

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo

Awal dioperasikannya gerai *Kentucky Fried Chicken* (KFC) di Probolinggo yaitu pada tanggal 28 Agustus 2009, yang bertempat di Jalan Suroyo No.1. Kelurahan Tisnonegaran, Kecamatan Kanigaran, Kota Probolinggo, Jawa Timur. KFC Kota Probolinggo mempunyai lokasi yang berdekatan dengan Kantor Walikota Probolinggo dan Kodim 0820 Probolinggo. Dengan posisinya yang strategis tersebut dan berada di pusat kota yang dekat dengan perkantoran menjadikan daya tarik tersendiri bagi gerai ini untuk menarik pengunjung dari mana pun baik pengunjung dari Kota Probolinggo sendiri atau pun yang sekedar lewat menuju kota lain.

Kentucky Fried Chicken (KFC), menjadi bagian dari kuliner di Probolinggo yang berada di Jalan Suroyo No. 01, Tisnonegaran, Kanigaran, Probolinggo. KFC Saat ini menjadi satu-satunya gerai makanan cepat saji di Kota Probolinggo ini yang paling laris dan disukai. KFC di Kota Probolinggo buka mulai pukul 08.30 pagi sampai dengan pukul 22.00. *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo menyediakan makanan ayam goreng atau *fried chicken* dan minuman sebagai andalan pada sajian menu dan ciri khas yang di nilai cukup menarik selera masyarakat. Jenis makanan yang ditawarkan disini banyak varian produk, begitu juga dengan

minumannya. Pilihan makanannya antara lain: *french fries, hot and crispy chicken, original recipe chicken, burger, chicken fillet, yakiniku rice, fresh garden salad, hot and spicy chicken, chicken cream soup*, dan paket super besar.

KFC Kota Probolinggo memiliki sisi kelemahan pada harga produknya dikarenakan kurang terjangkau untuk kalangan masyarakat menengah kebawah dan menu yang ada di daftar tidak selalu tersedia. Pada awal berdiri tidak menemui Kondisi masyarakat yang masih berkembang sangat memberi keuntungan bagi perusahaan, masyarakat sangat menerima keberadaan produk makanan cepat saji ini.

4.1.2 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 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	<i>1pcs krunchy burger + 1Half winger + 1Fries reg + 1cup cola reg</i>	Rp. 31.500
		Kombo winger seasoning	<i>Winger barbeque + 1 nasi + 1cup coca-cola</i>	Rp. 31.000
		SB2 Coffe Nescafe	<i>2pc chicken + 1rice + 1cup coffee Nescafe Latte</i>	Rp. 60.000
		Combo Twisty	<i>1 twisty + 1 FFReg + 1coca-cola</i>	Rp. 29.000
		Combo winger	<i>Winger hot crispy + 1nasi + 1 cup coca-cola</i>	Rp. 30.000
		Super besar 1	<i>1 pc chicken + 1 Rice + 1 cup coca-cola</i>	Rp. 36.500
		Super besar 2	<i>2 pc chicken + 1 Rice + 1 cup coca-cola</i>	Rp. 55.000
		Combo bento	<i>1 oriental bento + coca cola medium</i>	Rp. 29.000
3	Praktis	Krunchy Burger	<i>Krunchy Burger</i>	Rp. 13.500
		Krispy Burger	<i>Krispy Burger</i>	Rp. 26.500
		Cream Puff 1Pc	<i>Cream Puff 1Pc</i>	Rp. 12.500
		Cream Puff 2Pc	<i>Cream Puff 2Pc</i>	Rp. 21.000
		Twisty	<i>twisty</i>	Rp. 19.000
		French Fries Large	<i>French Fries Large</i>	Rp. 23.000
		French Fries Regular	<i>French Fries Regular</i>	Rp. 19.000
		Fish Bento	<i>Fish Bento</i>	Rp. 27.500
		Oriental Bento	<i>Oriental Bento</i>	Rp. 16.000
		Crispy Strips	<i>2 Pcs Crispy Strips</i>	Rp. 19.000
		Colonel Burger	<i>Colonel Burger</i>	Rp. 21.000
4	Alacarte	KFC Soup	<i>KFC Soup</i>	Rp. 16.000
		Colonel Yakiniku Rice	<i>Colonel Yakiniku Rice</i>	Rp. 36.500

