

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Gerai Ayam Geprek Sa'i

Gerai Ayam Geprek Sa'i merupakan perusahaan kemitraan yang bergerak dibidang *fast food restaurant*, dengan produk-produk unggulan yaitu ayam geprek, *burger*, dan *steak*, dan dengan konsep menyajikan makanan yang Halalan Thoyiban, sehat, berkualitas, dengan cita rasa yang bisa diterima Umat dan dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu-bumbu pilihan.

Melalui perjalanan panjang yang diawali pada 09 September 2010 atau berdirinya Ayam Geprek Sa'i, yang akhirnya dapat mendirikan gerai-gerai *fast food* dengan nama Ayam Geprek Sa'i di beberapa kota di Indonesia. Keunggulan dari Ayam Geprek Sa'i dengan membidik pangsa pasar yang luas dengan harga yang terjangkau, mampu membuka cabang-cabang hingga ke kota-kota kecil dengan didukung sistem manajemen yang baik dan berkualitas serta teruji yang dapat menjadikan Ayam Geprek Sa'i sebagai usaha yang memiliki *brand awarnes* tinggi, bersifat perospesktif, dan *marketable*.¹⁰⁹ Saat ini pada tahun 2020, terdapat 400 cabang gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar di seluruh Indonesia dan 5 cabang terdapat di Kota dan Kabupaten Blitar antara lain terdapat di Jln. Semeru, Jln Veteran, Kanigoro, Srengat dan Iodooyo.¹¹⁰

Gerai Ayam Geprek Blitar didirikan pada September 2018 dengan 12 karyawan dan satu pengelola. Pengunjung gerai Ayam Geprek saat ini telah mencapai ratusan bahkan ribuan pengunjung dalam satu bulan. Dengan pelayanan

¹⁰⁹ Ayam Geprek Sa'i, <https://www.geraiayamgepreksa'i.id/about>, diakses pada tanggal 10 Agustus 2020 Pukul 20.15.

¹¹⁰ Wawancara Dengan Pak Aris Hermawan Selaku Manager gerai Ayam Geprek Sa'I Blitar, pada tanggal 10 Agustus 2020P ukul 20.25

yang ramah, harga yang terjangkau, lokasi yang steril dan stretegis, mampu menarik perhatian konsumen dan calon konsumen datang di gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar untuk menikmati produk dan jasa yang telah ditawarkan oleh pihak gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar, yang mana hal ini memiliki dampak positif terhadap kepuasan para konsumen.

Visi dari gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar adalah Menjadikan Usaha Berbasis Syari'at Islam dengan mengedepankan Ukhuwah Islamiyah serta peduli permasalahan Dakwah, Sosial, dan Pendidikan. Sedangkan misi-misinya adalah 1. Membentuk Bisnis Restoran yang Halalan Thoyyiban dengan Cita Rasa yang bisa diterima Umat dengan harga terjangkau, 2. Wadah bersama (Jama'ah) dalam pengumpulan Dana untuk membentuk suatu usaha yang dapat diharapkan menghasilkan keuntungan, 3. Sebagai sarana untuk mendapatkan Dana demi kegiatan Dakwah, Sosial, dan Pendidikan yang diprioritaskan untuk internal dengan mengalokasikan Dana Keuntungan maximal 30%, 4. Menciptakan lingkungan Kerja yang Islami untuk menuju arah sebagai Pesantren Kuliner, 5. Processing Gudang dan Relasi milik Manajemen.¹¹¹

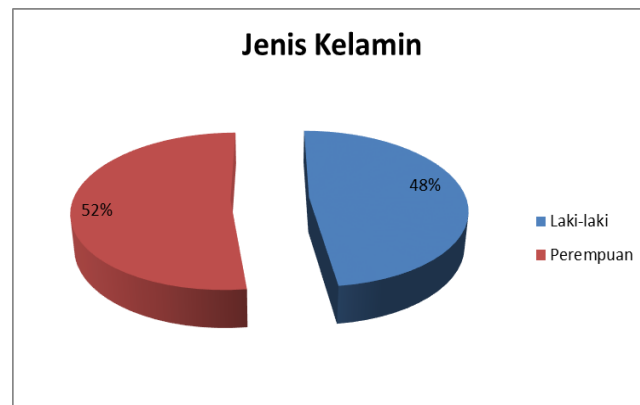
B. Deskripsi Responden

Untuk mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi responden pada penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik-karakteristik dari responden terkait antara lain adalah sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar adalah sebagai berikut:

