

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya *Kentucky Fried Chicken* (KFC)

Kentucky Fried Chicken adalah perusahaan raksasa yang dirintis dari kecil hingga terbesar yang bidang usahanya meliputi penjualan ayam goreng dan makanan siap saji atau *fast food*. Dasar keberhasilan KFC adalah caranya mencapai keseragaman dan kesetiaan pasukan kerja tanpa mengorbankan kekuatan keragaman dan individualistis Amerika. KFC adalah suatu merek dagang waralaba dari *yum! Brands, inc.*, yang bermarkas di *Louisville, Kentucky*, Amerika Serikat. Didirikan oleh *Col. Harland Sanders*, KFC dikenal terutama karena ayam gorengnya, yang biasa disajikan dalam "timba" (bucket) dari kertas karton.

Di Indonesia, pemegang hak waralaba tunggal KFC adalah PT. Fastfood Indonesia, Tbk yang didirikan oleh Kelompok usaha Gelael pada tahun 1978, dan terdaftar sebagai perusahaan publik sejak tahun 1994. Restoran KFC pertama di Indonesia dibuka pada bulan Oktober 1979 di jalan melawai, Jakarta

Awal dioperasikannya gerai KFC di Probolinggo yaitu pada tanggal 28 Agustus 2009, yang bertempat di Jalan Suroyo No.1. Kelurahan Tisnonegaran, Kecamatan Kanigaran, Kota Probolinggo, Jawa imur. KFC Probolinggo mempunyai lokasi yang berdekatan dengan Kantor Walikota Probolinggo dan Kodim 0820 Probolinggo. Pemilihan lokasi pada dasarnya

dilihat dari kestrategisan yang sangat memudahkan pengunjung khususnya untuk kalangan pelajar/mahasiswa dan pegawai. Awal mula keberadaannya di Probolinggo tidak memerlukan promosi yang berlebihan karena produk ini sudah dikenal masyarakat secara luas.

Pada awal berdiri tidak menemui hambatan yang berarti dikarenakan restoran sudah dikenal luas masyarakat. Animo masyarakat untuk berkunjung melesit pada saat dibuka perdana gerai KFC di Kota Probolinggo. Kondisi masyarakat yang masih berkembang sangat memberi keuntungan bagi perusahaan, masyarakat sangat menerima keberadaan produk makanan cepat saji ini.

4.1.2 Visi Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Selalu menjadi merek restoran cepat saji Nomor 1 di Indonesia dan mempertahankan kepemimpinan pasar dengan menjadi restoran yang termodern dan terfavorit dalam segi produk, harga, pelayanan dan fasilitas

b. Misi Perusahaan

Semakin memperkuat citra merek KFC dengan strategi-strategi dan ide-ide yang inovatif, terus meningkatkan suasana bersantap yang tiada bandingannya dan konsisten memberikan produk, layanan, serta fasilitas restoran yang selalu berkualitas mengikuti kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah.

4.1.3 Data Produk dan Harga

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo berikut data daftar menu yang ada di restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo

Tabel 3
Daftar Menu di Restoran *Kentucky Fried Chicken* (KFC)
Kota Probolinggo

| No | Menu | Isi Produk | Harga | |
|----|------------------|---------------------------|--|------------|
| 1 | Hot deals | Kombo winger sambal matah | Winger hot & crispy + rice +1 coca cola reg + sambal matah | Rp. 35.500 |
| | | SB1 Sambal Matah | 1 pc Chicken HCC+1 Rice+1 Coca cola med. + sambal matah | Rp. 44.000 |
| | | Zuper Box | 1 pc crispy burger+1 pc chickenHC+ Rice+ mocha float | Rp. 56.000 |
| | | Golden Combo 1 | 1 pcs hot & chesdy chicken+1 Rice+ 1 coca-cola med. | Rp. 41.500 |
| | | Golden Combo 2 | 2 pcs hot & chesdy chicken+1 Rice+ 1 coca-cola med. | Rp. 57.000 |
| | | Cheesy Chicken | Hot & Cheesy Chicken | Rp. 23.000 |
| No | Menu | Isi Produk | Harga | |
| 2 | Combo | Colonel All Star 1 | 1pcs krunchy burger +1Half winger+1Fries reg + 1cup cola reg | Rp. 31.500 |
| | | Kombo winger seasoning | Winger barbeque + 1 nasi +1cup coca-cola | Rp. 31.000 |
| | | SB2 Coffe Nescafe | 2pc chicken + 1rice + 1cup coffee Nescafe Latte | Rp. 60.000 |
| | | Combo Twisty | 1 twisty + 1 FFReg + 1coca-cola | Rp. 29.000 |
| | | Combo winger | Winger hot crispy +1nasi + 1 cup coca-cola | Rp. 30.000 |
| | | Super besar 1 | 1 pc chicken + 1 Rice + 1 cup coca-cola | Rp. 36.500 |
| | | Super besar 2 | 2 pc chicken + 1 Rice + 1 cup coca-cola | Rp.55.000 |
| | | Combo bento | 1 oriental bento + coca cola medium | Rp. 29.000 |
| 3 | Praktis | Krunchy Burger | Krunchy Burger | Rp. 13.500 |
| | | Krispy Burger | Krispy Burger | Rp. 26.500 |
| | | Cream Puff 1Pc | Cream Puff 1Pc | Rp. 12.500 |
| | | Cream Puff 2Pc | Cream Puff 2Pc | Rp. 21.000 |