		Crispy Chicken	<i>1 Pcs Crispy Chicken</i>	Rp. 19.500
		Perkedel	<i>Perkedel</i>	Rp. 9.500
		Spaghetti Deluxe	<i>Spaghetti Deluxe</i>	Rp. 10.500
		Rice	<i>Rice</i>	Rp. 9.500
		9 Pcs	<i>9 Pcs Chicken</i>	Rp. 161.500
		Wing Original	<i>Wing Original</i>	Rp. 19.000
		KFC Winger	<i>1 Porsi Winger Hot Crispy</i>	Rp. 23.000
		Pom Pom	<i>1 Porsi Pom Pom</i>	Rp. 10.500
No	Menu		Isi Produk	Harga
5	Beverages	Ichi Ocha	<i>Ichi Ocha New</i>	Rp. 11.500
		Ovaltine 125ML	<i>Ovaltine 125ML</i>	Rp. 10.500
		Cafe Latte Nescafe	<i>Cafe Latte Nescafe</i>	Rp. 13.500
		Mocha Float	<i>Mocha Float</i>	Rp. 12.500
		Mango Float	<i>Mango Float</i>	Rp. 10.500
		Mocha boba Float	<i>Mocha boba Float</i>	Rp. 15.500
		Mocha boba	<i>Mocha boba</i>	Rp. 12.500
		Cream soup	<i>Cream soup</i>	Rp. 10.500
		Mineral water	<i>Mineral water</i>	Rp. 8.500
		Lovlychee Float	<i>Lovlychee Float</i>	Rp. 10.500
		Coca-cola	<i>Coca-cola</i>	Rp. 11.500
		Fanta	<i>Fanta</i>	Rp. 11.500
		Pudding	<i>Pudding</i>	Rp. 11.500
		Sprite	<i>Sprite</i>	Rp. 11.501
		Cappucino Nescafe	<i>Cappucino Nescafe</i>	Rp. 13.500
6	Premium	Great Combo	<i>5pcs Chicken+3pcs Rice+ 4Pcs Chicken strips+2porsti french fries reglar+ 3 cup pudding</i>	Rp. 168.000
		Mega Combo	<i>9pcs Chicken+7pcs Rice+ 6Pcs Chicken strips+3 porsti french fries reglar+ 5 cup pudding</i>	Rp. 278.000

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

4.1.3 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner terdapat 100 responden yang merupakan konsumen *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo dapat diketahui karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan jenis pekerjaan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Distribusi Jenis Kelamin Responden KFC Kota Probolinggo

No	Jenis Kelamin	frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	55	55%
2	Perempuan	45	45%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo, sebanyak 55% atau 55 orang merupakan responden laki-laki. Ada sebanyak 45% atau 45 orang merupakan responden perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Distribusi Usia Responden KFC Kota Probolinggo

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	<20th	12	12%
2	21-30th	48	48%
3	31-40th	32	32%
4	41-50th	8	8%
5	>50	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo yang berusia <20 tahun sebanyak 12% atau 12 orang dan usia 21-30 tahun sebanyak 48% atau 48 orang, ada responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 32% atau 32 orang, ada responden yang berusia 41-55 tahun sebanyak 8% atau 8 orang dan tidak ada usia responden yang >50.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Distribusi Pekerjaan Responden KFC Kota Probolinggo

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Pegawai Swasta	22	22%
2	Wiraswasta	23	23%
3	PNS	7	7%
4	Ibu Rumah Tangga	19	19%
5	Pelajar/Mahasiswa	23	23%
6	Lain-lain	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan yang dimiliki oleh responden pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Dari 100 responden terdapat 22% atau 22 orang merupakan pegawai swasta. Ada sebanyak 23% atau 23 orang merupakan wiraswasta. Selanjutnya sebanyak 7% atau 7 orang adalah PNS. Ada sebanyak 19% atau 19 orang merupakan ibu rumah tangga. Selanjutnya sebanyak 23% atau 23 orang adalah pelajar/mahasiswa, dan sebanyak 6% atau 6 orang berprofesi lain lain.

4.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian maka dilakukan analisis jawaban yang diberikan kepada responden dengan total 18 pertanyaan maupun pernyataan yang ada didalam kuesioner.

1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bauran Produk

Pada hasil penelitian terhadap variabel bauran produk pada responden di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo, maka diperoleh rekapitulasi skor jawaban yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 7
Data Frekuensi Jawaban Variabel Bauran Produk (X₁)

No Pertanyaan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	RR	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
1	31	43	15	11	0	100
2	28	52	14	6	0	100
3	34	41	17	7	1	100
4	36	44	13	5	2	100
Jumlah	129	180	59	29	3	400
Persentase	32,25%	45%	14,75%	7,25%	0,75%	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui penilaian dari 100 responden terhadap pernyataan tentang Bauran Produk, menunjukkan bahwa 32,25% responden menyatakan sangat setuju, 45% responden menyatakan setuju, 14,75% responden menyatakan ragu-ragu, 7,25% responden menyatakan tidak setuju, 0,75% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari total keseluruhan jawaban responden yang menjawab SS dan S sebesar 77,25%. Hal ini menunjukkan bahwa bauran produk yang ada di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo sudah menarik minat konsumen karena produk yang disediakan bermacam-macam varian dan memiliki cita rasa yang khas.

