

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Hasil Penelitian

1.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1.1 Sejarah Singkat Fritto Chicken

Fritto Chicken adalah bisnis makan cepat saji atau yang dikenal dengan jenis makana Fastfood yang pertama berdiri pada tanggal 19 Januari 2020 di Kota Medan. Fritto Chicken mempunyai visi dan misi. Visi yang dianut Fritto Chicken adalah “Chicken for Everyone” Fritto ingin semua orang berhak mendapatkan makanan yang baik, karena makan yang baik dalam kategori enak tidak perlu mahal.

Fritto Chicken memulai usaha ditahun 2020 dengan memulai beberapa outlet. Outlet pertama berdiri di jalan Yos Sudarso atau yang dikenal Fritto Chicken Simpang kantor, Selanjutnya Fritto Chicken membangun Outlet keduanya Di jalan Asia, setelah itu Fritto Chicken membangun di jalan Asia, kemudian disusul membangun outlet terakhir di 2020 di jalan Marelan raya.

Waktu demi waktu Fritto Chicken mulai mendirikan beberapa outlet pada tahun 2021 di kota Medan. Fritto Chicken dituntut untuk bisa menguasai pangsa pasar yang ada di wilayah Kota Medan. Dan dari ketenaran Fritto Chicken sehingga Fritto

Chicken mampu dikenal banyak orang yang dikenal dengan harga makanan yang terjangkau oleh semua kalangan

4.1.2 Hasil Penelitian

4.1.2.1 Identitas Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian.

4.1.2.2 Berdasarkan Usia Responden

Berdasarkan Usia dapat dilihat tabel sebagai berikut ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Berdasarkan Usia responden

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
	<20	0	0.0	0.0	0.0
	20-25	70	70.0	70.0	70.0
	26-30	14	14.0	14.0	84.0
	31-35	8	8.0	8.0	92.0
	36-40	4	4.0	4.0	96.0
	45-50	4	4.0	4.0	4.0
	>50	0	0.0	0.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan karakteristik usia responden pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang terbesar adalah responden yang berusia 20-25 tahun dengan persentase 70%.

Dalam hal ini tentu saja Fritto Chicken merupakan tempat makan yang hampir sebagian konsumennya digemari oleh kalangan yang berusia 20-25 tahun untuk memenuhi kebutuhan makannya. Dikarenakan pada usia 20-25 termasuk usia sangat digemari untuk berkumpul bersama teman teman dan mencari tempat makan yang lagi populer.

4.1.2.3 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Keragaman jenis kelamin responden dapat dilihat sebagai berikut ini :

Tabel 4.2
Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Sumber Data Diolah SPSS 25</i>	Laki Laki	48	48.0	48.0	48.0
	Perempuan	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

erdasarkan karakteristik jenis kelamin pada tabel 4.2 diatas dapat diketahui jumlah responden paling dominan adalah perempuan dibanding laki laki dikarenakan perempuan pada umumnya selalu mencari tempat makan yang sesuai memiliki harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhannya. Banyaknya konsumen berjenis kelamin perempuan dikarenakan perempuan lebih dominan berkumpul bersama teman temannya dikarenakan perempuan selalu mencari tempat yang lagi hits dan populer

4.1.2.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir Pendidikan Terakhir

Berdasarkan Pendidikan Terakhir dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini.

Tabel 4.3
Karakteristik Pendidikan Terakhir

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
	D III	5	5.0	5.0	5.0
	S1	34	34.0	34.0	39.0
	S2	10	10.0	10.0	49.0
	SMA	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Source : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan Karakteristik dari pendidikan terakhir dari tabel 4.3 responden terbesar dari pendidikan terakhirnya adalah. Hal ini mengidentifikasi bahwasannya konsumen yang ada di Fritto Chicken mempunyai tamatan terakhir SMA. Dilihat dari data BPS penghasilan tamatan SMA sebesar 2,75 juta. Dalam hal ini dengan penghasilan 2,75 juta tidak kemungkinan untuk tidak bisa menikmati makanan yang ada di Fritto Chicken dikarenakan harga yang diberikan oleh Fritto Chicken terjangkau disemua kalangan.