| | | | | |
|-----------|------------------|-----------------------|--|--------------|
| | | Twisty | Twisty | Rp. 19.000 |
| | | French Fries Large | French Fries Large | Rp. 23.000 |
| | | French Fries Regular | French Fries Regular | Rp. 19.000 |
| | | Fish Bento | Fish Bento | Rp. 27.500 |
| | | Oriental Bento | Oriental Bento | Rp. 16.000 |
| | | Crispy Strips | 2 Pcs Crispy Strips | Rp. 19.000 |
| | | Colonel Burger | Colonel Burger | Rp. 21.000 |
| 4 | Alacarte | KFC Soup | KFC Soup | Rp. 16.000 |
| | | Colonel Yakiniku Rice | Colonel Yakiniku Rice | Rp. 36.500 |
| | | Snack Bucket 2 | 2 pcs chicken strip+1 Fun Fries+1 KFC winger + 6 chicken | Rp. 70.500 |
| | | Crispy Chicken | 1 Pcs Crispy Chicken | Rp. 19.500 |
| | | Perkedel | Perkedel | Rp. 9.500 |
| | | Spaghetti Deluxe | Spaghetti Deluxe | Rp. 10.500 |
| | | Rice | Rice | Rp. 9.500 |
| | | 9 Pcs | 9 Pcs Chicken | Rp. 161.500 |
| | | Wing Original | Wing Original | Rp. 19.000 |
| | | KFC Winger | 1 Porsi Winger Hot Crispy | Rp. 23.000 |
| | | Pom Pom | 1 Porsi Pom Pom | Rp.10.500 |
| No | | Menu | Isi Produk | Harga |
| 5 | Beverages | Ichi Ocha | Ichi Ocha New | Rp. 11.500 |
| | | Ovaltine 125ML | Ovaltine 125ML | Rp. 10.500 |
| | | Cafe Latte Nescafe | Cafe Latte Nescafe | Rp. 13.500 |
| | | Mocha Float | Mocha Float | Rp. 12.500 |
| | | Mango Float | Mango Float | Rp. 10.500 |
| | | Mocha boba Float | Mocha boba Float | Rp. 15.500 |
| | | Mocha boba | Mocha boba | Rp. 12.500 |
| | | Cream soup | Cream soup | Rp. 10.500 |
| | | Mineral water | Mineral water | Rp. 8.500 |
| | | Lovlychee Float | Lovlychee Float | Rp. 10.500 |
| | | Coca-cola | Coca-cola | Rp. 11.500 |
| | | Fanta | Fanta | Rp. 11.500 |
| | | Pudding | Pudding | Rp. 11.500 |
| | | Sprite | Sprite | Rp. 11.501 |
| | | Cappucino Nescafe | Cappucino Nescafe | Rp. 13.500 |
| 5 | Premium | Great Combo | 5pcs Chicken+3pcs Rice+ 4Pcs Chicken strips+2porshi french fries reglar+ 3 cup pudding | Rp. 168.000 |

| | | | | |
|--|--|------------|--|-------------|
| | | Mega Combo | 9pcs Chicken+7pcs Rice+ 6Pcs Chicken strips+3 porsi french fries reglar+ 5 cup pudding | Rp. 278.000 |
|--|--|------------|--|-------------|