2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi

Pada hasil penelitian terhadap variabel promosi pada responden di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo, maka diperoleh rekapitulasi skor jawaban yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 8
Data Frekuensi Jawaban Variabel Promosi (X₂)

No Pertanyaan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	RR	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
1	58	35	5	2	0	100
2	65	22	6	6	1	100
3	57	30	9	3	1	100
4	56	30	6	6	2	100
Jumlah	236	117	26	17	4	400
Persentase	59%	29,25%	6,5%	4,25%	1%	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui penilaian dari 100 responden terhadap pernyataan tentang promosi, menunjukkan bahwa 59% responden

menyatakan sangat setuju, 29,25% responden menyatakan setuju, 6,5% responden menyatakan ragu-ragu, 4,25% responden menyatakan tidak setuju, 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari total keseluruhan jawaban responden yang menjawab SS dan S sebesar 88,25%. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh KFC Kota Probolinggo sangat menarik minat beli konsumen dan promosi yang dilakukan KFC Kota Probolinggo sudah mencapai sasaran.

3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi

Pada hasil penelitian terhadap variabel lokasi pada responden di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo, maka diperoleh rekapitulasi skor jawaban yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 9
Data Frekuensi Jawaban Variabel Lokasi (X₃)

No pertanyaan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	RR	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
1	31	56	12	1	0	100
2	39	43	13	5	0	100
3	27	48	21	4	0	100
4	44	38	13	4	1	100
5	31	56	11	1	1	100
Jumlah	172	241	70	15	2	500
Persentase	34,4%	48,2%	14%	3%	0,4%	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui penilaian dari 100 responden terhadap pernyataan tentang lokasi, menunjukkan bahwa 34,4% responden menyatakan sangat setuju, 48,2% responden menyatakan setuju, 14% responden menyatakan ragu-ragu, 3% responden menyatakan tidak setuju, 0,4% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari total keseluruhan jawaban responden yang menjawab SS dan S sebesar 82,6%. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi KFC Kota Probolinggo sangat strategis, mudah dijangkau, halaman parkir yang luas dan tempat makan sangat nyaman dan juga bersih. Sehingga dengan lokasi yang strategis konsumen akan merasa puas.

4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

Pada hasil penelitian terhadap variabel kepuasan konsumen pada responden di di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo, maka diperoleh rekapitulasi skor jawaban yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 10
Data Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No Pertanyaan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	RR	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
1	30	56	14	0	0	100
2	45	42	11	2	0	100
3	33	49	15	3	0	100
4	35	49	10	6	0	100
5	29	52	15	4	0	100
Jumlah	172	248	65	15	0	500
Persentase	34,4%	49,6%	13%	3%	0%	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui penilaian dari 100 responden terhadap pernyataan tentang kepuasan konsumen, menunjukkan bahwa 34,4% responden menyatakan sangat setuju, 49,6% responden menyatakan setuju, 13% responden menyatakan ragu-ragu, 3% responden menyatakan tidak setuju, 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Dari total keseluruhan jawaban responden yang menjawab SS dan S sebesar 84%. Hal ini menunjukkan konsumen akan sangat puas dengan

harapan, kinerja, perbandingan, pengalaman dan juga konfirmasi yang ada di KFC Kota Probolinggo.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan hasil r hitung dengan r tabel dimana dengan $df = (N-2)$ jadi $100 - 2 = 98$ dengan sig $0,05 (=5\%)$, sehingga diketahui $r_{tabel} = 0,196$ dengan hasil sebagai berikut:

a. Bauran Produk (X_1)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 22 dapat disajikan data sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Uji Validitas Bauran Produk (X_1)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Bauran Produk (X_1)	1	0,649	0,196	Valid
	2	0,803	0,196	Valid
	3	0,744	0,196	Valid
	4	0,709	0,196	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 11 di atas, menunjukkan bahwa variabel bauran produk (X_1) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Uji validitas untuk masing-masing item dari setiap variabel menunjukkan nilai yang berada di atas nilai $r_{tabel} = 0,196$. Maka kuesioner variabel bauran produk semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

b. Promosi (X_2)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 22 dapat disajikan data sebagai berikut:

Tabel 12
Hasil Uji Validitas Promosi (X_2)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Promosi (X_2)	1	0,608	0,196	Valid
	2	0,771	0,196	Valid
	3	0,726	0,196	Valid
	4	0,821	0,196	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 12 di atas menunjukkan bahwa variable promosi (X_2) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Uji validitas untuk masing-masing item dari setiap butir pernyataan menunjukkan nilai yang berada di atas nilai r tabel (0,196). Maka kuesioner variabel promosi semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

c. Lokasi (X_3)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 22 dapat disajikan data sebagai berikut:

Tabel 13
Hasil Uji Validitas Lokasi (X_3)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Lokasi (X_3)	1	0,700	0,196	Valid
	2	0,677	0,196	Valid
	3	0,618	0,196	Valid
	4	0,632	0,196	Valid
	5	0,684	0,196	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 13 di atas menunjukkan bahwa variable lokasi (X_3) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Uji validitas untuk masing-masing item dari setiap butir pernyataan menunjukkan nilai yang berada di atas nilai r tabel (0,196). Maka kuesioner variabel lokasi semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 22 dapat disajikan data sebagai berikut:

Tabel 14
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,529	0,196	Valid
	2	0,739	0,196	Valid
	3	0,627	0,196	Valid
	4	0,669	0,196	Valid
	5	0,587	0,196	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 14 di atas, menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen (Y) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Uji validitas untuk masing-masing item dari setiap butir pernyataan menunjukkan nilai yang berada di atas nilai r tabel= (0,196). Maka kuesioner variabel kepuasan konsumen semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik analisis *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* $Cronbach Alpha > 0,6$. Hasil pengujian masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 15
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan (N)	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Critical Value</i>	Keterangan
X ₁	4 Item	0,714	0,60	Reliabel
X ₂	4 Item	0,717	0,60	Reliabel
X ₃	5 Item	0,670	0,60	Reliabel
Y	5 Item	0,623	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 15 diatas, menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ maka reliabilitas diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas ini menggunakan nilai *Variance Infaction Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10 dan nilai tolerance $< 0,10$ maka menunjukkan adanya multikolinearitas. Apabila sebaliknya VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 16
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,405	1,795	,783	,435		
Bauran Produk (X1)	,341	,074	4,598	,000	,666	1,501
Promosi (X2)	,183	,078	2,353	,021	,671	1,491
Lokasi (X3)	,516	,063	8,177	,000	,986	1,014

Sumber : Data Output SPSS diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 16 diatas, menunjukkan bahwa nilai hasil perhitungan *variance inflation factor* (VIF) untuk variabel bauran produk sebesar $1,501 < 10$, variabel promosi sebesar $1,491 < 10$ dan variabel lokasi sebesar $1.014 < 10$. Dan nilai tolerance semua variabel $> 0,10$. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik simpulan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari bauran produk, promosi dan lokasi tidak terdapat gejala multikolinearitas.

2. Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi autokorelasi, dapat dilakukan uji statistik melalui uji Durbin-Watson (DW test), ini mempunyai masalah mendasar yaitu tidak diketahuinya secara tepat mengenai distribusi dari statistik itu sendiri. Selanjutnya adalah membandingkan dengan tabel DW. Tabel DW terdiri atas dua nilai, yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). Berikut beberapa keputusan setelah membandingkan DW:

Tabel 17
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,744 ^a	,554	,540	1,616	1,873

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Promosi (X2), Bauran Produk (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data Output SPSS Versi 22

Dari tabel 17 di atas diketahui bahwa:

Uji statistik

$$DW = 1,873$$

$$du = 1,736$$

$$dl = 1,613$$

$$(4-du) = 2,264$$

$$(4-dl) = 2,386$$

Nilai DW terletak diantara du dan (4-du)

Simpulan

Hasil perhitungan penelitian ini bisa dilihat pada Tabel 17 diatas, bahwa nilai DW sebesar 1,873 terletak diantara nilai du dan (4-du) sebesar 1,736 dan 2,264. Maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat kesamaan atau ketidak samaan varians antara pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lainnya. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser . Berikut ini hasil tabel uji glejser dari model regresi dalam penelitian ini yang disajikan.

Tabel 18
Hasil Uji Glejser
Coefficients^a

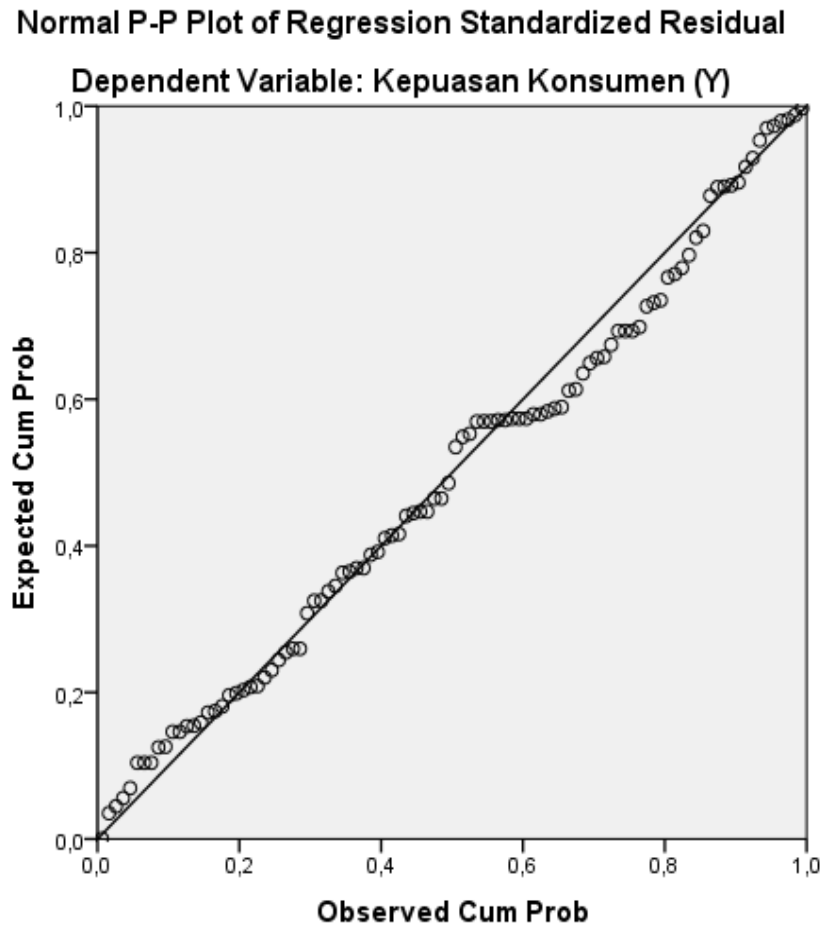
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,509	1,050		4,294	,000
Bauran Produk (X1)	-,086	,043	-,227	-1,976	,051
Promosi (X2)	-,084	,046	-,213	-1,855	,067
Lokasi (X3)	-,020	,037	-,052	-,553	,582

