

---

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Besse Arna Wisudaningsi<sup>1</sup>, Irvana Arofah<sup>2</sup>, dan Konstansius Aji Belang<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Matematika, FMIPA – UNPAM

[<sup>1</sup>dosen00205@unpam.ac.id](mailto:dosen00205@unpam.ac.id)

[<sup>2</sup>dosen00351@unpam.ac.id](mailto:dosen00351@unpam.ac.id)

[<sup>3</sup>2014100082@unpam.ac.id](mailto:2014100082@unpam.ac.id)

### ABSTRAK

Tujuan penelitian yaitu mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Cwie Mie Malang, mengetahui kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Restoran Cwie Mie Malang dan mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Cwie Mie Malang. Metode penelitian yaitu menggunakan metode Survei. Hasil penelitian yaitu hasil uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,360 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,011 dengan tingkat signifikan 0,000, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran Cwie Mie Malang, hasil uji t untuk variabel kualitas produk diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,100 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,011 dengan tingkat signifikan 0,041, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka variabel kualitas produk (X2) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran Cwie Mie Malang dan hasil uji F untuk variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk diperoleh dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 39,845 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,41 dan nilai signifikan sebesar 0,000, karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran Cwie Mie Malang.

**Kata Kunci:** Regresi Ganda dan Kualitas Layanan

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan jaman dan meningkatnya taraf kehidupan masyarakat pada saat ini, maka sedikit banyak mempengaruhi pola konsumsi dan cara mereka dalam memenuhi kebutuhan. Keadaan masyarakat saat ini di pengaruhi oleh aspirasi dan lingkungan mereka. Kebudayaan, sub kebudayaan, kelompok acuan dan kecenderungan gaya hidup dapat menyebabkan masyarakat menggubah keadaan sesuai yang mereka inginkan dalam pemenuhan kebutuhannya.

Hal ini berdampak pada perkembangan dunia bisnis dewasa ini yang semakin kreatif dan inovatif. Sebagai salah satu bisnis usaha yang mengalami peningkatan cukup pesat dan mencerminkan gaya hidup modern adalah usaha dalam bidang penyajian makanan dan minuman seperti restoran, *cafeteria*, *coffeshoop*, restoran yang tersedia di dalam hotel dan lain sebagainya, tidak terlepas dari sejarah

---

perkembangan budaya makan di luar rumah dan makin maraknya mobilisasi manusia melakukan aktivitasnya di luar rumah.

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan (Azwar, 1996). Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen.

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, propert, organisasi, informasi dan ide. (Kolter, 2005:259). Dari pendapat yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk juga memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah hal pertama yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan potensial apabila mereka merasa terpuaskan dengan produk tersebut.

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan puas. Sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaanya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus menjual barang dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan meminimalkan pengalaman yang tidak mengenakan dari konsumen. Menurut (Tjiptono, 2002:254) kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Adi, 2012:6).

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti melakukan kajian terhadap penelitian dengan judul “ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA (Studi Kasus : Restoran Cwie Mie Malang)”.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

### **2.1. REGRESI LINIER BERGANDA**

Analisis regresi berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana dimana terdapat lebih dari satu variabel independen X. Analisis ini

digunakan untuk melihat sejumlah variabel independen  $X_1, X_2, \dots, X_k$  terhadap variabel dependen  $Y$  berdasarkan nilai variabel-variabel independen  $X_1, X_2, \dots, X_k$ . Perbedaan antara regresi sederhana dengan regresi berganda terletak pada jumlah variabel bebasnya. Jika dalam regresi sederhana jumlah variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel tergantung hanya satu, maka regresi berganda jumlah variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel tergantung lebih dari satu.

Dalam regresi berganda seluruh variabel bebas dimasukkan kedalam perhitungan regresi serentak. Dengan demikian diperoleh persamaan regresi guna memprediksi variabel terikat dengan memasukkan secara serentak serangkaian variabel bebas. Dalam persamaan regresi dihasilkan konstanta dan koefisien regresi bagi masing-masing variabel bebas.