Sumber: Data Primer, diolah 2022

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Responden

Dari hasil isian kuisioner yang disebarkan kepada konsumen KFC Probolinggo sebagai responden, sebagai berikut:

a. Data Responden Berdasarkan Usia

Data responden berdasarkan usia dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4
Data Responden Berdasarkan Usia

| Kelompok Usia | Responden | Prosentase |
|---------------|-----------|------------|
| < 20 tahun | 32 | 36% |
| 21 – 30 tahun | 35 | 39% |
| 31 – 40 tahun | 13 | 14% |
| ➤ 40 tahun | 10 | 11% |
| Jumlah | 90 | 100% |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari data Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa konsumen KFC Probolinggo yang dijadikan responden adalah yang berusia < 20 tahun yaitu 32 orang (36%), berusia diatas 21-30 tahun sebesar yaitu 35 orang (39%), 31 – 40 tahun sebesar 13 orang (14%), dan di atas 40 tahun sebesar 10 orang (11%). Jadi responden terbanyak berusia 21-30 tahun.

b. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 5
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Responen | Prosentase |
|---------------|----------|------------|
| Pria | 34 | 37% |
| Wanita | 56 | 63% |
| Jumlah | 90 | 100% |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari data Tabel 4 dapat dilihat bahwa konsumen KFC Probolinggo yang dijadikan responden adalah berjenis kelamin Pria yaitu 37% atau 34 orang dan berjenis kelamin wanita yaitu 63% atau 56 orang. Jadi responden terbanyak adalah wanita.

c. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data responden berdasarkan pekerjaan dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 6
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Responden | Prosentase |
|-----------|-----------|------------|
| PNS | 26 | 28% |
| Swasta | 30 | 33% |
| Pelajar | 34 | 38% |
| Jumlah | 90 | 100% |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari data Tabel 5 dapat dilihat PNS 26 orang (28%), Swasta 30 orang (33%) dan pelajar 34 orang (38%).

4.2.2 Frekuensi Jawaban Responden

Berdasarkan hasil isian kuisioner yang dilakukan, berikut disajikan skor masing-masing variabel, sebagai berikut:

Tabel 7
Tabel Frekuensi Jawaban Responden
Variabel Inovasi Produk (X₁)

| Tanggapan Responden | Sangat Setuju | | Setuju | | Kurang Setuju | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | Jumlah | |
|---------------------|---------------|------|--------|------|---------------|-----|--------------|-----|---------------------|---|--------|-----|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 28 | 31.1 | 62 | 68.9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 2 | 40 | 44.4 | 49 | 54.4 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 3 | 31 | 34.4 | 53 | 58.9 | 5 | 5.6 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 4 | 32 | 35.6 | 54 | 60.0 | 3 | 3.3 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 5 | 40 | 44.4 | 48 | 53.3 | 2 | 2.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 6 | 35 | 38.9 | 51 | 56.7 | 3 | 3.3 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 7 | 32 | 35.6 | 56 | 62.2 | 2 | 2.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 8 | 24 | 26.7 | 60 | 66.7 | 6 | 6.7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| Jumlah | 262 | | 433 | | 22 | | 3 | | 0 | | 720 | |
| Presentase | 36.3% | | 60.1% | | 0.5% | | 0.41% | | - | | 100% | |

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan jawaban responden sangat setuju 36.3%, setuju 60.1%, kurang setuju 0.5%, tidak setuju 0.41%. Responden terbanyak menjawab setuju, hal ini menunjukkan bahwa Inovasi Produk pada KFC Probolinggo baik. Maka dari itu, perlu ditingkatkan lagi Inovasi Produknya agar Kepuasan Konsumen tercapai.

Tabel 8
Tabel Frekuensi Jawaban Responden
Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

| Tanggapan Responden | Sangat Setuju | | Setuju | | Kurang Setuju | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | Jumlah | |
|---------------------|---------------|------|--------|------|---------------|------|--------------|---|---------------------|---|--------|-----|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 28 | 31.1 | 61 | 67.8 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 2 | 14 | 15.6 | 66 | 73.3 | 10 | 11.1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |

| | | | | | | | | | | | | |
|------------|-------|------|-------|------|----|------|---|---|---|---|------|-----|
| 3 | 41 | 45.6 | 48 | 53.3 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 4 | 32 | 35.6 | 56 | 62.2 | 2 | 2.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 5 | 36 | 40.0 | 53 | 58.9 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 6 | 31 | 34.4 | 48 | 53.3 | 11 | 12.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 7 | 31 | 34.4 | 58 | 64.4 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 8 | 25 | 27.8 | 58 | 64.4 | 7 | 7.8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 9 | 38 | 42.2 | 51 | 56.7 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 10 | 41 | 45.6 | 49 | 54.4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 90 | 100 |
| Jumlah | 317 | | 548 | | 35 | | 0 | | 0 | | 900 | |
| Presentase | 35.2% | | 60.8% | | 4% | | - | | - | | 100% | |