4.1.2.5 Berdasarkan Karakteristik Pekerjaan

Berdasarkan karakteristik Pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4
Karakteristik Pekerjaan Responden

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
	Wirausaha	25	25.0	25.0	25.0
	Pegawai Negri Sipil	7	7.0	7.0	32.0
	Pegawai Swasta	24	24.0	24.0	56.0
	Dan lain lain	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan karakteristik dari pekerjaan responden pada tabel 4.4 terdapat jawaban paling dominan dan lain lain. Dalam hal ini Dalam hal ini tentu saja karakteristik berdasarkan pekerjaan konsumen memiliki karakteristik pekerjaan lain lainnya, dalam artian lainnya konsumen Fritto Chicken belum memiliki pekerjaan tetap. Banyaknya konsumen yang ada di Fritto Chicken termasuk kategori yang belum jelas pekerjaannya termasuk masih terdapatnya konsumen Fritto Chicken yang masih duduk di bangku perkuliahan berstatus mahasiswa sehingga tidak memungkinkan untuk tidak bisa makan di Fritto Chicken. Fritto Chicken selalu memberikan harga yang relatif murah dan banyaknya promo promo yang tidak memandang

pekerjaan apa yang sedang dijalani oleh konsumen dalam artian pekerjaan apa saja bisa makan di Fritto Chicken.

4.1.2.6 Jawaban Responden Distribusi

Distribusi jawaban responden terhadap variable kualitas pelayanan (X_1) sebagai berikut.

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Konsumen terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

NO	Pernyataan	Skor Jawaban					Jawab an Rata- Rata
		SS	S	N	TS	STS	
		F	F	F	F	F	
		%	%	%	%	%	
1	Karyawan Fritto Chicken memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat	23	33	10	34	-	3.45
		23%	33%	10%	34%	-	
2	Pelayanan di Fritto Chicken cepat dan tanggap dalam menangani keluhan konsumen	30	58	10	2	-	4.16
		30%	58%	10%	2%	-	
3	Pelayanan Fritto Chicken ramah dan sopan terhadap konsumen	24	48	23	5	-	3.91
		24%	48%	23%	5%	-	
4	Pelayanan di Fritto Chicken memberikan perhatian penuh kepada konsumen	55	21	18	6	-	3.91
		55%	21%	18%	6%	-	
5	Pelayanan di Fritto Chicken bersikap ramah dan professional dalam melayani konsumen	21	63	12	4	-	4.01
		21%	63%	12%	4%	-	

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Dari Hasil Olah data diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada item pernyataan Karyawan Fritto Chicken memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kategori jawaban terbanyak tidak setuju. Hal ini mengidentifikasi adanya pendapat konsumen menjawab tidak setuju dalam artian masih

terdapatnya pelayanan yang ada di Fritto Chicken dalam segi pelayanan masih belum memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Dalam hal ini pelayanan yang ada di Fritto Chicken masih banyaknya anggapan konsumen mengenai kecepatan pelayanan dan ketepatan waktu dalam melayani masih kurang.

2. Pada pernyataan yang menyatakan bawah “Pelayanan di Fritto Chicken cepat dan tanggap dalam dalam menangani keluhan konsumen kategori jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini jawaban konsumen mengenai kualitas pelayanan yang ada di Fritto Chicken dengan jawaban terbanyak artinya konsumen Fritto Chicken dengan jawaban responden yang menjawab jawaban setuju dengan adanya pelayanan yang ada di Fritto Chicken cepat dan tanggap dalam menangani keluhan keluhan konsumen. Makna yang terdapat dalam sebuah item pernyataan yang menyatakan pelayanan yang ada di Fritto Chicken cepat dan tanggap dalam melayani konsumen kebanyakan konsumen menjawab jawaban setuju dengan kecepatan dan ketanggapan pelayanan di Fritto Chicken dalam menangani keluhan keluhan konsumen.
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pelayanan di Fritto Chicken ramah dan sopan terhadap konsumen dengan jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini dapat diartikan bahwasannya pelayanan di Fritto Chicken bersikap ramah dan sopan terhadap

konsumen disaat tidak terjadinya keramaian konsumen Fritto Chicken.

4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pelayanan di Fritto Chicken memberikan perhatian penuh kepada para konsumen memperoleh jawaban terbanyak sangat setuju. Dalam hal ini jawaban konsumen mengenai pelayanan di Fritto Chicken mampu memberikan perhatian penuh kepada konsumen disaat Fritto Chicken tidak mengalami keramaian.
5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pelayanan Fritto Chicken bersikap ramah dan professional dalam melayani konsumen memperoleh jawaban terbanyak setuju. Hal ini berpendapat bahwasanya pelayanan yang ada di Fritto Chicken mampu memberikan pelayanan bersikap ramah terhadap konsumen dan mampu melayani konsumen dengan professional.

