</i> (bukti fisik) penampilan pelayan dalam melayani - Reliability (keandalan) kecermatan pelayan dalam melayani - <i>Responsiveness</i> (ketanggapan) pelayan dalam melayani - <i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian) pelayan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan - <i>Empathy</i> (Perhatian) pelayanan dengan sikap ramah 	Menurut Tjiptono, (2007) dan Luptoadi <i>et al.</i> , (2011)
3.	Persepsi Harga	Persepsi harga Warung Panggang Ayam Bangi yaitu	-Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Menurut Tjiptono (2008)

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		sesuatu yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk	-Kesesuaian harga dengan manfaat -Harga bersaing	
4	Kepuasan Pelanggan	kepuasan pelanggan Warung Panggang Ayam Bangi adalah ungkapan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan dengan kenyataan yang diperoleh	- Kesesuaian harapan - Minat berkunjung kembali - Kesiediaan merekomendasikan	Menurut Subroto <i>et al</i> , (2004) dan Indrasari, (2019)

G. Pengukuran Variabel

Penelitian ini diukur menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner berupa google form dan diukur menggunakan skala likert dengan nilai 1 sampai 5. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator variable, kemudian indikator tersebut dijadikan untuk menyusun item instrument yang berupa pertanyaan. Berikut merupakan pembagian skalanya :

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala	Kategori
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (ST)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

H. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Menurut Sugiyono (2016), kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut, untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik, maka sebelum dilakukan uji statistik terlebih dahulu daya yang diperoleh harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas agar hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.

Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut tidak valid.

Rumus yang digunakan adalah Teknik korelasi *Product Moment*, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

R = koefisien korelasi yang dicari.

X = skor tiap item/butir.

Y = skor total/seluruh item.

N = jumlah responden (total sampel).

2. Uji Reliabilitas

Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui keandalan dari alat yang diukur. Uji reliabilitas dalam penelitian ini koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan karena menggambarkan variasi item, baik untuk format benar atau salah, seperti pada skala likert dengan metode *Alpha Cronbach's*, Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60 (Sugiyono, 2016). Rumus yang digunakan adalah rumus koefisien realibilitas *Alpha Cronch* , sebagai berikut :

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_r^2} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas yang dicari

K = jumlah butir pertanyaan (soal)

σ_b^2 = varians butir pertanyaan.

σ_r^2 = varians skor tes.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar (Sugiyono, 2016).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas (Sugiyono, 2016). Dalam metode ini, cara yang ditempuh adalah dengan meregresikan setiap variabel independen dengan variabel independen lainnya, dengan tujuan untuk mengetahui nilai koefisien r^2 untuk setiap variabel yang diregresikan. Untuk mengetahui adanya multikolinearitas dapat dilihat dari hasil nilai tolerance dan lawannya yakni *Variance Inflation Factor* (VIF). Untuk mengetahui hal tersebut apabila nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 maka dapat menunjukkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sujarweni, (2015) “Uji Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya”. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.

J. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium) apabila dua atau lebih variabel V independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi atau nilainya dinaik turunkan (Sugiyono, 2016). Membuat persamaan garis regresi tiga prediktor

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

Keterangan :

Y : Kepuasan pelanggan

a : Bilangan konsta

X_1 : Kualitas produk

X_2 : Kualitas layanan

X_3 : Persepsi harga

$B_1B_2B_3$: Koefisien prediktor 1, koefisien prediktor 2, koefisien prediktor 3

K. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji-T)

Menurut jurnal Yusup, (2018), dalam menjelaskan bahwa yang diuji adalah individu uji statistik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), signifikasinya 5%. Fungsi uji-t adalah untuk menguji variabel bebas (independen) apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Dengan rumus seperti dibawah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

$t = t_{hitung}$ yang selanjutnya dibandingkan dengan

t_{tabel}

r = Korelasi parsial yang ditentukan n

= Jumlah Sampel

Uji-t dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai seperti pada dibawah ini :