¹¹¹ Ayam Geprek Sa'i, <https://www.geraiayamgepreksa'i.id/about>, diakses pada tanggal 10 Agustus 2020P ukul 20.45WIB

Gambar 4.1**Diagram Jenis Kelamin Responden**

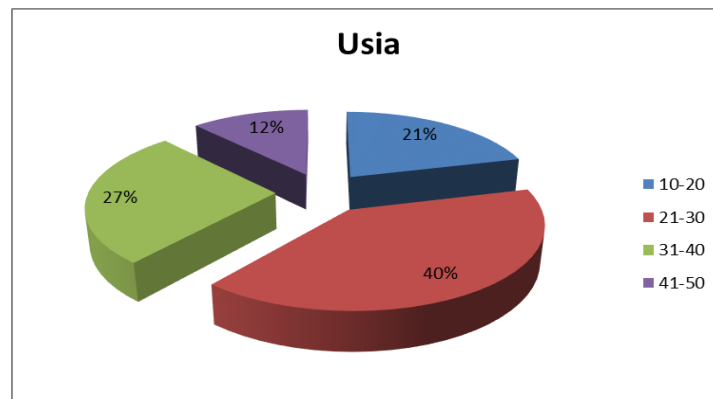
Sumber: Data primer yang diolah

Gambar 4.1 adalah bentuk diagram yang menggambarkan jenis kelamin responden di dalam penelitian yang dilakukan. Dari diagram tersebut, dapat dilihat bahwa jenis kelamin untuk responden laki-laki memiliki prosentase sebesar 48%, sedangkan untuk responden perempuan memiliki prosentase sebesar 52%. Dari prosentase tersebut dapat diketahui bahwa responden laki-laki berjumlah 48 orang dan responden perempuan berjumlah 52 orang, dimana total keseluruhan responden yang terlibat di dalam penelitian ini adalah sebesar 100 orang. Dari diagram tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pelanggan Ayam Geprek Sa'i Blitar untuk responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki dengan selisih sebesar 10 orang.

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Diagram Usia Responden



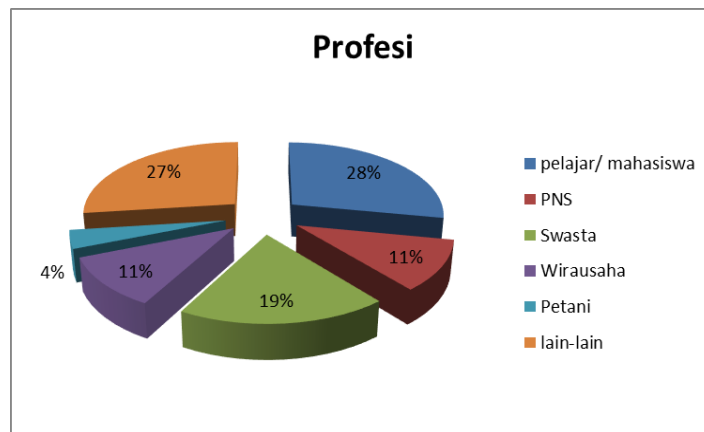
Sumber: Data primer yang diolah

Gambar 4.2 adalah bentuk diagram yang menggambarkan usia responden di dalam penelitian yang dilakukan. Dari diagram tersebut, dapat dilihat bahwa responden yang berusia 10-20 tahun memiliki prosentase sebesar 21% dengan jumlah 21 orang, responden yang berusia 21 – 30 tahun memiliki prosentase sebesar 40% dengan jumlah 40 orang, responden yang berusia 31 – 40 tahun memiliki prosentase sebesar 27% dengan jumlah 27 orang, dan responden yang berusia 41-50 tahun memiliki prosentase sebesar 12% dengan jumlah 12 orang. Dari diagram tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang menjadi pelanggan di Ayam Geprek Sa’i Blitar responden yang berusia 21 – 30 tahun.