a. Dependent Variable:ABS_RES

Sumber : Data Output SPSS diolah, 2022

Berdasarkan tabel 18 hasil uji glejser dapat diartikan bahwa di dalam analisis regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, hal ini dapat diketahui dari nilai signifikan (*p-value*) Variabel Bauran Produk sebesar 0,051, Variabel Promosi sebesar 0,67 dan Variabel Lokasi 0,582. Hal tersebut jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistic mempengaruhi variabel dengan nilai ABS_RES, hal tersebut dikarenakan nilai probabilitas signifikannya diatas 0,05 atau 5%.

4. Uji Normalitas

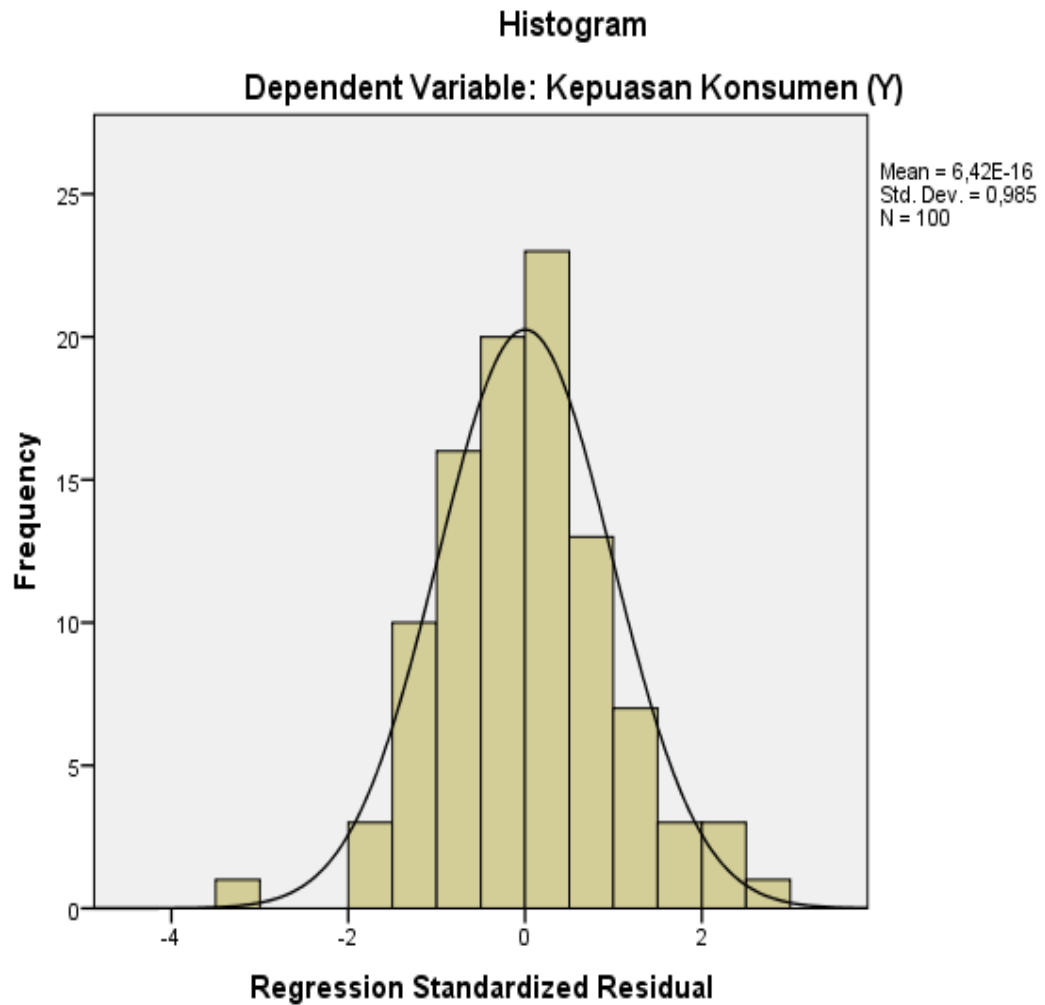


Gambar 2 : *Normal Probability Plots*
Sumber : Output SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil gambar *Normal Probability Plots* diatas, menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Data dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderungimbang, baik pada sisi kiri maupun sisi kanan sehinggandan dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 19
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Output SPSS Versi 22