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan jawaban responden sangat setuju 35.2%, setuju 60.8%, kurang setuju 4%. Responden terbanyak menjawab setuju, hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang diberikan KFC Probolinggo baik sehingga dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen.

Tabel 9
Tabel Frekuensi Jawaban Responden
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

| Tanggapan Responden | Sangat Setuju | | Setuju | | Kurang Setuju | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | Jumlah | |
|---------------------|---------------|------|--------|------|---------------|-----|--------------|-----|---------------------|---|--------|-----|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 40 | 44.4 | 48 | 53.3 | 2 | 2.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 2 | 35 | 38.9 | 51 | 56.7 | 3 | 3.3 | 1 | 1.1 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 3 | 32 | 35.6 | 56 | 62.2 | 2 | 2.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 4 | 24 | 26.7 | 60 | 66.7 | 6 | 6.7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 5 | 42 | 46.7 | 46 | 51.1 | 2 | 2.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| 6 | 32 | 35.6 | 55 | 61.1 | 3 | 3.3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 90 | 100 |
| Jumlah | 205 | | 316 | | 18 | | 1 | | 0 | | 540 | |
| Presentase | 37.9% | | 58.5% | | 3.4% | | 0.2% | | - | | 100% | |

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan jawaban responden sangat setuju 37.9%, setuju 58.5%, kurang setuju 3.4%, tidak setuju 0.2%. Responden terbanyak menjawab setuju, hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen KFC Probolinggo baik. Untuk itu, KFC Probolinggo harus

memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Kualitas Data

Pengujian kualitas instrumen dimaksudkan untuk menghindari adanya bias yang diperoleh dari data penelitian dalam menjelaskan konstruk variabel yang diukur melalui instrumen kuesioner.

a. Uji Validitas

Untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner dengan analisis korelasi *product moment* yang terkoreksi.

Tabel 10
Hasil Pengujian Validitas Variabel

| Variabel | No. Item | r hitung | r tabel 5% (90-2=88) | Keterangan |
|--------------------------------------|----------|----------|-------------------------|------------|
| Inovasi Produk (X ₁) | 1 | 0.244 | 0.207 | Valid |
| | 2 | 0.548 | 0.207 | Valid |
| | 3 | 0.291 | 0.207 | Valid |
| | 4 | 0.475 | 0.207 | Valid |
| | 5 | 0.523 | 0.207 | Valid |
| | 6 | 0.323 | 0.207 | Valid |
| | 7 | 0.469 | 0.207 | Valid |
| | 8 | 0.507 | 0.207 | Valid |
| Kualitas Pelayanan (X ₂) | 1 | 0.251 | 0.207 | Valid |
| | 2 | 0.615 | 0.207 | Valid |
| | 3 | 0.691 | 0.207 | Valid |
| | 4 | 0.434 | 0.207 | Valid |
| | 5 | 0.229 | 0.207 | Valid |
| | 6 | 0.402 | 0.207 | Valid |
| | 7 | 0.559 | 0.207 | Valid |
| | 8 | 0.503 | 0.207 | Valid |
| | 9 | 0.635 | 0.207 | Valid |
| | 10 | 0.482 | 0.207 | Valid |
| Kepuasan Konsumen | 1 | 0.546 | 0.207 | Valid |
| | 2 | 0.508 | 0.207 | Valid |

| | | | | |
|-----|---|-------|-------|-------|
| (Y) | 3 | 0.444 | 0.207 | Valid |
| | 4 | 0.481 | 0.207 | Valid |
| | 5 | 0.616 | 0.207 | Valid |
| | 6 | 0.456 | 0.207 | Valid |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut pada tabel 9 menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Uji validitas untuk masing-masing item dari variabel menunjukkan nilai yang berada di atas nilai r tabel = 0.207.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu instrumen dapat digunakan lagi untuk penelitian yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik analisis *Cronbach Alpha*. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan pengujian *One Shot* (satu kali).