3. Profesi Responden

Adapun data mengenai profesi responden di Gerai Ayam Geprek Sa’i blitar adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Diagram Pekerjaan Responden



Sumber: Data primer yang diolah

Gambar 4.3 adalah bentuk diagram yang menggambarkan pekerjaan responden di dalam penelitian yang dilakukan. Dari diagram tersebut, dapat dilihat bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa memiliki prosentase sebesar 28% dengan jumlah 28 orang, responden dengan pekerjaan sebagai PNS memiliki prosentase sebesar 11% dengan jumlah 11 orang, responden dengan pekerjaan sebagai swasta memiliki prosentase sebesar 19% dengan jumlah 19 orang, responden dengan pekerjaan sebagai wirausaha memiliki prosentase sebesar 11% dengan jumlah 11 orang, responden dengan pekerjaan sebagai petani memiliki prosentase sebesar 4% dengan jumlah 4 orang, dan responden dengan pekerjaan yang tidak disebutkan (lain-lain) memiliki prosentase sebesar 27% dengan jumlah 27 orang. Dari diagram tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang menjadi pelanggan di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Di dalam penelitian ini, angket/kuesioner yang dibagikan kepada responden terdiri dari 25 butir pernyataan yang kemudian dibagi menjadi 3 bagian sesuai dengan jumlah variabel yang digunakan. Variabel kualitas pelayanan (X1) terdiri dari 8 butir pernyataan, variabel atribut produk syariah (X2) terdiri dari 9 butir pernyataan, dan variabel kepuasan konsumen (Y) terdiri dari 8 butir pernyataan. Masing-masing variabel penelitian akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tabel 4.2

Kualitas Pelayanan (X1)

No	Jawaban	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Jumlah	%
1	SS	15	10	13	13	15	14	19	22	121	15.09%
2	S	48	43	34	39	38	30	57	55	344	42.89%
3	N	33	35	37	35	36	42	20	16	254	31.67%
4	TS	5	10	13	13	11	12	4	6	74	9.23%
5	STS	1	2	3	0	0	2	0	1	9	1.12%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa ada 8 butir pernyataan terkait dengan variabel kualitas pelayanan (X1) yang terdiri dari 5 indikator yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *empathy* (kepedulian) dimana masing-masing indikator terdiri dari 1 dan 2 butir pernyataan.

Dari tabel di atas juga dapat diketahui bahwa jumlah jawaban SS (sangat setuju) yang diberikan oleh responden sebanyak 121 atau sebesar 15.09%, untuk jumlah jawaban S (setuju) sebanyak 344 atau sebesar 42.89%, untuk jumlah jawaban N (netral) sebanyak 254 atau sebesar 31.67%, untuk jumlah jawaban TS (tidak setuju) sebanyak 74 atau sebesar 9.23%, dan untuk

jumlah jawaban STS (sangat tidak setuju) sebanyak 9 atau sebesar 1.12%. Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan kualitas pelayanan i yang diberikan dan diterapkan oleh Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar.

Angka indeks digunakan untuk mengetahui seberapa besar konsumen berlangganan terhadap variabel-variabel yang diteliti. Angka indeks untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} X1.1 &= \frac{(15 \times 5) + (48 \times 4) + (33 \times 3) + (5 \times 2) + (1 \times 1)}{5} = 75.4 \\ X1.2 &= \frac{(10 \times 5) + (43 \times 4) + (35 \times 3) + (10 \times 2) + (2 \times 1)}{5} = 69.8 \\ X1.3 &= \frac{(13 \times 5) + (34 \times 4) + (37 \times 3) + (13 \times 2) + (3 \times 1)}{5} = 68.2 \\ X1.4 &= \frac{(13 \times 5) + (39 \times 4) + (35 \times 3) + (13 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 70.4 \\ X1.5 &= \frac{(15 \times 5) + (38 \times 4) + (36 \times 3) + (11 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 71.4 \\ X1.6 &= \frac{(14 \times 5) + (30 \times 4) + (42 \times 3) + (12 \times 2) + (2 \times 1)}{5} = 68.4 \\ X1.7 &= \frac{(19 \times 5) + (57 \times 4) + (20 \times 3) + (4 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 78.2 \\ X1.8 &= \frac{(22 \times 5) + (55 \times 4) + (16 \times 3) + (6 \times 2) + (1 \times 1)}{5} = 78.2 \end{aligned}$$