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban konsumen terhadap *Store Atmosphere*

NO	Pernyataan	Skor Jawaban					Jawab an Rata- Rata
		SS	S	N	TS	STS	
		F	F	F	F	F	
		%	%	%	%	%	
1	Bagian luar Fritto Chicken terlihat menarik oleh konsumen	41	47	9	3	-	4.26
		41%	47%	9%	3%	-	
2	Suhu ruangan Fritto Chicken sudah sesuai dengan kenyamanan konsumen	2	30	27	41	-	2.93
		2%	30%	27%	41%	-	
3	Tata letak Fritto Chicken sudah termasuk rapi	18	65	13	3	1	3.96
		18%	65%	13%	3%	1%	

4	Dekorasi dinding dinding Fritto Chicken yang menarik perhatian konsumen	16	57	18	8	1	3.79
		16%	57%	18%	8%	1%	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Bagian luar Fritto Chicken terlihat menarik oleh konsumen memperoleh jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini tentu saja menurut konsumen adanya bagian luar Fritto Chicken konsumen menganggap bahwasannya bagian luar Fritto Chickenn terlihat menarik oleh konsumen dikarenakan dekorasi bagian luar Fritto Chicken mampu menarik perhatian konsumen Fritto Chicken.
2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Suhu ruangan Fritto Chicken sudah sesuai dengan kenyamanan konsumen memperoleh jawaban terbanyak tidak setuju. Dalam hal ini mengidentifikasi adanya pendapat konsumen mengenai suhu ruangan yang ada di Fritto Chicken belum termasuk kedalam tingkat kenyamanan dan kepuasan konsumen.
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa tata letak Fritto Chicken sudah termasuk rapi memperoleh jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini mengidentifikasi adanya persepsi konsumen mengenai tata letak yang ada di Fritto Chicken sudah termasuk rapi.
4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Dekorasi dinding dinding Fritto Chicken yang menarik perhatian konsumen”

memperoleh jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini mengidentifikasi adanya pendapat konsumen mengenai Fritto Chicken terhadap dekorasi dinding dinding yang ada di Fritto Chicken menarik perhatian konsumen.

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Konsumen terhadap Variabel Lokasi

NO	Pernyataan	Skor Jawaban					Jawab an Rata- Rata
		SS	S	N	TS	STS	
		F	F	F	F	F	
		%	%	%	%	%	
1	Lokasi Fritto Chicken mudah dijangkau oleh transportasi umum	21	28	27	24	-	3.46
		21%	28%	27%	24%	-	
2	Fritto Chicken dapat dilihat jelas dari kejauhan	21	49	22	8	-	3.83
		21%	49%	22%	8%	-	
3	Kondisi lalu lintas Fritto Chicken terhindar dari kemacetan	22	52	22	4	-	3.92
		22%	52%	22%	4%	-	
4	Fritto Chicken menyediakan lokasi parkir yang luas	15	26	24	35	-	3.21
		15%	26%	24%	35%	-	
5	Fritto Chicken mempunyai ukuran yang cukup luas	26	42	19	13	-	3.81
		26%	42%	19%	13%	-	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Lokasi Fritto Chicken mudah dijangkau oleh transportasi umum” memperoleh

jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini konsumen berpendapat adanya lokasi Fritto Chicken menurut persepsi konsumen adanya lokasi Fritto Chicken mudah untuk dijangkau oleh Transportasi umum.

2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Lokasi Fritto Chicken dapat dilihat jelas dari kejauhan memperoleh jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang ada pada Fritto Chicken menurut pendapat konsumen adanya Fritto Chicken mampu terlihat jelas dilihat dari kejauhan.
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Kondisi lalu lintas Fritto Chicken terhindar dari kemacetan” memperoleh nilai rata jawaban terbanyak setuju. Dalam pernyataan ini menunjukkan bahwa lokasi Fritto Chicken konsumen berpendapat dengan jawaban setuju bahwa lokasi Fritto Chicken keadaan lalu lintas di Fritto Chicken terhindar dari kemacetan.
4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Fritto Chicken menyediakan parkir yang luas” memperoleh jawaban terbanyak tidak setuju. Dalam hal ini mengidentifikasi adanya lokasi Fritto Chicken yang berhubungan dengan tempat parkir menurut jawaban konsumen adanya tidak setuju terhadap Fritto chicken yang menyediakan lokasi parkir yang luas.
5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Fritto Chicken mempunyai ukuran yang cukup luas” memperoleh jawaban

terbanyak setuju. Dalam hal ini mengidentifikasi adanya menurut konsumen dengan kategori jawaban setuju Fritto Chicken mempunyai ukuran yang cukup luas.