## 1) Model Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk menganalisis hubungan kausal beberapa variabel bebas ( $X$ ) terhadap satu variabel tergantung ( $\hat{Y}$ ). Model yang digunakan untuk analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Konsumen
- $\alpha$  : Konstanta
- $\beta$  : Koefisien regresi variabel bebas
- $X_1$  : Kualitas Pelayanan
- $X_2$  : Kualitas Produk
- e : *Error*

## 2) Tujuan Analisis Regresi

Tujuan menggunakan analisis regresi adalah:

- a. Membuat estimasi rata-rata dan nilai variabel tergantung dengan didasarkan pada nilai variabel bebas.
- b. Menguji hipotesis karakteristik dependensi
- c. Untuk meramalkan nilai rata-rata variabel bebas dengan didasarkan pada nilai variabel bebas diluar jangkauan sampel.

## 3) Persyaratan **Penggunaan Model Regresi**

- a. Model regresi dikatakan layak jika angka signifikansi pada ANOVA sebesar  $< 0.05$ 
  - b. Predictor yang digunakan sebagai variabel bebas harus layak. Kelayakan ini diketahui jika angka *Standard Error of Estimate*  $<$  *Standard Deviation*
- c. Koefesien regresi harus signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji t. Koefesien regresi signifikan jika  $t$  hitung  $>$   $t$  table (nilai kritis). Dalam IBM SPSS dapat diganti dengan menggunakan nilai signifikansi (sig) dengan ketentuan sebagai berikut:

---

Jika  $\text{sig} < 0,05$ ; koefisien regresi signifikan

Jika  $\text{sig} > 0,05$ ; koefisien regresi tidak signifikan

- d. Tidak boleh terjadi multikolinieritas, artinya tidak boleh terjadi korelasi antar variabel bebas yang sangat tinggi atau terlalu rendah. Syarat ini hanya berlaku untuk regresi linier berganda dengan variabel bebas lebih dari satu. Terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antara variabel bebas  $> 0,10$  atau  $< 0,10$
- e. Tidak terjadi Autokorelasi jika: angka D-W diantara -2 sampai +2

## 2.2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian dengan metode asosiatif dengan hubungan kausal, karena tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan hubungan sebab akibat dalam bentuk pengaruh antara variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Sugiono (2004:1) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk mengetahui kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen.

## 2.3. Metode Pengumpulan Data

### a. Kuesioner (Angket)

Untuk memperoleh informasi atau data dalam sebuah penelitian perlu dilakukan pengumpulan data. Data yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian ini harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Data yang diperoleh melalui metode kuesioner yaitu alat pengumpul data yang memuat sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh subjek penelitian.

Peneliti menggunakan skala Likert untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen restoran Cwie Mie Malang dengan menentukan skor pada setiap pertanyaan atau pernyataan. Dengan skala pengukuran dengan tipe ini, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator itu digunakan untuk menyusun instrumen, jawaban yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Pada penelitian ini jawaban menggunakan skor sangat baik, baik dan tidak baik.

Dalam penelitian ini digunakan skala interval dengan menggunakan teknik *very good- not good scale* dimana adanya urutan skala 1 (Sangat Baik) sampai dengan 10 (Tidak Baik) untuk semua variabel. Hal ini dilakukan mengingat kebiasaan pola pikir masyarakat Indonesia yang terbiasa dengan angka 1 – 10, sehingga akan memudahkan responden dalam memberikan penilaian atas

pertanyaan yang akan diajukan. Contoh untuk kategori pernyataan dengan jawaban sangat baik - (SB), baik (B) dan tidak baik (TB):

SB		B				TB			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

b. Studi Kepustakaan

Merupakan penelitian yang mendapatkan landasan yang kuat tentang teori, baik berupa rumus-rumus teknis perhitungan maupun teori-teori yang mendukung objek penelitian. Sumber riset keputusan dilakukan yaitu melalui buku-buku, literatur-literatur, jurnal-jurnal, maupun internet serta sumber lain yang relevan dengan objek permasalahan yang teliti.

c. Observasi

Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung objek penelitian, guna menambah data dan informasi yang diperlukan.

## 2.4. Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara menggumpulkan data, siapa sumbernya dan apa alat yang digunakan.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program analisis data yaitu IBM SPSS Statistik versi 21.0 SPSS (*Statistical Packade for the Social Sciences*) adalah paket software untuk analisa statistik dan manajemen data. Kemudian SPSS mengolah data dalam menyelesaikan permasalahan statistika seperti dibidang bisnis dan penelitian menjadikan SPSS menjadi alat analitik yang prediktif. Pramesti (2014-09). Adapun analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut :

### 2.4.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis dilaukan untuk mengetahui nilai rata-rata, maksimum, minimum, dan standar deviasi dari setiap variabel dalam penelitian ini, dengan menggunakan statistik deskriptif data dapat tersaji dengan ringkas sehingga dapat terlihat ukuran persebaran datanya normal atau tidak.