Nilai rata-rata indeks untuk semua indikator variabel kualitas pelayanan adalah:

$$\text{Rata-Rata Indeks} = \frac{380}{5} = 76.0$$

Dari hasil indeks diatas, dapat dilihat bahwa item pernyataan yang memiliki nilai indeks terbesar adalah item pernyataan nomor X1.7 dan X1.8 dimana item ini berhubungan dengan *indikatorassurance* (jaminan dan *emphaty* (kepedulian) yang menyatakan bahwa gerai ayam geprek sa'i blitar memberikan ganti rugi pada konsumen dan sering mengadakan kegiatan santunan. Untuk indikator yang memiliki nilai indeks terbesar kedua adalah *tangibles* (bukti fisik) terdapat pada item pernyataan nomor X1.1 yang menyatakan bahwa pegawai Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar melayani dengan

berpenampilan sopan dan rapi. Sedangkan untuk indikator *responsiveness* (daya tanggap) terdapat pada nomor X1.4 dan X1.5 juga memiliki nilai indeks yang cukup besar. Ini artinya kualitas pelayanan di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar sudah diterapkan dengan baik dan dapat memenuhi tingkat kepuasan konsumen..

2. Variabel Atribut Produk Syariah (X2)

Tabel 4.3

Atribut Produk Syariah X2)

No	Jawaban	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Jumlah	%
1	SS	23	23	28	14	22	22	21	32	33	218	24.22%
2	S	52	47	46	44	38	51	55	50	50	433	48.11%
3	N	19	22	19	33	37	21	16	13	16	196	21.78%
4	TS	2	6	4	7	2	6	7	3	0	37	4.11%
5	STS	4	2	3	2	1	0	1	2	1	16	1.78%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa ada 9 butir pernyataan terkait dengan variabel atribut produk syariah (X2) yang terdiri dari 6 indikator yaitu merek, label, kemasan, jaminan, pelayanan, dan kualitas dimana masing-masing indikator terdiri dari 2 dan 3 butir pernyataan.

Dari tabel di atas juga dapat diketahui bahwa jumlah jawaban SS (sangat setuju) yang diberikan oleh responden sebanyak 218 atau sebesar 24.22%, untuk jumlah jawaban S (setuju) sebanyak 433 atau sebesar 48.11%, untuk jumlah jawaban N (netral) sebanyak 196 atau sebesar 21,78%, untuk jumlah jawaban TS (tidak setuju) sebanyak 37 atau sebesar 4.11%, dan untuk jumlah jawaban STS (sangat tidak setuju) sebanyak 16 atau sebesar 1.78%. Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju

dengan atribut produk syariah yang diterapkan oleh Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar

Angka indeks untuk variabel atribut produk syariah (X2) adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} X2.1 &= \frac{(23 \times 5) + (52 \times 4) + (19 \times 3) + (2 \times 2) + (4 \times 1)}{5} = 77.6 \\ X2.2 &= \frac{(23 \times 5) + (47 \times 4) + (22 \times 3) + (6 \times 2) + (2 \times 1)}{5} = 76.6 \\ X2.3 &= \frac{(28 \times 5) + (46 \times 4) + (19 \times 3) + (4 \times 2) + (3 \times 1)}{5} = 78.4 \\ X2.4 &= \frac{(14 \times 5) + (44 \times 4) + (33 \times 3) + (7 \times 2) + (2 \times 1)}{5} = 72.2 \\ X2.5 &= \frac{(22 \times 5) + (38 \times 4) + (37 \times 3) + (2 \times 2) + (1 \times 1)}{5} = 75.6 \\ X2.6 &= \frac{(22 \times 5) + (51 \times 4) + (21 \times 3) + (6 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 77.8 \\ X2.7 &= \frac{(21 \times 5) + (55 \times 4) + (16 \times 3) + (7 \times 2) + (1 \times 1)}{5} = 77.6 \\ X2.8 &= \frac{(32 \times 5) + (50 \times 4) + (13 \times 3) + (3 \times 2) + (2 \times 1)}{5} = 81.4 \\ X2.9 &= \frac{(33 \times 5) + (50 \times 4) + (16 \times 3) + (0 \times 2) + (1 \times 1)}{5} = 82.8 \end{aligned}$$