Tabel 11
Kesimpulan Pengujian Reliabilitas Variabel

| No. Item | Variabel | Croanbach alpha | One Shot | Keterangan |
|----------|----------------|-----------------|----------|------------|
| 1 | X ₁ | 0.684 | 0.60 | Reliabel |
| 2 | X ₂ | 0.627 | 0.60 | Reliabel |
| 3 | Y | 0.627 | 0.60 | Reliabel |

Sumber: Data hasil olahan SPSS 22 (Lampiran)

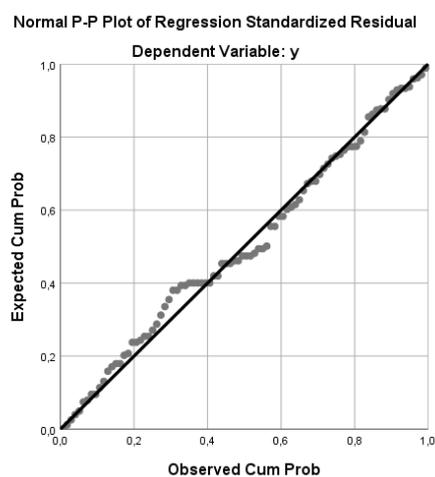
Hasil dari pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel adalah reliabel dan layak untuk dilanjutkan pengolahan data dengan SPSS.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Hasil Pengujian Probability Plots:



Gambar 2 : Hasil Pengujian Probability Plots
Sumber : Data hasil Olahan SPSS 22 Probability

Dari hasil *Probability Plots* menunjukkan distribusi normal, karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas, dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Berikut hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan nilai (VIF) kedua variabel.

Tabel 12
Hasil Pengujian Multikolinieritas

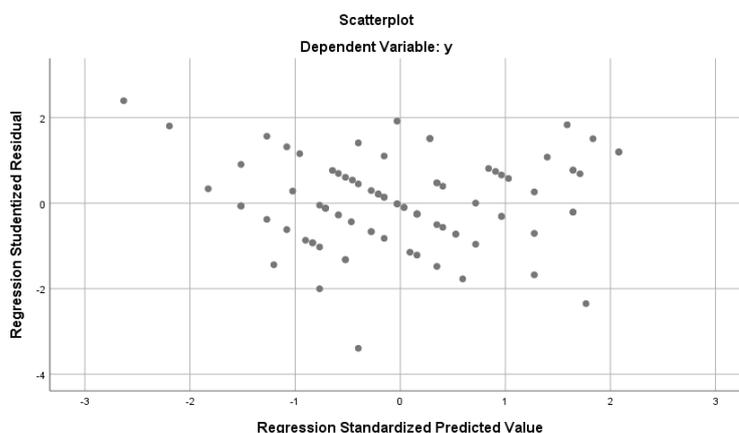
| Model | Collinearity Statistics | |
|--------------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| Inovasi Produk | ,656 | 1,525 |
| Kualitas Pelayanan | ,656 | 1,525 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Menggunakan besaran *tolerance* (α) dan *variance inflation factor* (VIF). Dengan menggunakan alpha atau *tolerance* = 10% atau 0,10 maka VIF = 10. Dari output besar VIF hitung (VIF Inovasi Produk dan kualitas pelayanan = 1.525) < VIF 10 dan semua *tolerance* variabel bebas (Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan = 0.656 atau 65.6%) diatas 10% atau > 10%. Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *scatterplot*.



Gambar 3 : Hasil Pengujian Heteroskedastisitas
Sumber : Hasil Olahan data SPSS 22

Analisis hasil output SPSS scatterplot di atas didapatkan titik menyebar dan tidak berkumpul pada satu tempat. Jadi kesimpulannya variabel bebas diatas tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1.

Tabel 13
Hasil Pengujian Durbin-Watson
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,785 ^a | ,616 | ,607 | 1,048 | 1,731 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data hasil Olahan SPSS 22 Uji Durbin-Watson

Dari hasil olah data diatas, ditemukan Durbin-Watson test = 1.731 dan $DW < 2$. Maka dapat disimpulkan data diatas tidak terjadi autokorelasi.