### 2.4.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki *mean* dan standar *deviasi* yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *paramtric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal) (Sarjono dan Julianita, 2011:53).

##### a) Uji Grafik

---

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian histogram memiliki kelemahan terutama jika data yang dimiliki sedikit.

Metode yang lebih baik adalah dengan melihat normal *probability plot* membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *plot* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal, jika distribusi data akan mengikuti garis diagonalnya.

b) Uji Statistik

Analisis dengan grafik *plot* memiliki kelemahan yang cukup signifikan oleh karena jumlah pengamatan mempengaruhi hasil *ploting*. Oleh karena itu, diperlukan uji statistik yang lebih dapat menjamin kekurangan dari hasil metode grafik. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik nonparametrik. Kolomogorov-smirov, jika nilai  $\text{asympt.sig} > \text{signifikan}$  (0,05) maka data berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel bebas dalam persamaan *regresi* (Ghozali, 2006:91). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Berdasarkan aturan Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Apabila VIF melebihi angka 10 atau tolerance kurang dari 0,10 maka dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai VIF kurang dari 10 atau tolerance lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

## 3. Uji Autokorelasi

Menurut Singgih Santoso (2012:241), “tujuan uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya)”. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi pada sebagian besar kasus ditemukan pada regresi yang datanya adalah *time series*, atau berdasarkan waktu berkala, seperti bulanan, tahunan, dan seterusnya, karena itu ciri khusus uji ini adalah waktu (Santoso, 2012:241). Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin-Watson (D-W). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari ketentuan berikut (Santoso, 2012: 242): Durbin-Watson (DW). Kriterianya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
  - 2) Jika D-W di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
  - 3) Jika D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negative
- Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:139).

Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:175).

#### 2.4.3 Analisis Korelasi Regresi Linear Berganda

Merupakan teknik statistika yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel prediktor terhadap variabel dependen, sehingga dapat memuat prediksi yang tepat, dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Konsumen  
 $\alpha$  : Konstanta  
 $\beta$  : Koefisien regresi variabel bebas  
 $X_1$  : Kualitas Pelayanan  
 $X_2$  : Kualitas Produk  
e : *Error*

#### 2.4.4 Uji Hipotesis

Adapun pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan cara sebagai berikut :

##### 1) Uji t- Statistik (Parsial)

Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen individual secara individual terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari *significance level* yang ditetapkan 0,05 ( $\alpha=5\%$ ) penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

---

Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  :

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas berpengaruh terhadap Y (variabel terikat)
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap Y (variabel terikat)

Berdasarkan nilai signifikan hasil output SPSS :

- a. Jika nilai signifikan  $< 0.05$  maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
- b. Jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

## 2) Uji F- Statistik(Simultan)

Pengujian statistik F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam dalam modal mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependen). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0.05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

Berdasarkan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  :

- a. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat
- b. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Berdasarkan nilai signifikan hasil output SPSS :

- a. Jika nilai signifikan  $< 0.05$  maka variabel bebas berpengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Hasil Uji Normalitas

Analisis statistik dilakukan dengan Uji *kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka distribusi data residual tidak normal. Apabila nilai signifikan  $> 0,05$  maka data residual terdistribusi normal.



**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,81242419
	Absolute	,121
Most Extreme Differences	Positive	,108
	Negative	-,121
Kolmogorov-Smirnov Z		,856
Asymp. Sig. (2-tailed)		,456

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil uji dari Tabel 1. terlihat bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah 0,856 dan signifikansi 0,456. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa signifikansi  $0,456 > 0,05$  artinya data residual berdistribusi normal.

## 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013:105) menyatakan bahwa uji multikornealitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan apabila terjadi korelasi maka model regresi tidak dapat digunakan. Pengujian ini dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan nilai *Varians Inflation Factor* (VIF).

- a. Nilai *tolerance*, nilai *outoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikornealitas adalah nilai *tolerance*  $< 0,10$
- b. Nilai *Varians Inflation Factor* (VIF), adalah :
  - i. Nilai VIF  $> 10$  maka dapat diduga mempunyai persoalan multikornealitas
  - ii. Nilai VIF  $< 10$  maka tidak terdapat multikornealitas.

