BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Diskripsi Latar Belakang Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Warung Makan Sekitar Kampus IAIN Tulungagung

Warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung ini ada sejak IAIN Tulungagung berdiri, ketika itu nama dari IAIN Tulungagung masih STAIN Tulungagung, dimana STAIN Tulungagung berganti nama menjadi IAIN Tulungagung pada tahun 2013. Sebelum menjadi IAIN Tulungagung warung makan sekitar kampus tersebut masih belum begitu ramai, hanya beberapa saja, namun setelah berubah nama menjadi IAIN Tulungagung mulai bermunculan beberapa warung makan disekitar kampus, ini dikarenakan juga karena jumlah mahasiswa IAIN Tulungagung juga semakin bertambah banyak, sehingga masyarakat sekitar kampus IAIN Tulungagung melihat potensi yang ada untuk membuka usaha warung makan.

Salah satu warung makan yang ada di sekitar kampus IAIN Tulungagung sudah berdiri sejak 10 tahun yang lalu, sehingga wajar saja banyak konsumen yang memilih warung makan tersebut untuk menghilangkan rasa lapar mereka, pelanggan dari warung makan itupun juga beragam ada yang dari kalangan mahasiswa, sales, bahkan kuli panggul juga menjadi pelanggan warung makan tersebut. Menu warung makanpun juga beragam pembeli bisa memilih sendiri menu apa yang diinginkan tentunya dengan harga yang beragam pula namun masih bisa dikatakan terjangkau.

B. Analisis Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung dalam penelitian ini diidentifikasikan berdasarkan faktor yaitu, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, lama usaha, dan penghasilan.

1. Jenis Kelamin Konsumen

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin Konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung

Jenis Kelamin	Total	Presentase (%)
Laki-laki	116	33,23
Perempuan	233	66,77
Total	349	100

Sumber: Kuesioner Identitas Responden No. 2

Tabel jenis kelamin di atas menunjukkan bahwa jumlah reponden konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung mayoritas adalah perempuan sebanyak 233 orang atau 66,77%, sedangkan jumlah laki-laki sebanyak 116 orang atau 33,23%.

2. Usia Konsumen

Tabel 4.2
Usia Konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung

Usia	Total	Presentase (%)
<20 tahun	192	55
20-30 tahun	122	35
>30 tahun	35	10
Total	349	100

Sumber: Kuesioner Identitas Responden No. 3

Tabel usia konsumen di atas menunjukkan bahwa mayoritas usia reponden yaitu, usia <20 tahun sejumlah 192 orang atau 55 % dan yang paling sedikit berusia >30 tahun sejumlah 35 orang atau 10%.

3. Pendidikan

Tabel 4.3
Pendidikan Konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung

Pendidikan	Total	Presentase (%)
SD	0	0
SMP	30	8,6
SMA	254	72,7
Sarjana	65	18,7
Total	349	100

Sumber: Kuesioner Identitas Responden No. 4

Berdasarkan tabel pendidikan di atas menunjukkan mayoritas pendidikan terakhir responden adalah tingkat SMA sebanyak 254 orang atau 72,7% dan paling sedikit pada tingkat SMP sebanyak 30 orang atau 8,6%.

4. Pekerjaan

Tabel 4.4
pekerjaan konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung

Lama Usaha	Total	Presentase (%)
PNS	29	8,3
Wiraswasta	35	10
Pelajar/Mahasiswa	245	70,2
Lain-lain	40	11,5
Total	349	100

Sumber: Kuesioner Identitas Responden No. 5

Berdasarkan tabel pendidikan di atas menunjukkan mayoritas pekerjaan r responden adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 245 orang atau 70,2% dan paling sedikit pada PNS sebanyak 29 orang atau 8,3%.

5. Penghasilan

Tabel 4.5
Penghasilan Per Bulan warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung

Penghasilan/bulan	Total	Presentase (%)
<Rp. 500.000	0	0
Rp. 500.000-Rp. 1.000.000	245	70,2
Rp. 1.000.000-Rp.2.000.000	84	24,1
Rp.2.000.000-Rp. 3.000.000	20	5,7
>Rp.3.000.000	0	0
Total	349	100

Sumber: Kuesioner Identitas Responden No. 6

Tabel penghasilan per bulan di atas menunjukkan bahwa mayoritas penghasilan per bulan responden yaitu Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sejumlah 245 orang atau 70,2% dan paling sedikit <Rp. 2.000.000-Rp.3.000.000 sejumlah 20 orang atau 5,7%.