- a. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka variabel bebas (independen) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) ataupun H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- b. Apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka variabel bebas (independen) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) ataupun H_0 diterima dan H_1 ditolak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan seluruh pelanggan pada Warung Ayam Panggang Bangi, sehingga jawaban responden dijamin keabsahannya. Pelanggan yang menjadi sampel pada penelitian sebanyak 200 orang. Berikut gambaran umumnya:

(1) Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Warung Ayam Panggang Bangi dengan kategori jenis kelamin, maka didapatkan hasil data sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	72	36,0%
2	Perempuan	128	64,0%
	Total	200	100%

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil pada tabel diatas diketahui jumlah pelanggan berdasarkan jenis kelaminnya, maka didapatkan jika mayoritas pelanggan didominasi oleh perempuan. Hal ini bisa saja disebabkan karena tingginya keinginan kuliner pada diri seorang Wanita yang menjadikannya senang menikmati kuliner legendaris saat berkunjung ke daerah Bangi.

(2) Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Warung Ayam Panggang Bangi dengan kategori usia, maka didapatkan hasil data sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	< 15 Tahun	10	5,0%
2	16-20 Tahun	20	10,0%
3	21-25 Tahun	8	4,0%
4	26-30 Tahun	44	22,0%
5	31-35 Tahun	42	21,0%
6	35-40 Tahun	45	22,5%
7	> 40 Tahun	31	15,5%
	Total	200	100%

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil pada tabel diatas diketahui jumlah responden berdasarkan usianya, maka diketahui jika pada saat penelitian ini dilakukan , pengunjung yang dominan mendatangi warung adalah mereka dengan rentan usia matang. Hal ini bisa juga dikarenakan mereka adalah orang yang telah berumur dan tidak terlalu terikat kerja atau malah mereka ingin melepaskan kepenatan selama seminggu bekerja dengan *selfreward* kuliner pada Warung Ayam Panggang Bangi. Sehingga dengan demikian mereka akan merasa senang.

(3) Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada Warung Ayam Panggang Bangi dengan kategori pekerjaan, maka didapatkan hasil data sebagai berikut :

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	PNS	72	36,0%
2	Wirausaha	41	20,5%
3	Mahasiswa	26	13,0%

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
4	Wiraswasta	61	30,5%
	Total	200	100%

Sumber: Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil uji frekuensi yang dilakukan untuk mengetahui jumlah responden berdasarkan pekerjaannya, maka dapat disimpulkan jika pelanggan yang mendominasi di saat penelitian ini dilakukan adalah mereka yang bekerja sebagai Wiraswasta. Hal ini bisa saja terjadi dikarenakan mereka sebagai Wiraswasta ingin mengeksplor kuliner untuk sekedar hiburan atau untuk dipelajari mulai dari citarasa yang khas hingga bisnis yang ampu bertahan hingga saat ini.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana tanggapan responden terhadap variabel yang disajikan dalam penelitian ini diantaranya, kualitas produk (X_1), kualitas layanan (X_2), dan Persepsi Harga (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Warung Ayam Panggang Bangi. Berikut pemaparan hasil uji frekuensi menggunakan SPSS Versi 25 pada variabel dalam penelitian :

(1) Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X_1)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada pelanggan Warung Ayam Panggang Bangi, maka berikut merupakan hasil dan pemaparan tanggapan responden terhadap pernyataan tentang kualitas produk (X_1) :

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X₁)

Item	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Rata - Rata	Keterangan
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X _{1.1}	-	-	4	2,0	3	18,7	45	22,5	11	57,4	4,35	Sangat Baik
X _{1.2}	-	-	9	4,5	4	20,1	51	25,5	99	49,5	4,20	Baik
X _{1.3}	-	-	1	0,5	7	36,2	60	30,0	67	33,5	3,97	Baik
X _{1.4}	-	-	1	0,5	4	24,9	72	36,0	78	39,0	4,14	Baik
X _{1.5}	-	-	1	0,5	2	13,6	91	45,5	82	41,0	4,27	Sangat Baik
X _{1.6}	-	-	8	4,0	9	4,5	12	62,4	59	29,5	4,17	Baik