Nilai rata-rata indeks untuk semua indikator variabel disiplin kerja pegawai adalah:

$$\text{Rata-Rata Indeks} = \frac{700}{9} = 77.7$$

Dari hasil indeks diatas, dapat dilihat bahwa item pernyataan yang memiliki nilai indeks terbesar adalah item pernyataan nomor X2.9 dimana item ini berhubungan dengan indikator jaminan menyatakan bahwa Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar memberikan kemudahan untuk konsumen menggunakan fasilitas ibadah. Untuk indikator yang memiliki nilai indeks terbesar kedua adalah kemasan terdapat pada item pernyataan nomor X2.8 yang menyatakan bahwa Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar memberikan konsumen rasa puas terhadap tampilan makanan. Ini artinya atribut produk Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar sudah diterapkan dengan baik dan dapat memenuhi tingkat kepuasan konsumen

3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.5
Kepuasan Konsumen (Y)

No	Jawaban	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Jumlah	%
1	SS	22	15	23	15	11	11	8	2	107	13.38%
2	S	44	44	27	42	53	45	50	59	364	45.50%
3	N	34	34	49	42	32	41	42	39	313	39.13%
4	TS	0	6	1	1	3	3	0	0	14	1.75%
5	STS	0	1	0	0	1	0	0	0	2	0.25%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa ada 6 butir pernyataan terkait dengan variabel kepuasan konsumen (Y) yang terdiri dari 3 indikator yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan dimana masing-masing indikator terdiri dari 3 butir pernyataan.

Dari tabel di atas juga dapat diketahui bahwa jumlah jawaban SS (sangat setuju) yang diberikan oleh responden sebanyak 107 atau sebesar 13.38%, untuk jumlah jawaban S (setuju) sebanyak 364 atau sebesar 45.50%, untuk jumlah jawaban N (netral) sebanyak 313 atau sebesar 39.13%, untuk jumlah jawaban TS (tidak setuju) sebanyak 14 atau sebesar 1.75%, dan untuk jumlah jawaban STS (sangat tidak setuju) sebanyak 2 atau sebesar 0.25%. Dari penjelasan ini, dapat diambil kesimpulan yaitu sebagian besar responden berpendapat setuju bahwa selama mereka mendapatkan pelayanan di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar, mereka mendapatkan perlakuan yang baik dan memuaskan.

Angka indeks untuk variabel kepuasan masyarakat (Y) adalah sebagai berikut:

$$Y1.1 = \frac{(22 \times 5) + (44 \times 4) + (34 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 77.6$$

$$Y1.2 = \frac{(15 \times 5) + (44 \times 4) + (34 \times 3) + (6 \times 2) + (1 \times 1)}{5} = 73.2$$

$$Y1.3 = \frac{(23 \times 5) + (27 \times 4) + (49 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 74.4$$

$$Y1.4 = \frac{(15 \times 5) + (42 \times 4) + (42 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 74.2$$

$$Y1.5 = \frac{(11 \times 5) + (53 \times 4) + (32 \times 3) + (3 \times 2) + (1 \times 1)}{5} = 74$$

$$Y1.6 = \frac{(11 \times 5) + (53 \times 4) + (32 \times 3) + (3 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 72.8$$

$$Y1.7 = \frac{(8 \times 5) + (50 \times 4) + (42 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 73.2$$

$$Y1.8 = \frac{(2 \times 5) + (59 \times 4) + (39 \times 3) + (0 \times 2) + (0 \times 1)}{5} = 72.6$$

Nilai rata-rata indeks untuk semua indikator variabel disiplin kerja pegawai adalah:

$$\text{Rata-Rata Indeks} = \frac{592}{8} = 74$$

Dari hasil indeks diatas, dapat dilihat bahwa item pernyataan yang memiliki nilai indeks terbesar adalah item pernyataan nomor Y1.1 dimana item ini berhubungan dengan indikator kesesuaian harapan yang menyatakan bahwa pelayanan di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar sesuai dengan harapan. Untuk indikator yang memiliki nilai indeks terbesar kedua adalah kesesuaian harapan terdapat pada item pernyataan nomor Y1.3 yang menyatakan bahwa harga produk Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar terjangkau.. Ini artinya Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar udah cukup baik dalam memenuhi tingkat kepuasan konsumen.

D. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kebenaran atau

kevalidan suatu instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya.¹¹² Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian maka dilakukan uji SPSS dengan cara membandingkan nilai r hitung dan nilai r tabel. Ada 25 butir pernyataan yang digunakan di dalam penelitian ini, yang terdiri dari 8 butir pernyataan untuk variabel X1, 9 butir pernyataan untuk variabel X2, dan 8 butir pernyataan untuk variabel Y. Pada penelitian ini besarnya *degree of freedom* (df) dapat dihitung yaitu sebesar $df = n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Maka diperoleh $df = 100 - 2 = 98$ dengan nilai alpha sebesar 5% atau 0.05 sehingga nilai r tabel yang di dapat adalah 0,1654. Untuk hasil uji validitas pada setiap variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel

Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.594	0.1654	Valid
	X1.2	0.671	0.1654	Valid
	X1.3	0.555	0.1654	Valid
	X1.4	0.448	0.1654	Valid
	X1.5	0.659	0.1654	Valid
	X1.6	0.534	0.1654	Valid
	X1.7	0.330	0.1654	Valid
	X1.8	0.222	0.1654	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa masing-masing item pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dan

¹¹² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0.....*, hlm. 96.

bernilai positif. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa 8 butir pernyataan yang digunakan pada variabel ini dinyatakan valid.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel

Atribut Produk Syariah (X2)

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
Atribut Produk Syariah (X2)	X2.1	0.502	0.1654	Valid
	X2.2	0.507	0.1654	Valid
	X2.3	0.451	0.1654	Valid
	X2.4	0.262	0.1654	Valid
	X2.5	0.198	0.1654	Valid
	X2.6	0.336	0.1654	Valid
	X2.7	0.384	0.1654	Valid
	X2.8	0.450	0.1654	Valid
	X2.9	0.506	0.1654	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa masing-masing item pernyataan untuk variabel atribut produk syariah (X2) memiliki nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa 9 butir pernyataan yang digunakan pada variabel ini dinyatakan valid.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Variabel

Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	r tabel	Keterangan
Kepuasan Masyarakat (Y)	Y.1	0.529	0.1654	Valid
	Y.2	0.660	0.1654	Valid
	Y.3	0.628	0.1654	Valid
	Y.4	0.652	0.1654	Valid
	Y.5	0.569	0.1654	Valid

	Y.6	0.671	0.1654	Valid
	Y1.7	0.664	0.1654	Valid
	Y1.8	0.611	0.1654	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa masing-masing item pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen (Y1) memiliki nilai r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa 8 butir pernyataan yang digunakan pada variabel ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya. Uji reliabilitas dapat dikatakan baik apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Adapun hasil dari uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.583	8	Cukup Reliabel
Atribut Produk Syariah (X2)	0.343	9	Agak Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.774	8	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan (X1) adalah 0.583, variabel atribut produk syariah (X2) adalah 0.343., dan variabel kepuasan konsumen (Y)

adalah 0.774. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah data yang diperoleh memiliki distribusi normal atau tidak. Apabila nilai signifikansi > 0.05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal dan apabila nilai signifikansi < 0.05 maka data dikatakan data berdistribusi tidak normal. Untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak maka dapat dilakukan dengan pengujian *Kolmogorov-Smirnov*. Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.28991441
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.041
Kolmogorov-Smirnov Z		.597
Asymp. Sig. (2-tailed)		.869

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Dari tabel One- Sample Kolmogrov-Smirnov Test diperoleh angka probabilitas atau Asymp.Sig (2-tailed). Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0.05$. Terima H_1 jika nilai signifikansi > 0.95 dan tolak H_0 jika signifikansi < 0.05 .