C. Deskripsi Data

1. Deskripsi Variabel Lokasi (X_1)

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden Pernyataan Variabel Lokasi

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviation
	SS	S	N	TS	STS		
Warung makan mudah dijangkau oleh para konsumen.	122	140	19	57	11	3,87	1,153
Lokasi warung makan yang sangat mudah untuk ditemukan.	109	142	18	78	2	3,80	1,128
Memiliki tempat parkir yang aman	72	141	53	71	12	3,54	1,130
Banyak orang yang melintas disekitar warung makan	97	165	34	41	12	3,84	1,064
Masih adanya lahan kosong yang masih dapat digunakan untuk kepentingan usaha	85	142	15	94	13	3,55	1,225
Lingkungan yang sangat mendukung untuk mendirikan usaha	124	156	14	54	1	4,00	1,021
Memiliki pesaing dalam bidang usaha yang sama	84	137	63	62	3	3,68	1,053
Memiliki ijin mendirikan usaha	87	145	20	83	14	3,60	1,208
Total	780	1.168	236	540	68	29,88	8,982

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai mean tertinggi berada pada indikator lingkungan dengan nilai mean sebesar 4,00 dan nilai mean terendah berada pada indikator tempat parkir dengan nilai mean sebesar 3,54. Ini menunjukan bahwa lokasi dari warung makan tersebut didukung dengan kondisi lingkungan sekitar. Dari tabel diatas juga menunjukan bahwa nilai dari standart deviasi yang paling tinggi pada indikator ekspansi dan nilai pernyataan yang mempunyai nilai standart deviasi terendah adalah indikator lingkungan, nilai standart deviasi yang tinggi pada indikator ekspansi ini me menunjukan bahwa titik persebaran data bervariasi sementara nilai yang

rendah yang ada pada indikator lingkungan menunjukan nilai persebaran data semakin sama.

2. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_2)

Tabel 4.7
Hasil Jawaban Responden Pernyataan Variabel Kualitas Produk

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviation
	SS	S	N	TS	STS		
Memiliki aroma masakan yang lezat dan menggugah selera	120	165	11	41	12	3,97	1,076
Porsi makanan yang disajikan sesuai dengan yang diharapkan	106	152	18	72	1	3,83	1,087
Penyajian makanan yang menarik sehingga menggugah selera makan	82	146	54	55	12	3,66	1,104
Menggunakan bahan pewarna makanan yang aman untuk dikonsumsi	101	173	30	29	16	3,90	1,055
Bentuk makanan yang disajikan cukup menarik	88	158	14	80	9	3,68	1,158
Hidangan yang disajikan masih hangat sehingga berkesan masakan baru matang	119	175	11	44	0	4,06	0,936
Tekstur makanan yang sangat pas tidak terlalu keras dan tidak pula terlalu lembek	94	134	67	50	4	3,76	1,040
Hidangan yang disajikan memiliki tingkat kematangan yang pas	88	154	16	76	15	3,64	1,197
Total	798	1.257	221	447	69	30,5	8,653

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai mean tertinggi berada pada indikator temperature dengan nilai mean sebesar 4,06. Ini menunjukan bahwa menurut konsumen warung makan tersebut makanan yang disajikan masih hangat, dan nilai mean terendah berada pada indikator tingkat kematangan dengan nilai mean sebesar 3,64. Ini menunjukan bahwa menurut konsumen warung makan tersebut makanan yang disajikan masih kurang sedikit matang.

Sedangkan nilai standart deviasi yang memiliki nilai tertinggi terdapat pada indikator tingkat kematangan sedangkan nilai yang paling rendah adalah temperature. Nilai standart deviasi yang tinggi menunjukan bahwa titik persebaran data bervariasi, sementara nilai yang rendah menunjukan nilai persebaran data cenderung sama.