4.3.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dua variabel bebas Inovasi Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y). Dari hasil perhitungan program statistik SPSS 22 *for windows* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 14
Hasil Output SPSS Regresi Berganda
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,656 | 2,271 | | -,289 | ,773 |
| | Inovasi Produk | ,571 | ,076 | ,614 | 7,486 | ,000 |
| | Kualitas Pelayanan | ,161 | ,054 | ,247 | 3,011 | ,003 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Persamaan koefisien regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0.656 + 0.571X_1 + 0.161X_2$$

Bentuk persamaan regresi ini memiliki makna sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta sebesar 0.656, artinya jika Inovasi produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) nilainya adalah 0, maka Kinerja Pegawai (Y) nilainya adalah 0.656.
2. Nilai koefisien Inovasi Produk (β_1) sebesar 0.571 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan inovasi produk sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.571 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
3. Nilai koefisien kualitas pelayanan (β_2) sebesar 0.161 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0.161 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

4.2.4 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 15
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,785 ^a | ,616 | ,607 | 1,048 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, inovasi produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0.616. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen (Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen) atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan) mampu menjelaskan sebesar 0.616% variasi variabel dependen (Kepuasan Konsumen). Sedangkan sisanya sebesar 38.4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.2.5 Uji Hipotesis Regresi

a. Uji F

Tabel 16
Hasil Pengujian Analisis Regresi Berganda (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 153,235 | 2 | 76,617 | 69,807 | ,000 ^b |
| | Residual | 95,488 | 87 | 1,098 | | |
| | Total | 248,722 | 89 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

1) Merumuskan Hipotesis

2) Menentukan Tingkat Signifikasi

Tingkat signifikasi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikasi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian)

3) Menentukan F_{hitung}

Berdasarkan tabel diperoleh F_{hitung} sebesar 69.807.

4) Menentukan F_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ df 1 (jumlah variabel-1) = 2 dan df 2 (n-k-1) atau $90-2-1 = 87$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

Hasil diperoleh untuk F tabel $(2)(87)$ adalah 3.10.

5) Kriteria Pengujian:

a) H_0 diterima, H_1 ditolak bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

b) H_0 ditolak, H_1 diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

6) Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13.182 > 3.10$) (sig. $0.000 < 0.05$) menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, Artinya variabel Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

b. Uji t

Tabel 17
Hasil Pengujian Analisis Regresi Berganda (Uji t)
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,656 | 2,271 | | -,289 | ,773 |
| | Inovasi Produk | ,571 | ,076 | ,614 | 7,486 | ,000 |
| | Kualitas Pelayanan | ,161 | ,054 | ,247 | 3,011 | ,003 |

Sumber: Data hasil Olahan SPSS 22 Regresi Berganda

1) Menentukan Hipotesis

2) Menentukan taraf signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel diperoleh t_{hitung} Inovasi Produk sebesar 7.486 dan t_{hitung} Kualitas Pelayanan sebesar 3.011.

4) Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $90-2-1 = 87$ (1.987) (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

5) Kriteria Pengujian

(1) H_0 diterima, H_2 ditolak bila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq + t_{tabel}$

(2) H_0 ditolak, H_2 diterima bila $-t_{tabel} > -t_{hitung} > + t_{tabel}$

6) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

(a) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.486 > 1.987$) (sig. $0.000 < 0.05$)

menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya

variabel *Inovasi Produk* (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

(b) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.011 > 1.987$) (sig. $0.003 < 0.05$) menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

c. Uji Dominan

Untuk uji ini melihat tabel Coefficient^a pada nilai t_{hitung} dan nilai signifikansi α sebesar 5% mana yang memiliki pengaruh paling besar atau mendekati antara kedua variabel (X) terhadap variabel (Y).