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 pelayanan	,462	2,163
produk	,462	2,163

Dependent Variable: kepuasan<sub>a</sub>

Berdasarkan hasil pengolahan Tabel 2. terlihat bahwa dapat diketahui nilai *tolerance* kualitas pelayanan dan kualitas produk 0,462. Sedangkan nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) adalah pada kualitas pelayanan sebesar 2,163 dan kualitas produk sebesar 2,163. Dari kedua variabel tersebut memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 0,10. Berdasarkan hasil pengujian multikornealitas menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai < 10 dan nilai toleransi > 0,10.

Hal ini bahwa variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikornealitas dalam model regresi. Dengan demikian diketahui bahwa data penelitian memenuhi asumsi bebas multikornealitas.

### 3. Hasil Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat menggunakan uji *Durbin-Watson* (D-W). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari ketentuan berikut (Santoso, 2012 : 242). Dengan pengambilan kriteria sebagai berikut:

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- Angka D-W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi
- Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

**Tabel 3.**

### Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,793 <sup>a</sup>	,629	,613	2,87164	1,982

a. Predictors: (Constant), produk, pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan

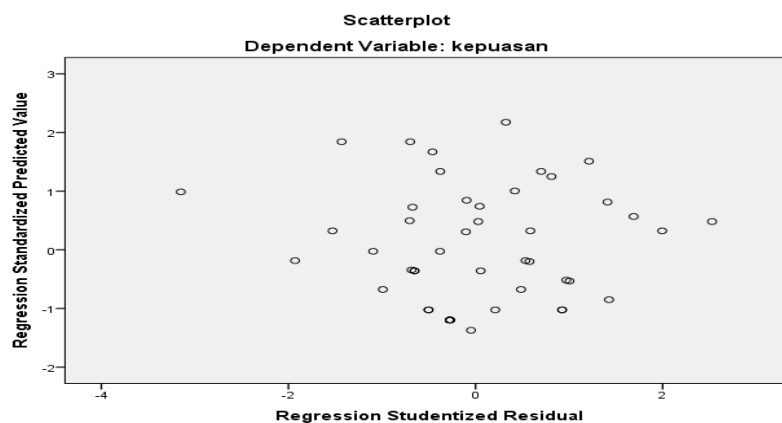
Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 3. diketahui nilai statistik *Durbin-Watson* (D-W) sebesar 1,982. Angka ini terletak diantara -2 dan +2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif dalam penelitian ini.

### 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Homoskedastisitas adalah kesamaan varians dari residual. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu melihat hasil output SPSS melalui grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID (Ghozali, 2013: 139). Dasar analisis menggunakan grafik scatterplot adalah:

- Jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 1.**

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dari Gambar 1. menunjukkan bahwa grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED menunjukkan pola penyebaran, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y. Dan titik-titik tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### 3.2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

**Tabel 4.**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,240	2,604		1,244	,220
1 pelayanan	,609	,140	,570	4,360	,000
1 produk	,319	,152	,274	2,100	,041

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 21.0 di peroleh model variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut :

$$\text{Kepuasan konsumen} = 3,240 + 0,609 + 0,319 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan nilai konstanta sebesar 3,240 dapat diartikan apabila variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka kepuasan konsumen pada restoran Cwie Mie Malang akan tetap sebesar 3,240.

### 3.3. Hasil Uji t – Statistik (Parsial)

Uji t-statistik ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Setelah  $t_{hitung}$  diperoleh, Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Untuk mengetahui nilai  $t_{tabel}$  digunakan persamaan dan melihat nilai signifikan sebagai berikut:

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  diterima, maka hal ini berarti variabel independen (bebas) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (terikat).
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  ditolak, maka hal ini berarti variabel independen (bebas) secara parsial tidak berpengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (terikat).
- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka variabel independen (bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat).
- Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka variabel independen (bebas) tidak berpengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (terikat).

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji t-Statistik (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,240	2,604		1,244	,220
	pelayanan	,609	,140	,570	4,360	,000
	produk	,319	,152	,274	2,100	,041

a. Dependent Variable: kepuasan

Dari hasil tabel 4.6 uji – t diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas layanan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,360 dan  $t_{tabel}$  2,011 (df=50) dengan tingkat signifikansi 0,000,

karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,360 > 2,011$ ), dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka  $H_1$  diterima. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen di restoran Cwie Mie Malang.