3. Deskripsi Variabel Harga (X_3)

Tabel 4.8
Hasil Jawaban Responden Pernyataan Variabel Harga

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviation
	SS	S	N	TS	STS		
Memiliki harga yang bervariasi sesuai dengan menu yang dipesan oleh konsumen	125	148	16	44	16	3,92	1,198
Harga yang ditawarkan sangat terjangkau bagi para mahasiswa maupun konsumen lainya	114	136	26	70	3	3,83	1,120
Harga yang ditawarkan sesuai dengan cita rasa makanan yang disajikan	80	155	46	54	14	3,67	1,111
Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas penyajian makanan	96	166	38	36	13	3,85	1,054
Harga lebih terjangkau dibandingkan harga yang ditawarkan oleh warung makan yang sejenis	94	144	24	74	13	3,66	1,189
Kualitas makanan yang disajikan lebih berkualitas dibandingkan dengan warung makan yang sejenis	120	169	11	46	3	4,02	0,991
Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan	93	122	71	62	1	3,70	1,058
Harga yang ditawarkan sesuai fasilitas yang diberikan.	79	146	23	87	14	3,54	1,202
Total	801	1.186	255	473	77	30,19	8,923

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai mean tertinggi berada pada indikator harga sesuai dengan kualitas dengan nilai mean sebesar 4,02. Ini

menunjukan bahwa menurut konsumen warung makan tersebut harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas makanan yang disajikan dan nilai mean terendah berada pada indikator harga sesuai dengan fasilitas dengan nilai mean sebesar 3,54. Ini menunjukan bahwa menurut konsumen fasilitas yang ditawarkan oleh warung makan tersebut masih kurang memadai. Sedangkan nilai standart deviasi yang memiliki nilai tertinggi terdapat pada indikator harga sesuai dengan fasilitas sedangkan nilai yang paling rendah adalah daya saing harga Nilai pernyataan yang mempunyai nilai standart deviasi yang tinggi menunjukan bahwa titik persebaran data beragam sementara nilai yang rendah menunjukan nilai persebaran data lebih condong ke satu jawaban saja.

4. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel 4.9
Hasil Jawaban Responden Pernyataan Variabel Harga

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Mean	Std. Deviation
	SS	S	N	TS	STS		
Makanan yang disajikan aman untuk dikonsumsi	127	138	13	61	10	3,89	1,162
Memiliki cara penyajian makanan yang menarik	108	134	14	91	2	3,73	1,173
Cita rasa masakan yang lezat dibandingkan warung makan yang sejenis	62	162	47	61	17	3,55	1,117
Pelayanan sabar dalam melayani konsumen	98	160	34	45	12	3,82	1,084
Pelayan bersikap ramah dalam melayani konsumen tanpa mebeda-bedakan konsumen	96	134	13	96	10	3,60	1,231
Mampu menerima kritik dan saran dengan sangat terbuka	122	167	11	47	2	4,03	0,986
Waktu penyajian makanan pesanan yang cepat	81	132	70	65	1	3,65	1,041
Pelayan sopan santun dalam bertutur kata dengan konsumen	83	153	16	83	14	3,60	1,199
Total	777	1.180	218	549	68	29,87	8,993

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai mean tertinggi berada pada item pernyataan mampu menerima kritik dan saran dengan nilai mean sebesar 4,03 dan nilai mean terendah berada pada item pernyataan cita rasa masakan yang lezat dibandingkan warung makan yang sejenis dengan niali mean sebesar 3,55. Ini menunjukan bahwa konsumen menilai pemilik warung selalu terbuka dengan masukan ataupun keluhan yang disampaikan oleh para konsumen Sedangkan nilai standart deviasi yang memiliki nilai tertinggi terdapat pada item pernyataan pelayan bersikap ramah terhadap konsumen. sedangkan nilai yang paling rendah adalah daya mampu menerima kritik dan saran dengan terbuka. Nilai pernyataan yang mempunyai nilai standart deviasi yang tinggi menunjukan bahwa titik persebaran data heterogen sementara nilai yang rendah menunjukan nilai persebaran data lebih mengarah kesalah satu pilihan jawaban saja.

D. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Dalam penelitian ini, validitas diukur dengan cara melihat nilai *corrected item total*, apabila bernilai positif dan nilainya lebih dari 0,3, maka data tersebut valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Data Konsumen Warung Makan Sekitar Kampus IAIN Tulungagung