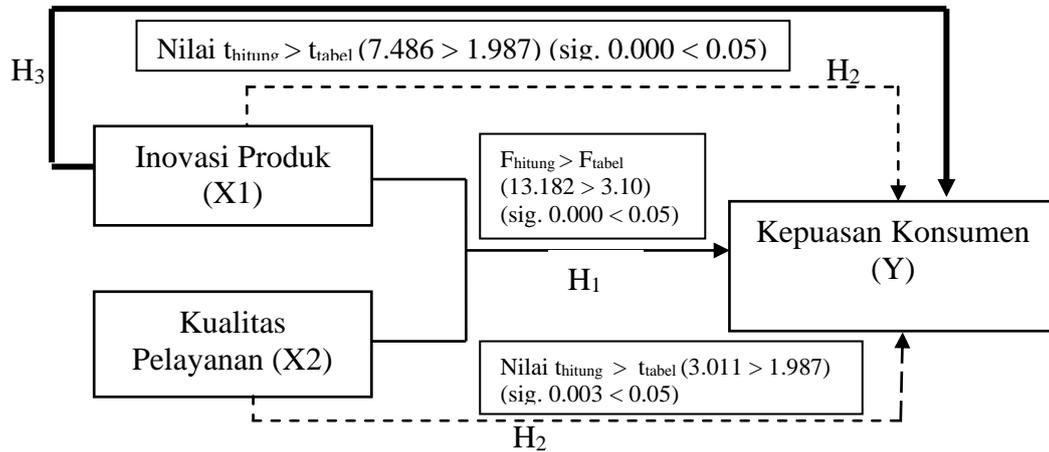
- 1) Variabel (X_1) Inovasi Produk dengan nilai t_{hitung} ($7.486 > 1.987$) (sig. $0.000 < 0.05$)
- 2) Variabel (X_2) Kualitas Pelayanan dengan nilai t_{hitung} ($3.011 > 1.987$) (sig. $0.003 < 0.05$)

Jadi variabel inovasi produk (X_2) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Probolinggo. Hasil ini menunjukkan sesuai dengan hipotesis yang sudah dirumuskan yaitu bahwa variabel inovasi produk merupakan variabel dominan.

4.4 Hasil Kerangka Berpikir & Pembahasan

4.4.1 Hasil Kerangka Berpikir

Adapun Hasil Kerangka Berpikir dapat dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 4: Hasil Kerangka Berpikir
Sumber Data: Olahan Peneliti, 2022

Keterangan :

- Garis \longrightarrow pengaruh secara simultan
- Garis \dashrightarrow pengaruh secara parsial
- Garis \longrightarrow pengaruh secara dominan

Dari gambar hasil kerangka berpikir diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Probolinggo. Hal ini dapat dilihat dari Nilai $F_{hitung} > F_{tabel} (13.182 > 3.10)$ dengan nilai probabilitas (sig. 0.000 < 0.05).
- b. Variabel Inovasi Produk (X₁) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini ditunjukkan dengan Nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (7.486 > 1.987)$ (sig. 0.000 < 0.05).

- c. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat dilihat dari Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.011 > 1.987$) (sig. $0.003 < 0.05$).
- d. Variabel Inovasi Produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} Inovasi Produk ($7.486 > 1.987$) (sig. $0.000 < 0.05$) lebih besar dibanding nilai t_{hitung} kualitas pelayanan ($3.011 > 1.987$) (sig. $0.003 < 0.05$).

4.4.2 Pembahasan

A. Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil temuan pertama menunjukkan bahwa terbukti Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Probolinggo. Hasil ini menunjukkan sesuai dengan hipotesis pertama yang sudah dirumuskan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siskawati (2019), Dan Laras Widyastuti (2021) yang menunjukkan bahwa Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hal ini berarti Kepuasan Konsumen dapat dipengaruhi secara bersama-sama oleh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan. Inovasi Produk sudah baik terbukti dari perbaikan yang dilakukan secara terus menerus dan Kualitas Pelayanan yang dimiliki setiap pegawai cukup tinggi dilihat dari kesadaran diri, keagresifan dan performa.

B. Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil temuan kedua menunjukkan bahwa terbukti variabel Inovasi Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen. Untuk itu Inovasi Produk harus jelas, sehingga dapat menciptakan Kepuasan Konsumen. Hasil ini menunjukkan sesuai dengan hipotesis kedua yang sudah dirumuskan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iis Miati (2019), Prety Diawati,dkk (2020), Siskawati (2019), Dan Laras Widyastuti (2021) yang menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil temuan kedua menunjukkan bahwa terbukti Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siskawati (2019), Dan Laras Widyastuti (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

C. Variabel Dominan

Variabel Inovasi Produk (X_1) terbukti yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada KFC Probolinggo, ditunjukkan dengan nilai t hitung Inovasi Produk paling besar (dominan) dibandingkan t hitung kualitas pelayanan. Namun belum ada penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh

dominan. Hasil ini menunjukkan sesuai dengan hipotesis yang sudah dirumuskan. Untuk itu, perlu dikembangkan kembali inovais produknya.