Tabel 4.8
Distribusi jawaban Konsumen Variabel Kepuasan Konsumen

	Pernyataan	Skor Jawaban					Jawab an Rata- Rata
		SS	S	N	TS	STS	
		F	F	F	F	F	
		%	%	%	%	%	
1	Konsumen Fritto Chicken merasakan puas dengan yang diberikan Fritto Chicken	48	38	11	3	-	4.31
		48%	38%	11%	3%	-	
2	Konusmen Fritto Chicken merasakan kepuasan dan enggan untuk kembali ke Fritto Chicken	19	44	16	21	-	3.61
		19%	44%	16%	21%	-	
3	Konsumen Fritto Chicken merasa puas dan merekomendasikan Fritto Chicken sebagai tempat makan yang mampu memuaskan konsumen	25	51	20	4	-	3.97
		25%	51%	20%	4%	-	
4	Konsumen merasa puas karena Fritto Chicken memberikan sesuatu yang mampu memuaskan sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen	16	56	16	12	-	3.76
		16%	56%	16%	12%	-	

Sumber : Data Diolah SPSS 25

1. Pernyataan yang menyatakan bahwa “ Konsumen Fritto Chicken merasakan puas dengan yang diberikan Fritto Chicken memperoleh jawaban terbanyak sangat setuju. Hal ini mengidentifikasi adanya kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan oleh Fritto Chicken seperti memberikan Promo-Promo ataupun yang lainnya.

2. Pernyataan yang menyatakan bahwa “Konsumen Fritto Chicken merasakan kepuasan dan enggan untuk kembali ke Fritto Chicken” memperoleh jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini mengidentifikasi adanya kepuasan terhadap konsumen sehingga konsumen tersebut berasumsi untuk kembali ke Fritto Chicken untuk memenuhi kebutuhan makannya.
3. Pernyataan yang menyatakan bahwa “Konsumen merasa puas dan merekomendasikan Fritto Chicken sebagai tempat makan yang mampu memuaskan konsumen” memperoleh jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini mengidentifikasi adanya kepuasan konsumen terhadap Fritto Chicken konsumen tersebut mau merekomendasikan bahwasannya Fritto Chicken merupakan tempat makan yang mampu memuaskan konsumen.
4. Pernyataan yang menyatakan bahwa “Konsumen merasa puas karena Fritto Chicken memberikan sesuatu yang mampu memuaskan sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen” memperoleh jawaban terbanyak setuju. Dalam hal ini konsumen merasa puas karena menurut konsumen dengan nilai rata rata yang menjawab pernyataan kategori setuju tersebut merasakan bahwa Fritto Chicken mampu memuaskan sesuai dengan apa yang konsumen harapkan.

1.2 Analisis Data

1.2.1 Analisis Asusmsi Klasik

4.2.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas biasanya dilakukan melalui pendekatan Kolmogorov smirnov. Kolmogorov smirnov dikatakan normal nilai Asymp.Sig (2-tailed) $> 0,05$.

Tabel 4.9
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91737470
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.045
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.187 ^c
a. Test distribution is Normal.		

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction. N

Sumber : Data diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel uji normalitas diatas, diketahui nilai signifikansi 0,187 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Dengan demikian maka asumsi dan pernyataan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

4.2.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi atau hubungan yang kuat antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolinearitas. Untuk pengujian dilakukan dengan metode tolerance dan VIF (*Variance Inflation*) dimana nilai $VIF < 10$, maka disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	10.337	2.409		4.291	.000		

Kualitas pelayanan	-.039	.101	-.040	-.385	.701	.882	1.134
Store Atmosphere	.082	.108	.076	.757	.451	.940	1.064
Lokasi	.266	.095	.290	2.797	.006	.880	1.136
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen							

Sumber: Data diolah SPSS 25

Dari tabel uji multikolinearitas diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Dengan nilai tolerance $>0,1$ yaitu variabel kualitas pelayanan 0.882 yang artinya $0,882 > 0,1$, variabel *store atmosphere* 0,940 yang artinya $0,940 > 0,1$, dan variabel lokasi 0.880, yang artinya $0,880 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan model regresi penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.
2. Dengan nilai $VIF < 10$ untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 1.134 artinya $1.134 < 10$, variabel *store atmosphere* sebesar 1.064 artinya $1.064 < 10$ dan variabel lokasi sebesar 1.136 artinya $1.136 < 10$.

Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam regresi sehingga data dikatakan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

4.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varians dari nilai residual untuk semua

pengamatan pada model regresi. Heteroskedastisitas merupakan salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linear tidak efisien atau tidak akurat. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau dengan kata lain syarat sebelum kita melakukan analisis regresi linear adalah model regresi dalam penelitian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan uji glejser. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser adalah :

1. Jika nilai signifikan (sig) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikan (sig) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadinya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.12
Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1.423	1.594		.892	.374
	Kualitas pelayanan	.036	.067	.059	.546	.586
	Store Atmosphere	-.044	.072	-.064	-.608	.544
	Lokasi	-.003	.063	-.005	-.046	.963
a. Dependent Variable: RES2						

Sumber : Data diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil uji glejser pada tabel diatas maka dapat dilihat bahwa nilai signifikan pada variabel kualitas pelayanan adalah $0,586 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas, nilai signifikan pada variabel *store atmosphere* adalah $0,544 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas, kemudian pada variabel lokasi adalah $0,963 > 0,05$ yang menunjukkan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Maka dapat disimpulkan dari setiap variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X_1), *store atmosphere* (X_2) dan lokasi (X_3), serta variabel kepuasan konsumen (Y), maka untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat peneliti menggunakan aplikasi SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 25 dari tabel coefficient maka hasil output sebagai berikut :