H_1 = Data berdistribusi normal

H_0 = Data bedistribusi tidak normal

Nilai sig pada tabel One sample Kolmogrov-Smirnov Test untuk kualitas pelayanan dan atribut produk syariah adalah 0.869 maka lebih besar dari 0.05 ($0.869 > 0.05$) sehingga berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi diantara variabel independen (bebas). Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.990	1.010
Atribut Produk Syariah	.990	1.010

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. *Sumber: Data SPSS diolah, 2020*

Berdasarkan pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0.990, dan atribut produk syariah 0.990, Dalam hal ini nilai *tolerance* untuk semua variabel independen adalah lebih dari 0.10 yang artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Sedangkan untuk nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) variabel kualitas pelayanan islami adalah 1.010, dan variabel atribut produk syariah adalah 1.010, Dalam hal ini nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk semua variabel independen adalah lebih dari 10.00 yang

artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

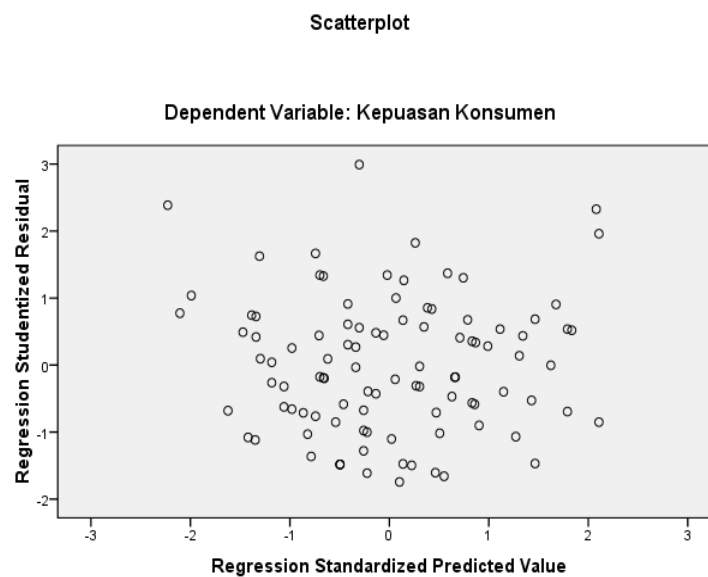
Dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa antar variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, dan atribut produk syariah tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas maka dapat diketahui dengan cara melihat pola pada titik Scatterplots regresi. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.5

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Berdasarkan gambar 4.5 di atas, dapat dilihat bahwa hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi masalah

heteroskedastisitas atau dapat dikatakan dengan homokedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda untuk mengetahui nilai keeratan hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X1), atribut produk syariah (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Adapun hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.679	4.434		4.889	.000
	Kualitas Pelayanan	.416	.095	.407	4.376	.000
	Atribut Produk Syariah	-.117	.107	-.102	-1.092	.277

Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.13 di atas, maka dapat dibentuk persamaan sebagai berikut:

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

$$Y = 21.679 + 0.416X_1 + (-0.117)X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Konsumen

X1 = Variabel Kualitas Pelayanan

X2 = Variabel Atribut Produk Syariah

Dari bentuk persamaan regresi di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Nilai *constant* (konstan) pada hasil uji menunjukkan nilai sebesar 21.679

Hal ini menyatakan bahwa ketika variabel kualitas pelayanan (X1), dan atribut produk syariah (X2) bernilai konstan (tidak berubah), maka dapat

dikatakan bahwa nilai dari variabel kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 21.679.

- b. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.416. Hal ini menunjukkan bahwa ketika terjadi peningkatan 1 satuan variabel kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0.416. Karena koefisien regresi bernilai positif (+), maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- c. Nilai koefisien regresi pada variabel atribut produk syariah (X2) sebesar -0.117. Hal ini menunjukkan bahwa ketika terjadi peningkatan 1 satuan variabel disiplin kerja pegawai maka kepuasan masyarakat juga akan meningkat sebesar -0.117. Karena koefisien regresi bernilai positif (+), maka dapat diambil kesimpulan bahwa atribut produk syariah berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji T) digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi > 0.05 , maka H_1 ditolak, dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi < 0.05 , maka H_1 diterima.