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil uji frekuensi pada tabel 4.4 diatas, maka berikut merupakan pemaparan tentang bagaimana tanggapan responden teradap kualitas produk (X₁) yang dimiliki oleh Warung Ayam Panggang Bangi :

1. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka didapatkan rata-rata jawaban yang tergolong sangat baik. Hal ini menunjukkan jika banyak pelanggan yang cocok dengan olahan ayam panggang Bangi. Sebab, olahan yang memang dimasak menggunakan bumbu rahasia ini mampu menyajikan kuliner legendaris yang enak.
2. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui rata-rata jawaban pelanggan tergolong baik. Sehingga dapat disimpulkan jika mayoritas pelanggan membenarkan tentang bahan baku yang digunakan memang yang terbaik. Bagi setiap pelanggan penggunaan bshsn baku pilihan adalah hal yang sanga penting karena akan berpengaruh pada cita rasa masakan.

3. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui rata-rata jawaban yang diperoleh tergolong baik. Hal ini menunjukkan jika tidak semua pelanggan setuju dengan porsi yang dihidangkan dan penyebabnya dikarenakan selera setiap pelanggan berbeda. Walaupun tidak sedikit pula yang setuju dengan porsi makanan pada Rumah Makan Ayam Panggang Bangi.
4. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui jika rata-rata jawaban tergolong baik. Hal ini menunjukkan jika sebagian pelanggan menyukai kuliner ayam bangi karena olahannya fokus untuk ayam dan mempertahankan bumbu yang menjadikan cita rasa tetap khas walaupun telah lama berdiri. Namun tidak sedikit pula yang menyatakan kurang setuju, karena mereka menginginkan macam olahan lain yang mampu mendampingi olahan utama.
5. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui jika rata-rata jawaban tergolong sangat baik. Hal ini menunjukkan jika mayoritas pelanggan membenarkan tentang kebersihan warung makan yang selalu terjaga dan juga ke higienisan hidangan yang disajikan.
6. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui jika rata-rata jawaban tergolong baik. Hal ini menunjukkan jika sebagian pelanggan senang dengan kehadiran es cendol sebagai penyegar baru di Warung Makan Ayam Panggang Bangi. Walaupun Sebagian lainnya berharap akan ada minuman lain yang mampu dimunculkan untuk menambah variasi produk.

(2) Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan

(X₂)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada pelanggan Warung Ayam Panggang Bangi, maka berikut merupakan hasil dan pemaparan tanggapan responden terhadap pernyataan tentang kualitas layanan (X₂) :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X₂)

Item	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Rata - Rata	Keterangan
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X _{2.1}	-	-	-	-	14	7,40	21	10,5	16	82,5	4,76	Sangat Baik
X _{2.2}	-	-	-	-	-	-	142	71,0	58	29,0	4,29	Sangat Baik
X _{2.3}	-	-	-	-	-	-	96	48,0	104	52,0	4,52	Sangat Baik
X _{2.4}	-	-	-	-	-	-	36	18,0	164	82,0	4,82	Sangat Baik
X _{2.5}	-	-	-	-	-	-	124	62,0	76	38,0	4,38	Sangat Baik

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil uji frekuensi pada tabel 4.5 diatas, maka berikut merupakan pemaparan tentang bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas layanan (X₂) yang dimiliki oleh Warung Ayam Panggang Bangi :

1. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui jika rata-rata jawaban tergolong baik. Hal ini menunjukkan jika mayoritas pelanggan senang dengan pelayanan yang cekatan saat mereka berkunjung pada Warung Ayam Panggang Bangi.
2. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui rata-rata jawaban tergolong sangat baik. Hal ini menunjukkan mayoritas pelanggan meyakini jika setiap

pelayan memiliki skill yang mumpuni. Sebab selama mereka berada di Rumah Makan selalu merasa mendapat pelayanan yang baik dan terpenuhi setiap keinginannya.

3. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui rata-rata jawaban responden tergolong sangat baik. Hal ini menunjukkan jika pelanggan membenarkan saat mereka berkunjung kondisi Warung yang ramai tetap terjaga kebersihannya. Sebab hal ini menjadi salah satu kunci untuk pelanggan nyaman saat berkunjung dan selalu ingin kembali berkunjung.
4. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui jika rata-rata jawaban tergolong sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan senang akan penyajian yang selalu fresh, memperhatikan kesehatan para pembeli, hingga membuat cita rasa bertahan dengan bahan baku yang berkualitas baik.
5. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui rata-rata jawaban tergolong sangat tinggi. Hal ini menunjukkan jika pelanggan setuju apabila pelayanan yang diberikan selalu maksimal dan cepat tanggap. penilaian ini diberikan saat mereka melihat setiap karyawan yang cekatan dan tanggap dengan kedatangan pelanggan, kemudian penyajian makanns yang tidak perlu menunggu dengan waktu yang lama, dan masih banyak lagi.

(3) Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga (X_3)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada pelanggan Warung Ayam Panggang Bangi, maka berikut merupakan hasil dan pemaparan tanggapan responden terhadap pernyataan tentang persepsi harga (X_3) :

Tabel 4.6
Tanggapan Resonden Terhadap Persepsi Harga (X₃)

Item	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Rata - Rata	Keterangan
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X _{3.1}	-	-	5	2,5	6	3,0	12	6,0	17	88,5	4,81	Sangat Baik
X _{3.2}	-	-	-	-	10	5,0	49	24,5	14	70,5	4,66	Sangat Baik
X _{3.3}	-	-	-	-	11	5,5	133	66,5	56	28,0	4,23	Sangat Baik

Sumber: Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil uji frekuensi pada tabel 4.6 diatas, maka berikut merupakan pemaparan tentang bagaimana tanggapan responden teradap persepsi harga (X₃) yang dimiliki oleh Warung Ayam Panggang Bangi :

1. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui jika rata-rata jawaban tergolong sangat tinggi. Hal ini menunjukkan jika pelanggan merasa harga yang dipasang oleh Warung Ayam Panggang Bangi masuk akal dan sesuai dengan yang diperoleh oleh pelanggan.
2. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui jika rata-rata jawaban tergolong sangat tinggi. Hal ini menunjukkan pelanggan membenarkan jika sajian yang diberikan sesuai dengan harga yang dibayarkan. Sehingga pelanggan tidak merasa keberatan dengan harga yang harus dibayar, karena merasa puas dengan hidangannya.
3. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui jika rata-rata jawaban tergolong sangat tinggi. Hal ini menunjukkan jika para pelanggan tertarik untuk kulineran pada Warung Ayam Bangi dikarenakan harga yang dianggap wajar dengan produk yang dianggap mampu memuaskan.

(4) Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

(Y)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada pelanggan Warung Ayam Panggang Bangi, maka berikut merupakan hasil dan pemaparan tanggapan responden terhadap pernyataan tentang kepuasan pelanggan (Y) :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan

Item	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		Rata-Rata	Keterangan
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X _{3.1}	-	-	4	2,0	10	5,0	11	5,5	175	87,5	4,79	Sangat Baik
X _{3.2}	-	-	-	-	8	4,0	16	8,0	176	87,5	4,84	Sangat Baik
X _{3.3}	-	-	6	3,0	8	4,0	16	8,0	170	85,0	4,75	Sangat Baik

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil uji frekuensi pada tabel 4.7 diatas, maka berikut merupakan pemaparan tentang bagaimana tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang dimiliki oleh Warung Ayam Panggang Bangi :

1. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka dapat diketahui jika rata-rata jawaban tergolong sangat baik. Hal ini menunjukkan jika banyaknya pelanggan yang terpuaskan sebab ekspektasinya mampu terpenuhi oleh realita.
2. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui rata-rata jawaban yang tergolong sangat baik. Hal ini menunjukkan jika pelanggan mayoritas senang akan ciri khas olahan ayam bangi.
3. Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka diketahui jika rata-rata jawaban tergolong sangat baik. Hal ini menunjukkan jika pelanggan merasa dirinya terpuaskan hingga dengan sukarela merekomendasikan Warung Ayam Panggang Bangi kepada orang terdekat.