Tabel 4.13
Analisis Regresi Linear Berganda

	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	10.337	2.409		4.291	.000
	Kualitas pelayanan	-.039	.101	-.040	-.385	.701
	Store Atmosphere	.082	.108	.076	.757	.451
	Lokasi	.266	.095	.290	2.797	.006
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						

Sumber : Data diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas maka pada kolom Unstandardized Coefficients diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 10.337 - 0,039 X_1 + 0,082 X_2 + 0,266 X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Diketahui konstanta sebesar 10.337 dengan koefisien kualitas pelayanan (X_1), *store atmosphere* (X_2), dan lokasi (X_3), bernilai nol (0), maka diperoleh nilai kepuasan konsumen sebesar 10.337. ini berarti walaupun tanpa kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi nilai kepuasan konsumen tetap ada dan positif.
2. Setiap perubahan variabel prediktor kualitas pelayanan (X_1), sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang negatif pada kepuasan konsumen sebesar -0,039 satuan. Dimana asumsinya prediktor *store atmosphere* (X_2), dan lokasi (X_3) besarnya tetap. Dengan demikian prediktor kualitas

pelayanan yang bernilai negatif tersebut mengakibatkan turun satu satuan kualitas pelayanan (X_1), akan memengaruhi berkurangnya nilai kepuasan konsumen sebesar 0,039.

3. Setiap perubahan variabel prediktor *store atmosphere* (X_2) sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif pada nilai kepuasan konsumen sebesar 0,082 satuan, dimana asumsi prediktor kualitas pelayanan (X_1), dan lokasi (X_3) besarnya tetap. Dengan demikian prediktor *store atmosphere* (X_2) yang bernilai positif tersebut setiap tambahan satu satuan akan mempengaruhi bertambahnya nilai kepuasan konsumen sebesar 0,082 satuan.
4. Setiap perubahan variabel prediktor lokasi (X_3) sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif pada nilai kepuasan konsumen sebesar 0,266 satuan, dimana asumsi kualitas pelayanan (X_1) dan *store atmosphere* (X_2) besarnya tetap. Dengan demikian prediktor lokasi (X_3) yang bernilai positif tersebut setiap tambahan satu satuan akan mempengaruhi bertambahnya nilai kepuasan konsumen sebesar 0,266 satuan.

Berdasarkan nilai regresi dari variabel bebas dapat disimpulkan bahwa yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen adalah nilai variabel lokasi (X_3) sebesar 26,6%. Berdasarkan dari keterangan diketahui bahwa

peningkatan terhadap kepuasan konsumen lebih cenderung dipengaruhi oleh variabel lokasi.

4.3 Uji hipotesis

4.3.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengukur secara parsial seberapa besar pengaruh masing – masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t sebagai berikut :

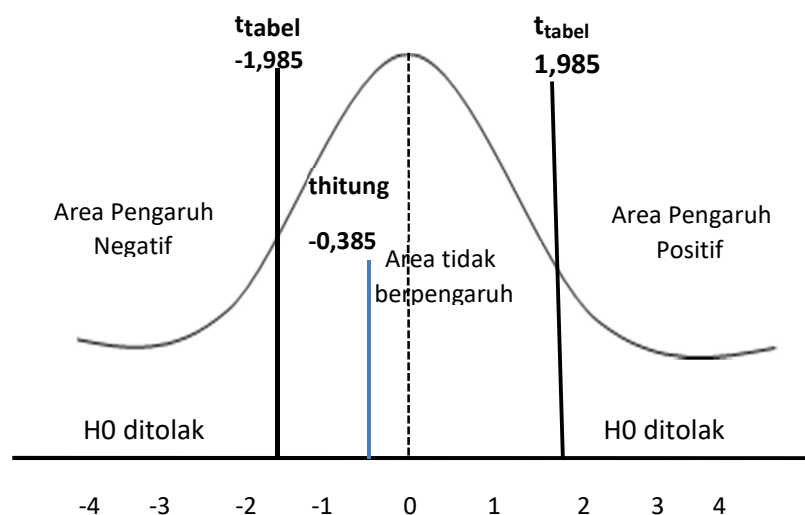
1. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14
Uji-t

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	10,337	2,409		4,291	0,000			
Kualitas pelayanan	-0,039	0,101	-0,040	-0,385	0,701	0,067	-0,039	-0,037
Store	0,082	0,108	0,076	0,757	0,451	0,126	0,077	0,074