Variabel	Indikator	*Corrected Item-Total correlation*	Keterangan
Lokasi (X_1)	Akses	0,337	Valid
	Visibilitas	0,557	Valid
	Tempat Parkir	0,427	Valid
	Lalu Lintas	0,462	Valid
	Ekspansi	0,592	Valid
	Lingkungan	0,509	Valid
	Kompetisi	0,524	Valid
	Peraturan Pemerintah	0,531	Valid
Kualitas Produk (X_2)	Aroma	0,357	Valid
	Porsi	0,536	Valid
	Penampilan	0,436	Valid
	Warna	0,394	Valid
	Bentuk	0,574	Valid
	Temperature	0,496	Valid
	Tekstur	0,487	Valid
	Tingkat Kematangan	0,482	Valid
Harga (X_3)	Keterjangkauan Harga 1	0,303	Valid
	Keterjangkauan Harga 2	0,552	Valid
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk 1	0,447	Valid
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk 2	0,321	Valid
	Daya Saing Harga 1	0,478	Valid
	Daya Saing Harga 2	0,470	Valid
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat 1	0,549	Valid
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat 2	0,424	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Produk 1	0,303	Valid
	Produk 2	0,546	Valid
	Produk 3	0,392	Valid
	Pelayanan 1	0,418	Valid
	Pelayanan 2	0,510	Valid
	Pelayanan 3	0,477	Valid
	Penyampaian 1	0,552	Valid
	Penyampaian 2	0,426	Valid

Berdasarkan tabel di atas, seluruh item adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari 0,3. Penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Uji reliabilitas ini menggunakan metode *Alpha Cronbach's* dan diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach*. skala deikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
2) Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
3) Nilai *alpha cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
4) Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
5) Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Data Konsumen Warung Makan Sekitar Kampus IAIN Tulungagung

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Lokasi(X_1)	0,786	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,770	Reliabel
Harga (X_3)	0,746	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,754	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel lokasi sebesar 0,786, untuk variabel kualitas produk sebesar 0,770, untuk variabel harga sebesar 0,746 dan untuk variabel kepuasan konsumen sebesar 0,754 adalah reliabel.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah data yang dimiliki berdistribusi normal ataukah tidak. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov. Data berdistribusi normal apabila nilai Sig. > 0,05.

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas Data Konsumen Warung Makan Sekitar Kampus IAIN Tulungagung

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		lokasi	kualitas produk	harga	kepuasan konsumen
N		349	349	349	349
Normal Parameters[a,b]	Mean	29.88	30.50	30.19	29.87
	Std. Deviation	5.698	5.365	5.335	5.467
Most Extreme Differences	Absolute	.069	.065	.064	.067
	Positive	.066	.051	.064	.067
	Negative	-.069	-.065	-.063	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		1.290	1.218	1.204	1.252
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072	.103	.110	.087

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Dari hasil pengujian normalitas di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

a. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel lokasi sebesar 0,072. Nilai Sig. 0,072 > 0,05, maka data variabel lokasi berdistribusi normal.
b. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel kualitas produk sebesar 0,103 Nilai Sig. 0,103 > 0,05, maka data variabel kualitas produk berdistribusi normal.
c. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel harga sebesar 0,110. Nilai Sig. 0,110 > 0,05, maka data variabel harga berdistribusi normal.

d. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) variabel harga sebesar 0,087. Nilai Sig. 0,087 > 0,05, maka data variabel kepuasan konsumen berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1, maka model terbebas dari multikolinearitas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas Data Konsumen Warung Makan Sekitar Kampus IAIN Tulungagung

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	lokasi	.976	1.025
	kualitas produk	.955	1.047
	harga	.944	1.060

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Hasil pengolahan Data SPSS 18.0, 2018

Dari hasil pengujian diatas,diketahui bahwa nilai *Tolerance* varibel lokasi 0,976 > 0,1 nilai VIF sebesar 1,025 < 10. Variabel kualitas produk memiliki nilai *Tolerance* 0,955 > 0,1 nilai VIF sebesar 1,047 < 10. Sedangkan variabel harga memiliki nilai *Tolerance* 0,944

> 0,1 nilai VIF sebesar 1,060 < 10. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada masing-masing variabel.

b. Uji Hesteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual pada semua pengamatan di dalam model regresi. Untuk mendeteksi hesteroskedastisitas dapat dilihat uji glejser dibawah. Dengan ketentuan:

1) Jika nilai signifikasi > 0,05, maka kesimpulanya adalah tidak terjadi hesteroskedastisitas
2) Jika nilai signifikasi < 0,05, maka kesimpulanya adalah terjadi hesteroskedastisitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Hesteroskedastisitas
Tabel Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.125	1.379		2.265	.024
Lokasi	.017	.029	.032	.595	.552
kualitas produk	-.001	.031	-.001	-.017	.986
Harga	.024	.031	.042	.755	.451

a. Dependent Variable: RES_2
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Dari gambar *tabel Glejser* di atas,diperoleh hasil bahwa nilai signifikasi dari variabel lokasi sebesar 0,552, nilai signifikasi dari

variabel kualitas produk sebesar 0,986 dan nilai signifikasi dari variabel harga sebesar 0,451. Nilai signifikasi dari masing-masing variabel > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi hesteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian pengaruh variabel independen (kejujuran dan keadilan) terhadap variabel dependen (tingkat volume penjualan) dengan menggunakan uji regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Linear Berganda Data Konsumen Warung Makan Sekitar Kampus IAIN Tulungagung

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	18.796	2.419		7.772	.000
Lokasi	.054	.051	.056	1.061	.289
kualitas produk	.176	.054	.173	3.239	.001
Harga	.136	.055	.133	2.473	.014

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Berdasarkan hasil tabel di atas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

$Y = 18,796 + 0,054X_1 + 0,176X_2 + 0,136X_3$

Atau

Tingkat Volume Penjualan = 18,796 (konstanta) + 0,054 (lokasi) + 0,176 (kualitas produk) + 0,136 (harga)

Keterangan:

a. Konstanta sebesar 18,796 artinya jika variabel independen yang terdiri dari lokasi, kualitas produk dan harga dianggap 0 (nol) atau tidak duterapkan maka Kepuasan Konsumen pada warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung sebesar 18,796 satu satuan.
b. Koefisien regresi X_1 sebesar 0,054 artinya apabila lokasi naik sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,054 satu satuan.
c. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,176 artinya apabila kualitas produk naik sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,176 satu satuan.
d. Koefisien Refresi X_3 sebesar 0,136 artinya apabila harga naik sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,136 satu satuan

Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menandakan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (*t-test*)

Uji t (koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Dalam pengambilan keputusan ditentukan dengan cara jika,

1) Nilai Sig. > α (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Nilai Sig. < α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.16
Hasil Uji t Konsumen Warung Makan Sekitar Kampus IAIN Tulungagung

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.796	2.419		7.772	.000
	lokasi	.054	.051	.056	1.061	.289
	kualitas produk	.176	.054	.173	3.239	.001
	harga	.136	.055	.133	2.473	.014

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas, dapat dirumuskan dan ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1) Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel lokasi menunjukan nilai t_{hitung} lebih kecil dibandingkan t_{tabel}, dan nilai sig > α, (0,289 > 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung.

2) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel kualitas produk menunjukan nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan t_{tabel} dan nilai sig < α, (0,001 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung.

3) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Harga menunjukan nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan t_{tabel}, dan nilai sig < α, (0,014 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F (simultan) digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam pengambilan keputusan ditentukan dengan cara jika,

1) Nilai Sig. > α (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Nilai Sig. < α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.17
Hasil Uji F Data Konsumen Warung Makan Sekitar Kampus IAIN Tulungagung

ANOVA[b]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	662.496	3	220.832	7.825	.000[a]
Residual	9736.702	345	28.222		
Total	10399.198	348			

a. Predictors: (Constant), harga, lokasi, kualitas produk
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Berdasarkan hasil pengujian uji F di atas, dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 7,825 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% (0,05), nilai signifikansi 0,000 < 0,05 yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a. Diketahui nilai F_{tabel} sebesar 2,62 jadi diperoleh F_{hitung} 7,825 > 2,62 F_{tabel}, yang berarti menolak H_0 dan menerima H_a. Dengan demikian, maka terdapat pengaruh secara signifikan antara lokasi, kualitas produk dan harga dengan simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung.

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel lokasi, kualitas produk dan harga terhadap variabel kepuasan konsumen.

Tabel 4.18
Hasil Koefisien Determinasi Data Konsumen Warung Makan Sekitar Kampus IAIN Tulungagung.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimates
1	.252[a]	.064	.056	5.312

a. Predictors: (Constant), harga, lokasi, kualitas produk

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 16.0, 2018

Untuk menghitung besarnya kontribusi yang diberikan dengan menghitung nilai *R Square* dan dikalikan 100%. Nilai *R Square* sebesar 0,064 dikalikan dengan 100% hasilnya 6,4%, maka variabel lokasi, kualitas produk dan harga memberikan konstribusi sebesar 6,1% terhadap kepuasan konsumen warung makan sekitar kampus IAIN Tulungagung.