Berdasarkan pada gambar di atas menunjukkan bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderungimbang, baik pada sisi kiri maupun pada sisi kanan sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh antar variabel. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 20
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,405	1,795		,783	,435
Bauran Produk (X1)	,341	,074	,384	4,598	,000
Promosi (X2)	,183	,078	,196	2,353	,021
Lokasi (X3)	,516	,063	,561	8,177	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data Output SPSS diolah, 2022

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 1,405 + 0,341X_1 + 0,183X_2 + 0,516X_3$$

Dimana:

a : Konstanta

X₁ : Bauran produk

X₂ : Promosi

X₃ : Lokasi

Y : Kepuasan Konsumen

Dari hasil analisis linier berganda maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Diketahui nilai konstanta sebesar 1,405 artinya, jika variabel bauran produk (X_1), variabel promosi (X_2), dan variabel lokasi (X_3) dianggap tetap (constan), maka kepuasan konsumen akan diperoleh nilai sebesar 1,405.
2. Koefisien Bauran Produk (X_1) mempunyai nilai sebesar 0,341. Hal ini berarti bahwa setiap terjadi kenaikan atau penambahan Lebar, Panjangnya, Kedalaman dan Konsistensi untuk variabel bauran produk, maka akan diikuti kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,341. Namun, dengan catatan bahwa asumsi pada variabel bebas lainnya (variabel Promosi dan Lokasi) tetap.
3. Koefisien Promosi (X_2) mempunyai nilai sebesar 0,183. Hal ini berarti bahwa setiap terjadi kenaikan atau penambahan Periklanan, Promosi Penjualan, *Public Relation* dan *Personal Selling* untuk variabel promosi, maka akan diikuti kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,183. Namun, dengan catatan bahwa asumsi pada variabel bebas lainnya (variabel Bauran Produk dan Lokasi) tetap.
4. Koefisien Lokasi (X_3) mempunyai nilai sebesar 0,516. Hal ini berarti bahwa setiap terjadi kenaikan atau penambahan Harapan, Kinerja, Perbandingan, Pengalaman dan Konfirmasi untuk variabel lokasi, maka akan diikuti kenaikan kepuasan konsumen sebesar 0,516. Namun, dengan catatan bahwa asumsi pada variabel bebas lainnya (variabel Bauran Produk dan Promosi) tetap.

4.2.5 Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dipakai untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependent* (Y). Hasil perhitungan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 21
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,744 ^a	,554	,540	1,616	1,873

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Promosi (X2), Bauran Produk (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data Output SPSS Versi 22

Berdasarkan Tabel 21 di atas dapat dilihat bahwa nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,744 menunjukkan bahwa korelasi/hubungan antara variabel *x* dengan variabel *y* memiliki hubungan linier sebesar 74,4%. Nilai dari *adjusted R Square* (Koefisien Determinasi) sebesar 0,540 atau 54%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu bauran produk, promosi dan lokasi sebesar 54%. Sedangkan sisanya 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.2.6 Uji Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel terikat, hasil uji secara simultan ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 22
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	311,148	3	103,716	39,738	,000 ^b
	Residual	250,562	96	2,610		
	Total	561,710	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Promosi (X2), Bauran Produk (X1)

Sumber: Data Output SPSS Versi 22

Berdasarkan Tabel 22 di atas dapat diketahui bahwa model persamaan ini memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan *alpha* 0,05. Hal ini berarti semua variabel independen yang meliputi bauran produk, promosi dan lokasi merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

Uji statistik

$$F_{\text{hitung}} = 39,738$$

$$F_{\text{tabel}} = 2,700$$

$$F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} (39,738 > 2,700)$$

$$\text{Sig} = 0,000$$

$$\text{Alpha} = 0,05 \text{ jadi } \text{Sig.F} < \text{alpha} (0,000 < 0,05)$$

Simpulan

Berdasarkan perhitungan diatas, hasil pengujian menunjukkan nilai $F_{\text{hitung}} 39,738 >$ dari $F_{\text{tabel}} 2,700$ dengan nilai $\text{sig.F} = 0,000 < 0,05$ maka **H₀ ditolak dan H₁ diterima**, terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bauran produk (X₁), promosi (X₂) dan lokasi (X₃) terhadap

kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Berdasarkan hasil uji F, terbukti jika hipotesis pertama (H_1) dapat diterima yaitu “Terdapat pengaruh signifikan bauran produk, promosi dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo”.

2. Uji t (Parsial)

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji kemampuan koefisien regresi secara parsial, hasil uji secara parsial ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 23
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,405	1,795		,783	,435
Bauran Produk (X1)	,341	,074	,384	4,598	,000
Promosi (X2)	,183	,078	,196	2,353	,021
Lokasi (X3)	,516	,063	,561	8,177	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data Output SPSS diolah, 2022

- a. Berdasarkan data Tabel 23 diatas untuk variabel bauran produk(X_1) diperoleh nilai t_{hitung} 4,598 > dari t_{tabel} 1,984 dengan nilai $sig.t = 0,000$ karena nilai $sig.t < 0,05$ maka **H_0 ditolak dan H_2 diterima**, yang berarti terdapat pengaruh signifikan variabel bauran produk terhadap kepuasan konsumen. Karena nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} sehingga variabel bauran produk(X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat atau variabel kepuasan konsumen.