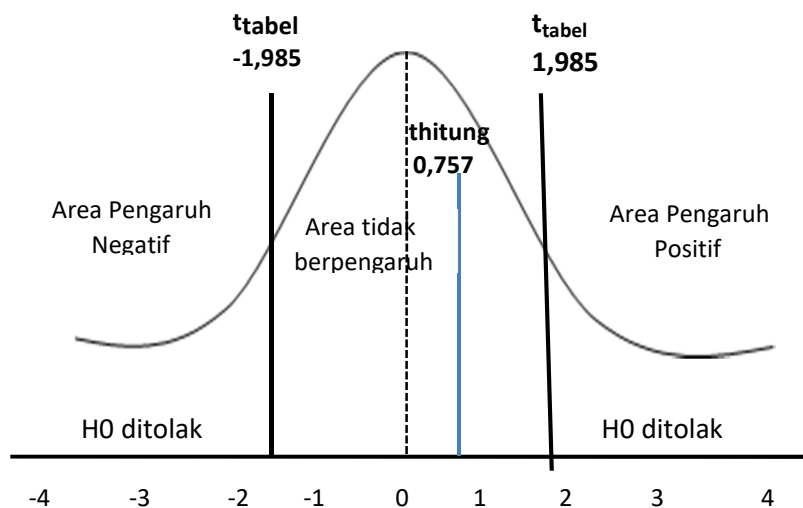
Atmosphere								
Lokasi	0,266	0,095	0,290	2,797	0,006	0,293	0,275	0,272
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen								

1. Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat dari tabel diatas diperoleh t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan sebesar -0,385, untuk kesalahan 5% uji dua pihak dan $df = (100-4=96)$, diperoleh t_{tabel} 1,985. Didalam hal ini $t_{hitung} = -0,385 > t_{tabel}$ -1,985. Selanjutnya dilihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,701 sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya 0,05 maka nilai sig $0,701 > 0,05$ sehingga H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken di Kota Medan.

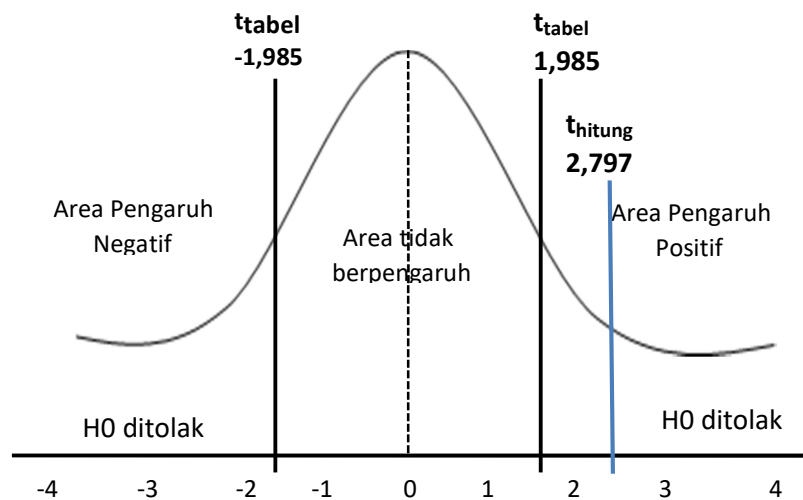


2. Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat dari tabel diatas diperoleh t_{hitung} untuk variabel *store atmosphere* sebesar 0,757, untuk kesalahan 5% uji dua pihak dan $df = (100-4=96)$,

diperoleh t_{tabel} 1,985. Didalam hal ini $t_{\text{hitung}} = 0,757 < t_{\text{tabel}}$ 1,985. Selanjutnya dilihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,541 sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya 0,05 maka nilai sig $0,541 > 0,05$ sehingga H_2 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken di Kota Medan.



3. Berdasarkan hasil pengujian yang dapat dilihat dari tabel diatas diperoleh t_{hitung} untuk variabel lokasi sebesar 2,797, untuk kesalahan 5% uji dua pihak dan $df = (100-4=96)$, diperoleh t_{tabel} 1,985. Didalam hal ini $t_{\text{hitung}} = 2,797 > t_{\text{tabel}}$ 1,985. Selanjutnya dilihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,006 sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya 0,05 maka nilai sig $0,006 < 0,05$ sehingga H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken di Kota Medan.



Sedangkan untuk melihat besarnya kontribusi pengaruh dari masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus Beta x Zero order. Beta adalah koefisien yang telah distandardkan, sedangkan zero order merupakan korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah perhitungan untuk memperoleh pengaruh ataupun nilai kontribusi parsial dari setiap variabel bebas:

- Kualitas pelayanan = $-0,040 \times 0,067 = -0,00268$ atau -0,3%
- *Store atmosphere* = $0,076 \times 0,077 = 0,009576$ atau 0,96%
- Lokasi = $0,290 \times 0,293 = 0,08497$ atau 8,5%

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui bahwa kontribusi terbesar terdiri dari variabel lokasi (X₃) sebesar 8,5%. Dalam hal ini lokasi berkontribusi sangat besar terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken.