Adapun hasil dari uji T yang dilakukan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14**Hasil Uji T****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.679	4.434		4.889	.000
Kualitas Pelayanan	.416	.095	.407	4.376	.000
Atribut Produk Syariah	-.117	.107	-.102	-1.092	.277

a Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Diketahui bahwa untuk mencari t tabel dapat dilakukan dengan cara membagi tingkat kepercayaan menjadi dua, kemudian jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas (independen) dikurangi satu. Atau dapat ditulis dengan rumus $t \text{ tabel} = (\alpha/2 ; 100 - 2 - 1) = (0.05/2 ; 97) = (0.025 ; 97)$. Maka t tabel dapat dicari dengan cara melihat baris df 97 dan kolom 0.025. Sehingga diperoleh hasil dari t tabel adalah 1.98472 = 1.984. Hasil uji T pada tabel 4.14 dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Hipotesis 1 berbunyi: Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pelanggan di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar

Dari hasil uji T di atas dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah 4.889. Hal ini berarti nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel atau dapat ditulis dengan nilai t hitung (4.889) > t tabel (1.984). Nilai signifikan untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0.000 dimana nilai ini lebih kecil dari taraf signifikansi alpha yang telah ditetapkan yaitu 0.05 atau dapat ditulis dengan nilai sig (0.000) < nilai sig 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, sehingga

variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dan hipotesis 1 teruji.

2) Variabel Atribut Produk Syariah (X2)

Hipotesis 2 berbunyi: Atribut Produk Syariah (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pelanggan di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar

Dari hasil uji T di atas dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk variabel disiplin kerja pegawai adalah 4.376. Hal ini berarti nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel atau dapat ditulis dengan nilai t hitung $(4.376) > t \text{ tabel } (1.984)$. Nilai signifikan untuk variabel kualitas pelayanan islami adalah 0.000 dimana nilai ini lebih kecil dari taraf signifikansi alpha yang telah ditetapkan yaitu 0.05 atau dapat ditulis dengan nilai sig $(0.000) < \text{nilai sig } 0.05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, sehingga variabel atribut produk syariah (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dan hipotesis 2 teruji.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya ada dua yaitu sebagai berikut:

1) Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka H1 ditolak

Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka H1 diterima

2) Jika F hitung $< F \text{ tabel}$ maka H1 ditolak

Jika F hitung $> F \text{ tabel}$ maka H1 diterima

Tabel 4.15**Hasil Uji F****ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216.260	2	108.130	9.788	.000 ^a
	Residual	1071.530	97	11.047		
	Total	1287.790	99			

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk Syariah , Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Sebelumnya hipotesis 4 menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1), dan atribut produk syariah (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pelanggan di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar

Dari hasil uji F pada tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah 0.000 dimana nilai ini lebih kecil dari taraf signifikansi alpha yang telah ditetapkan yaitu 0.05 atau dapat ditulis dengan nilai sig (0.000) < nilai sig 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, sehingga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan hipotesis 4 teruji.

Sedangkan dilihat dari nilai F hitung menghasilkan nilai sebesar 9.788. Untuk nilai F tabel dengan taraf signifikansi 0.05 dapat ditentukan dengan cara mencari $df_1 = k - 1$ dimana k adalah jumlah variabel, maka diperoleh hasil $3 - 1 = 2$, mencari $df_2 = n - k$ dimana n adalah jumlah sampel, maka diperoleh hasil $100 - 3 = 97$. Jadi nilai F hitung dapat dilihat dengan cara melihat pada kolom dengan $df_1 = 2$ dan baris $df_2 = 97$, maka F tabel adalah 3.09. Hasilnya menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel atau $9.778 > 3.09$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1

diterima, artinya variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan hipotesis 4 teruji.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R Square) digunakan untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R Square) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.410 ^a	.168	.151	3.324

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk Syariah , Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data SPSS diolah, 2020

Adapun hasil interpretasi dari tabel 4.16 di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai R pada tabel adalah sebesar 0.410. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi atau hubungan yang positif antara variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan (X1), dan atribut produk syariah (X2), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) pelanggan di Gerai Ayam Geprek Sa'i Blitar
- Nilai R Square (R^2) pada tabel adalah sebesar 0.168. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan (X1), dan atribut produk syariah (X2), memiliki kontribusi dan mampu menjelaskan tentang variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 16.8%. Sedangkan sisanya yaitu 83.2% dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

- c. Nilai Std. Error of the Estimate pada tabel adalah sebesar 3.324. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil nilai Std. Error of the Estimate maka regresi akan semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen (Y).