3. Hasil Analisis Statistik

(1) Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur instrument dalam kuesioner penelitian atau juga bisa disebut dengan suatu pengubah untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan mampu mengukur item yang telah disediakan:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	X _{1.1}	0,773	0,000	Valid
	X _{1.2}	0,817	0,000	Valid
	X _{1.3}	0,870	0,000	Valid
	X _{1.4}	0,916	0,000	Valid
	X _{1.5}	0,763	0,000	Valid
	X _{1.6}	0,738	0,000	Valid
Kualitas Layanan (X ₂)	X _{2.1}	0,656	0,000	Valid
	X _{2.2}	0,455	0,002	Valid
	X _{2.3}	0,448	0,000	Valid
	X _{2.4}	0,688	0,002	Valid
	X _{2.5}	0,551	0,000	Valid
Persepsi Harga (X ₃)	X _{3.1}	0,719	0,000	Valid
	X _{3.2}	0,816	0,000	Valid
	X _{3.3}	0,671	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y ₁	0,649	0,000	Valid
	Y ₂	0,612	0,000	Valid
	Y ₃	0,528	0,000	Valid

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.8 diatas, maka dapat diketahui jika seluruh variabel (kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan jika seluruh item pada setiap variabel dinyatakan valid.

(2) Hasil Uji Reliabilitas

Menurut Wi-Ad'ha (2019) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Dasar pengambilan keputusan pada Uji Reliabilitas dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* harus $> 0,60$. Berikut merupakan hasil uji yang telah dilakukan oleh peneliti:

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standart Reliabel	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,896	0,60	Reliabel
Kualitas Layanan (X_2)	0,719	0,60	Reliabel
Persepsi Harga (X_3)	0,776	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,817	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

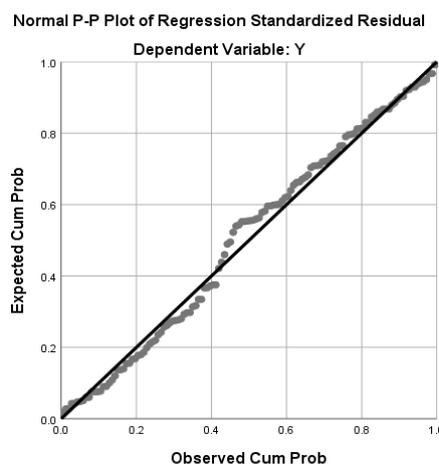
Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.9 diatas, maka diketahui jika semua variabel (kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga) memiliki nilai *cronbach;s alpha* $> 0,60$. Hal ini membuktikan jika setiap item pada variabel dinyatakan reliabel atau layak digunakan sebagai alat ukur penelitian.

(3) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan hasil analisis yang memenuhi syarat BLUE (*Best Liniear Unbias Estimator*) atau dengan kata lain agar hasil analisis tidak bias (Ningsih 2022). Berikut uji asumsi klasik yang akan digunakan:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebarandata tersebut berdistribusi normal atau tidak Fahmeyzan et al., (2018). Data dikatakan memenuhi uji normalitas jika plot menyebar mengikuti garis diagonalnya sehingga data terdistribusi normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas :



Gambar 4.2
Hasil P-Plot Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 4.2 diatas, maka diketahui jika plot menyebar dengan mengikuti garis diagonalnya. Dengan demikian maka data terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang digunakan untuk melihat ada dan tidaknya nilai korelasi yang tinggi antara variabel bebas (kualitas produk (X_1), kualitas layanan (X_2), dan persepsi harga (X_3)) dalam satu model regresi linier berganda. Dasar pengambilan keputusan dengan melihat nilai $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,10$. Berikut merupakan hasil uji multikolinieritas yang dihitung dengan program SPSS:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,816	6,726	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Layanan (X_2)	0,729	7,126	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi Harga (X_3)	0,718	6,172	Tidak terjadi multikolinieritas