- b. Berdasarkan data Tabel 23 diatas untuk variabel promosi(X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 2,353 > dari t_{tabel} 1,984 dengan nilai $sig.t = 0,021$ karena nilai $sig.t < 0,05$ maka **H_0 ditolak dan H_2 diterima**, yang berarti terdapat pengaruh signifikan variabel promosi terhadap kepuasan konsumen. Karena nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , sehingga variabel promosi(X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat atau variabel kepuasan konsumen.
- c. Berdasarkan data tabel 23 di atas untuk variabel variabel lokasi(X_3) diperoleh nilai t_{hitung} 8,177 > dari t_{tabel} 1,984 dengan nilai $sig.t = 0,000$ karena nilai $sig.t < 0,05$ maka **H_0 ditolak dan H_2 diterima**, yang berarti terdapat pengaruh signifikan variabel lokasi(X_3) terhadap kepuasan konsumen. Karena nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , sehingga variabel lokasi(X_3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat atau variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji T diatas, terbukti jika hipotesis kedua (H_2) dapat diterima yaitu “Terdapat pengaruh signifikan bauran produk, promosi dan lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo”.

3. Uji Dominan

Untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel Y, dapat dilakukan dengan membandingkan *Standardized Coefficients* Beta antara variabel satu dengan variabel yang lain. Variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel (Y) adalah variabel yang memiliki koefisien beta paling besar.

Tabel 24
Hasil Uji Dominan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,405	1,795		,783	,435
Bauran Produk (X1)	,341	,074	,384	4,598	,000
Promosi (X2)	,183	,078	,196	2,353	,021
Lokasi (X3)	,516	,063	,561	8,177	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

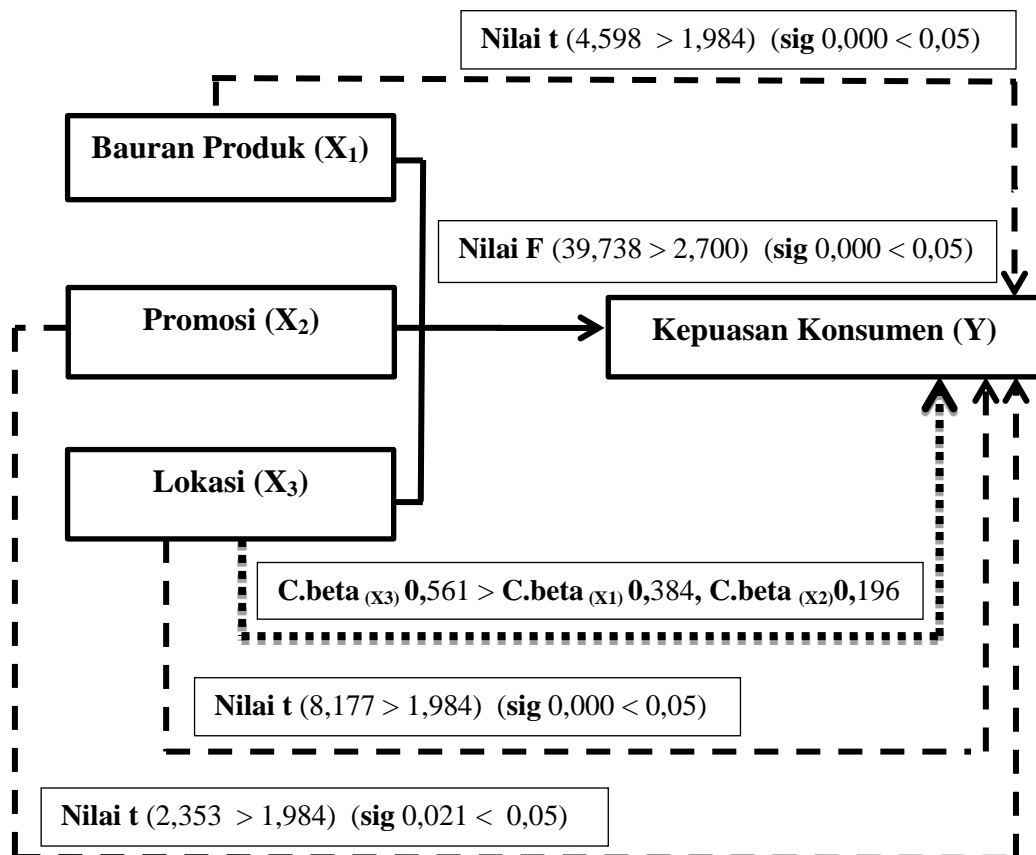
Sumber : Data Output SPSS diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 24 menunjukkan bahwa nilai *Standardized Coefficients* Beta variabel lokasi (X_3) sebesar 0,561 lebih besar dari koefisien beta variabel bauran produk (X_1) sebesar 0,384 dan promosi (X_2) 0,196. Dengan demikian terbukti jika hipotesis ketiga (H_3) dapat diterima, yaitu “Variabel lokasi berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo”.