4.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi perlu dilakukan pengujian nilai koefisien korelasi. Adapun hasil pengujian dengan menggunakan bantuan program SPSS 25 dapat diketahui melalui tabel model anova berikut.

Dalam penelitian ini nilai F_{tabel} diperoleh berdasarkan rumus *df (degree of freedom)*:

$$df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$df_2 = n - k = 100 - 4 = 96$$

Maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,70.

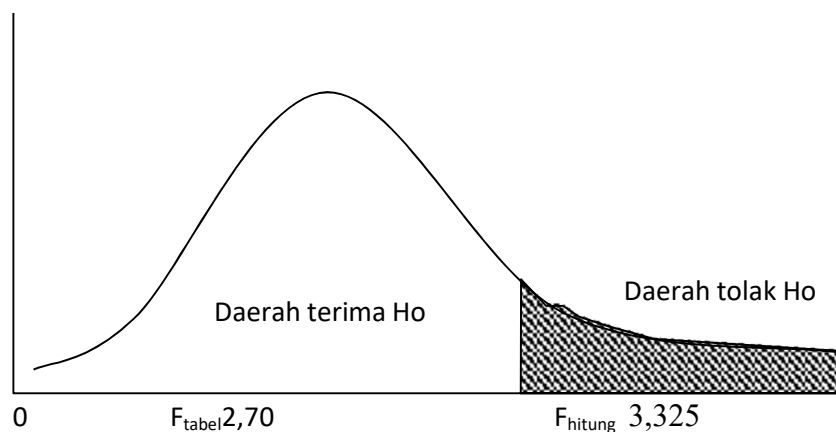
Tabel 4.15
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	36.794	3	12.265	3.235	.026 ^b
	Residual	363.956	96	3.791		
	Total	400.750	99			
^s a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan						

umber :
Data
diolah
SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai fhitung sebesar 3.235 sedangkan nilai pada $\alpha = 0,05$ dengan $n = 96$ diperoleh nilai ftabel 2,70 dari hasil ini diketahui yaitu $3.325 > 2,70$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1), *store atmosphere* (X_2) dan *store atmosphere* (X_3) secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken di Kota Medan.

Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas f yakni sig 0.026, sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,026 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi secara simultan memiliki berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken di Kota Medan.



4.3.3 Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R Square dapat dikatakan baik jika

diatas 0,05 karena R Square berkisar nol sampai dengan satu,

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.303 ^a	.092	.063	1.947
^a . Predictors: (Constant), Lokasi, Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan				
^b . Dependent Variable: Kepuasan Konsumen				

yang mendekati satu berarti variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).

Tabel 4.16
Koefisien Determinasi

Sumber : Data diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian determinasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa :

1. R= 0,303 memiliki hubungan antara kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken di Kota Medan sebesar 30,3% yang berarti

memiliki hubungan yang erat. Semakin besar R maka semakin menunjukkan adanya hubungan yang semakin erat.

2. *Adjusted Square* = 0,063 yang berarti 6,3% faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Frito Chicken di Kota Medan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi 94,7 % dijelaskan oleh faktor faktor lain dalam penelitian ini.
3. *Standart Error of Estimated* artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. *Standart Error of Estimated* disebut juga standar deviasi. Dari tabel *Standart Error of Estimated* diatas adalah 1.947 semakin kecil standart deviasi berarti semakin model semakin baik.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere*, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen yang telah dipaparkan dalam pembahasan berikut:

4.3.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil Uji-t menunjukkan bawah kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken di Kota Medan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. Maka dari itu semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan

maka semakin pula konsumen merasakan adanya tingkat kepuasan, begitu juga sebaliknya.

Menurut Tjiptono (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Vinny Dwi Rahim Safavi (2021) yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Fritto Chicken merupakan tempat makan yang berjenis makana *fastfodd* yang sudah terkenal di kalangan masyarakat Kota Medan yang dimana terjadinya peningkatan pada konsumen Fritto Chicken. Hal ini terlihat dari setiap item pernyataan yang ada pada distribusi jawaban responden mengenai kualitas pelayanan yang terdiri dari item item pernyataan. Dalam hal ini distribusi dari jawaban responden masih banyaknya jawaban konsumen yang menjawab pernyataan setuju terhadap kualitas pelayanan yang ada di Fritto Chicken di Kota Medan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak menjadi acuan dikarenakan pelayanan di Fritto Chicken sudah memberikan perhatian penuh terhadap konsumen sesuai dengan hakikatnya. Dalam hal ini memungkinkan para konsumen

tidak menganggap kualitas pelayanan tidaklah begitu penting terhadap tingkat kepuasan konsumen.