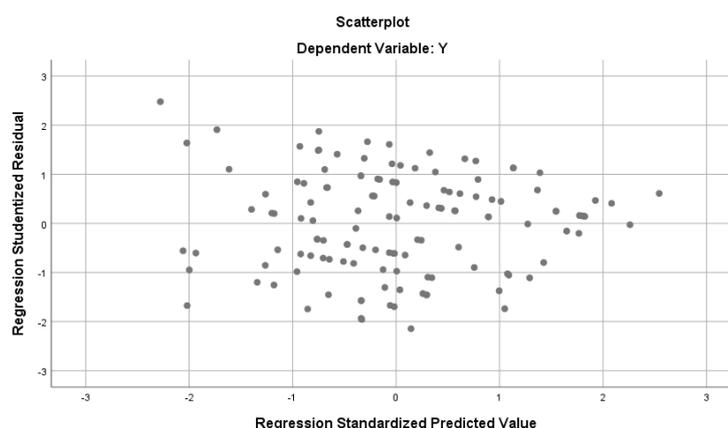
Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.10 diatas, maka berikut merupakan pemaparan datanya :

- 1) Pada variabel kualitas produk (X_1) diketahui memiliki nilai VIF $6,726 < 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,816 > 0,10$. Hal ini emnunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel kualitas produk.
- 2) Pada variabel kualitas layanan (X_2) diketahui memiliki nilai VIF sebesar $7,126 < 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,729 < 0,10$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel kualitas layanan.
- 3) Pada variabel persepsi harga (X_3) diketahui memiliki nilai VIF sebesar $6,172 < 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,718 > 0,10$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel persepsi harga.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamat kepengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varian yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dengan melihat apakah titik menyebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berikut hasil ujinya :



Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.3 di atas, maka diketahui jika titik menyebar dengan baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan jika tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

(4) Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah suatu Menurut Marini et al., (2019) analisis regresi linier berganda merupakan teknik yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Rumus regresi linier berganda. Berikut hasil ujinya:

Tabel 4.11
Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Signifikansi
(Contant)	14,322	0,000
Kualitas Produk (X ₁)	0,513	0,001
Kualitas Layanan (X ₂)	0,769	0,002
Persesi Harga (X ₃)	0,594	0,000

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.11 di atas, maka

berikut pemaparannya :

$$Y = 14,322 + 0,513 (X_1) + 0,769 (X_2) + 0,594 (X_3)$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 14,322 dapat diartikan jika kualitas produk (X_1), kualitas layanan (X_2), dan persepsi harga (X_3) nilainya nol, maka masih terdapat kepuasan pelanggan.
- 2) Koefisien regresi kualitas produk (X_1) sebesar 0,513, sehingga ketika variabel kualitas produk naik, maka nilai kepuasan pelanggan juga naik.
- 3) Koefisien regresi kualitas layanan (X_2) sebesar 0,769, sehingga ketika variabel kualitas layanan naik, maka nilai kepuasan pelanggan juga naik.
- 4) Koefisien regresi persepsi harga (X_3) sebesar 0,594, sehingga ketika variabel persepsi harga semakin terjangkau, maka nilai kepuasan pelanggan juga naik.

(5) Uji t (Uji Parsial)

Uji t (Uji Parsial) merupakan uji yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan dari variabel (Wi-Ad'ha, 2019). Dasar pengambilan keputusan dengan melihat jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_{a1} diterima, begitu pula sebaliknya. Berikut merupakan hasil uji t :

Tabel 4.12
Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Signifikan	Kesimpulan
Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	4,718	1,972	0,001	H_1 diterima H_0 ditolak
Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	3,611	1,972	0,002	H_2 diterima H_0 ditolak
Persepsi Harga (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	5,125	1,972	0,000	H_3 diterima H_0 ditolak

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2023.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, maka berikut merupakan pemaparannya :

3.6 Pada variabel kualitas produk (X_1) diketahui bahwa nilai signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,718 > 1,972$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Ayam Panggang Bangi.

3.7 Pada variabel kualitas layanan (X_2) diketahui bahwa nilai signifikansinya sebesar $0,002 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,611 > 1,972$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Ayam Panggang Bangi.

3.8 Pada variabel persepsi harga (X_3) diketahui bahwa nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $5,125 > 1,972$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Ayam Panggang Bangi.