- b) Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas produk diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,100 dan  $t_{tabel}$  2,011 ( $df=50$ ) dengan tingkat signifikansi 0,000, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,100 > 2,011$ ), dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ( $0,041 < 0,05$ ), maka  $H_2$  diterima. Hal ini berarti variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen di restoran Cwie Mie Malang.

### 3.4. Hasil Uji F – Statistik (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Uji F dapat dicari dengan melihat  $F_{hitung}$  dari Tabel annova. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Untuk mengetahui nilai  $t_{tabel}$  digunakan persamaan dan melihat nilai signifikan sebagai berikut :

- Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat
- Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
- Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka variabel independen (bebas) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat).
- Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka variabel independen (bebas) tidak berpengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (terikat).

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji F-Statistik (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	657,143	2	328,572	39,845	,000 <sup>b</sup>
Residual	387,577	47	8,246		
Total	1044,720	49			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), produk, pelayanan

Dari hasil perhitungan SPSS 21.0 pada tabel (Uji F) diperoleh nilai  $F_{hitung}$  39,845  $> F_{tabel}$  2,41 dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di restoran Cwie Mie Malang.

---

### 3.5. Pembahasan

#### 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan kuesioner yang diisi oleh para responden yang menyatakan kualitas pelayanan pada restoran Cwie Mie Malang di lihat dari hasil nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,360 dan nilai signifikan sebesar 0,000 maka kualitas pelayanan sangat berpengaruh yang signifikan dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

#### 2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan kuesioner yang diisi oleh para responden yang menyatakan kualitas produk pada restoran Cwie Mie Malang di lihat dari hasil nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,100 dan nilai signifikan sebesar 0,041 maka kualitas produk sangat berpengaruh yang signifikan. Hal ini berarti jika citra rasa makanan terjaga dengan baik, menu yang disajikan bervariasi, makanan atau minuman yang ditampilkan menarik dan terjaga dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

#### 3) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis dari uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Hal ini bisa dilihat dari uji – F dengan hasil  $F_{hitung}$  sebesar 39,845 dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan, maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen di restoran Cwie Mie Malang.

## 4. SIMPULAN DAN SARAN

### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil uji  $t$  untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,360 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,011 dengan tingkat signifikan 0,000, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran Cwie Mie Malang.
- 2) Hasil uji  $t$  untuk variabel kualitas produk diperoleh dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,100 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,011 dengan tingkat signifikan 0,041, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka variabel kualitas produk (X2) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran Cwie Mie Malang.
- 3) Hasil uji F untuk variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk diperoleh dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 39,845 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,41 dan nilai signifikan

---

sebesar 0,000, karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ , maka variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di restoran Cwie Mie Malang.

## 4.2.Saran

- 1) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan pelanggan oleh sebab itu pihak restoran Cwie Mie Malang tetap mempertahankan kualitas pelayanan terhadap konsumen sehingga para konsumen tetap setia dan senang datang di restoran dan memiliki dampak terhadap peningkatan kualitas pelayanan tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga pada akhirnya akan membawa keuntungan bagi restoran.
- 2) Kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen oleh sebab itu pihak restoran Cwie Mie Malang perlu meningkatkan lagi kualitas produk yang masih kurang, ketetapan penyajian makanan dan selalu meningkatkan inovasi produk agar sesuai dengan selera konsumen dan memiliki dampak terhadap peningkatan produk tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga pada akhirnya akan membawa keuntungan bagi restoran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, A. (1996). *Menjaga kualitas Pelayanan kesehatan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Amalia, R., & Bisnis, F. E. D. *IMENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK PADA PENGGUNA TAS RANSEL MEREK POLO CLASSIC DI SEMARANG*.
- Dimiyati, M. (2012). Model Struktural Pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Produk Pond's. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(1), 107-118.
- Ghozali, I. (2006). *Statistik Non Parametrik*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. F. (2012). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2).
- Santoso, S. (2010). *Statistik parametrik*. Elex Media Komputindo.
- Santoso, S. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J., Arikunto, M., & Arikunto, M. S. (2006). *Metode Penelitian. Kuantitatif Kualitatif*.
- Sugiyono, M. P. K. (2008). *kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 124.
- Wachid, C. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk dan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Kartu As pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus (Doctoral dissertation, Universitas Muria Kudus)*.