4.3.2 Pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan uji- t yang dilakukan diketahui bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tidak munculnya kepuasan konsumen terhadap Fritto Chicken di Kota Medan dapat dipicu karena *store atmosphere* bukanlah faktor yang menjadi pemicu utama konsumen Fritto Chicken di Kota Medan terhadap tingkat kepuasan.

Berman dan Evan (2017) suasana toko meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas toko, kenyamanan udara, layanan, musik, seragam, penjagaan barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu oleh Anang Kusdiantoro (2015) berjudul “Analisis Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Warung Lesehan Bu Nanik Sambi Kediri” yang menyatakan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Store atmosphere merupakan sesuatu yang mungkin menjadi pertimbangan untuk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Namun tidak semuanya konsumen menjadikan *store atmosphere* sebagai fokus dalam menentukan kepuasan. Hal ini masih banyaknya faktor yang menjadi prioritas konsumen dalam menentukan tingkat kepuasannya.

Dapat diambil kesimpulan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga bisa dilihat dari distribusi jawaban konsumen masih terdapatnya jawaban konsumen dengan kategori jawaban setuju yang menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan.

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa *store atmosphere* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini mungkin saja konsumen tidak merasa begitu penting mengenai *store atmosphere* untuk mengimplementasikan tingkat kepuasan.

4.3.3 Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan diketahui variabel lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar adanya tingkat kepuasan konsumen terhadap lokasi dikarenakan lokasi yang

strategis maka konsumen akan merasakan puas dan enggan untuk kembali lagi untuk memenuhi kebutuhan makannya dikarenakan akses yang mudah dijangkau.

Hasil penelitian ini didukung oleh Riski yolanto (2019) yang berjudul yaitu “pengaruh kualitas pelayanan, *store atmosphere*, lokasi dan harga terhadap kepuasan konsumen” menunjukkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dapat diambil kesimpulan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini juga dapat dilihat variabel lokasi terdapat salah satu indikator tempat parkir dengan pernyataan, Fritto Chicken menyediakan lokasi parkir yang luas dengan menyatakan jawaban “tidak setuju”. Oleh karena itu, Fritto Chicken lebih sebaiknya menyediakan lokasi yang berhubungan dengan area parkir yang luas dengan tujuan terpenuhinya tahap terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal ini mengidentifikasinya adanya tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lokasi, konsumen merasa puas dengan lokasi yang menjadi pemicu sebagai tingkat kepuasan konsumen.

Persepsi konsumen mengenai adanya yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah lokasi. Lokasi berkaitan dengan letak tempat usaha yang didirikan dan terdiri dari luas area parkir yang disediakan. Hal ini tentu saja menjadi

faktor yang menjadi tingkat kepuasan konsumen. Dimana konsumen merasa kurang adanya akses mengenai tempat parkir yang disediakan sehingga konsumen kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya. Ketidakpuasan timbul karena konsumen merasakan sempitnya lokasi area parkir yang disediakan. Dalam hal ini tentu saja lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

4.3.4 Kualitas Pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel uji F diketahui secara simultan kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken di Kota Medan.

Hasil dari analisis data ini membuktikan bahwa ketiga variabel yaitu kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Fritto Chicken di Kota Medan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu Noviana (2022) yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan, suasana café, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen”.

Hal ini tentunya saja menjadi pengetahuan untuk kedepannya bahwa dalam mengembangkan usaha bisnis perlu mempertimbangkan ketiga variabel tersebut untuk mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Dengan harapan konsumen

merasakan kepuasan dan meningkatkan minat pembelian dikarenakan puas.

Pencapaian kepuasan konsumen tidak terlepas dari bagaimana kualitas pelayanan, *Store atmosphere* dan lokasi yang diberikan Fritto Chicken. Dimana pelayanan meliputi upaya atau tindakan penyedia layanan sebagai bentuk untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan, sedangkan *store atmosphere* disediakan untuk memenuhi kebutuhan untuk menginterpretasikan sebagai pendukung untuk adanya tingkat kepuasan terhadap Fritto Chicken, dan lokasi keberadaan Fritto Chicken untuk menambah tingkat menambah tingkat dari sebuah kepuasan konsumen.

Jika melihat hasil dari distribusi jawaban responden masih terdapat jawaban konsumen mengenai variabel kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi terdapat pada item item pernyataan menjawab jawaban tidak setuju.

Oleh karena itu keseimbangan antara kualitas pelayanan, *store atmosphere* dan lokasi secara bersamaan memberikan dampak terpenuhinya kepuasan konsumen terhadap Fritto Chicken di Kota Medan.