B. Pembahasan Dan Interpretasi Data

Interpretasi data merupakan suatu poses yang digunakan untuk meninjau data dan sampai pada kesimpulan yang relevan dengan menggunakan berbagai metode analisis. Berikut pemaparan hasil data yang telah diolah oleh peneliti :

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Panggang Ayam Bangi

Kualitas adalah suatu keseluruhan ciri dan karekteristik yang dimiliki suatu produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunaanya (Fajar *et al.*,

2010). Makanan merupakan produk utama dari sebuah restoran. Konsumen mempertimbangkan kualitas produk (makanan) yang akan mereka beli, hal ini karena konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk yang mereka terima dengan kualitas produk yang baik konsumen akan terpenuhi keinginan dan kebutuhannya akan suatu produk (Sari et al., 2017).

Kualitas suatu produk dapat diukur melalui beberapa indikator yang mana menurut Sugianto (2013) diantaranya cita rasa yang khas, kualitas, kuantitas atau porsi, variasi menu dan variasi jenis, higienitas atau kebersihan, dan inovasi. Kualitas produk mampu secara maksimal mempengaruhi kepuasan pelanggan yang mencoba olahan Ayam Panggang Bangi dikarenakan mereka telah membeli lebih dari satu kali, bahkan walaupun yang berkunjung baru satu kali datang, namun setelah merasakan olahannya yang khas, mereka memutuskan untuk membeli lagi untuk dibawa pulang ke rumah asalnya sebagai oleh-oleh. Hal ini cukup membuktikan jika sebuah Restaurant mampu memberikan kualitas produk terbaik, maka akan dengan mudah memunculkan kepuasan pada diri pelanggan.

Pernyataan ini dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan Saragih (2019) bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Mskan Bebek Hj. Slamet Cabang Kartosuro. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi pada hasil uji t sebesar $0,000 < 0,005$.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Panggang Ayam Bangi

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada

dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan diberikan sebagai sebuah tindakan atau perbuatan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani konsumen seperti pada staff *customer service*.

Kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan dapat diukur melalui beberapa indikator, menurut Lupyoadi, (2016) indikator kualitas layanan diantaranya bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan perhatian (*empathy*). Dalam penelitian ini kualitas pelayanan terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang mana hal ini bisa terjadi dikarenakan Rumah Panggang Ayam Bangi memberikan pelayanan yang selalu prima, cekatan, dan tanggap sehingga menjadikan setiap pelanggan yang datang merasa sangat dihargai dan memperoleh pelayanan yang diinginkan.

Pernyataan tersebut dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan Aprillia et al., (2021) yang mana hasilnya menyatakan jika kualitas layanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna Gojek Pada Masa Pandemi Covid 19 di Kota Bandung yang dibuktikan melalui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,844 > 2,036$.

3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Panggang Ayam Bangi

Persepsi harga yaitu sesuatu yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk Parasuraman et al., (1988) Menurut Petter *et al.*, (2000) berpendapat bahwa persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi

mereka. Penilaian terhadap harga sangat dipengaruhi oleh persepsi dari konsumen itu sendiri hingga pada akhirnya suatu produk dapat dikatakan memiliki harga mahal ataupun murah.

Persepsi Harga merupakan hal yang paling penting untuk sebuah penjualan baik produk maupun jasa. Menurut Tjiptono (2008) persepsi harga dapat diukur melalui beberapa indikator diantaranya kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga bersaing. Warung ayam panggang bangi sangat memperhatikan setiap poin dari indikator persepsi harga hingga mampu menerapkan yang telah sesuai dengan target pasar. Persepsi harga yang diberlakukan terbukti mampu memuaskan pelanggan yang datang, karena pelanggan merasa jika harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas serta manfaat produk yang diperoleh saat dikonsumsi. Keseimbangan antara harga dan manfaat produk inilah yang memicu kepuasan pelanggan tercipta didalamnya.

Pernyataan tersebut dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan Nugroho (2021) yang menyatakan jika persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Auntie Anne's Aeon Mall Jakarta Garden City yang dibuktikan melalui nilai signifikansinya sebesar $0,004 < 0,05$.