4.3 Hasil Kerangka Berpikir dan Pembahasan

4.3.1 Hasil Kerangka Berpikir


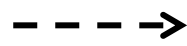

Setelah dilakukan pengujian statistik baik secara simultan (uji F) secara parsial (uji t) maupun secara dominan, maka dapat diketahui hasil dari kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 3 : Hasil Kerangka Berpikir

Sumber : Pengujian Hipotesis

Keterangan:

-  Pengaruh Secara Simultan
-  Pengaruh Secara Parsial
-  Pengaruh Dominan

4.3.2 Pembahasan

a) Pengaruh Bauran Produk, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh Bauran Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo adalah berpengaruh signifikan. Hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} untuk variabel Bauran Produk (X_1) Promosi (X_2) dan Lokasi (X_3) sebesar $39,738 > F_{tabel} 2,700$ dengan nilai $sig.F = 0,000 < 0,05$. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen.

b) Pengaruh Bauran Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh bauran produk terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo adalah berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman varian produk yang disediakan untuk konsumen sangat banyak sehingga konsumen akan merasa tertarik untuk mencoba berbagai macam produk yang disediakan oleh *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo. Hasil pengujian diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,598 > 1,984$ dengan nilai $sig. = 0,000 < 0,05$. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terbukti variabel bauran produk terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini memiliki hasil yang serupa dengan penelitian Manampiring, 2016 dalam konteks “Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Manado” yang menyatakan bahwa bauran produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk.

c) Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo adalah berpengaruh signifikan. Hal ini promosi yang dilakukan oleh KFC Kota Probolinggo sudah mencapai sasaran dan dapat dirasakan oleh semua konsumen. misalnya, program promosi yang ditawarkan secara langsung oleh karyawan kepada konsumen, program promosi cashback dengan metode pembayaran yang ditawarkan oleh KFC Kota Probolinggo dapat dinikmati melalui aplikasi OVO, Gopay, dan Dana. Hasil pengujian diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,353 > 1,984$ dengan nilai $sig. = 0,021 < 0,05$. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terbukti variabel promosi terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini memiliki hasil yang serupa dengan penelitian Bambang Irawan, 2019 dengan konteks “Pengaruh Bauran Pemasaran dalam Bisnis Konveksi Clothing Karikatur Bali Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada PT. Eka Jaya Makmur Bali” yang menyatakan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Tetapi

penelitian ini juga bertentangan dengan penelitian Singgih Santoso, 2021 dalam konteks “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada produk Burger King di Yogyakarta”, yang menyatakan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

d) Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky Fried Chicken* (KFC) Kota Probolinggo adalah berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan lokasi KFC Kota Probolinggo sangat strategis dan tempat makan yang bersih, dimana dengan akses tempat yang mudah dijangkau, lingkungan yang bersih, tempat parkir yang luas dan juga tidak ramai kendaraan lalu lintas, maka keinginan konsumen untuk membeli produk KFC Kota Probolinggo akan bertambah. Hasil pengujian diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $8,177 > 1,984$ dengan nilai $sig. = 0,000 < 0,05$. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terbukti lokasi terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini memiliki hasil yang serupa dengan penelitian Bambang Irawan, 2019 dengan konteks “Pengaruh Bauran Pemasaran dalam Bisnis Konveksi Clothing Karikatur Bali Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada PT. Eka Jaya Makmur Bali” yang membuktikan variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini juga bertentangan dengan penelitian Manampiring, 2016

dalam konteks “Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk” yang menyatakan variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

e) Pengaruh Dominan

Variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat dapat diketahui dari nilai T_{hitung} variabel Lokasi (X_3)= 8,177 dengan nilai $sig.t = 0,000 >$ dari nilai T_{hitung} variabel bauran produk (X_1)= 4,598 dengan nilai $sig.t = 0,000$ dan variabel promosi (X_2)= 2,353 dengan nilai $sig.t = 0,021$. Atau dapat pula dengan membandingkan nilai koefisien beta dimana variabel bauran produk (X_1) dengan nilai koefisien beta 0,384 dan variabel promosi (X_2)= 0,196 lebih kecil dibandingkan dengan nilai koefisien beta variabel lokasi (X_3) sebesar 0,561.

Dengan demikian terbukti jika hipotesis ketiga diterima yaitu “Lokasi berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada *Kentucky fried chicken* (KFC) Kota Probolinggo”. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini dikarenakan lokasi KFC Kota Probolinggo sangat strategis, selain itu KFC Kota Probolinggo memberikan tempat makan yang bersih, ruangan yang dingin dan halaman parkir yang luas. Dimana dengan akses lokasi yang mudah dijangkau dan juga mudah ditemukan, maka dengan lokasi yang strategis KFC Kota Probolinggo bisa meningkatkan kepuasan konsumen dan menarik minat pembeli. Konsumen yang memiliki

kepuasan yang tinggi akan sangat berpengaruh dalam kelangsungan hidup restoran. Maka dari itu perlunya kepuasan bagi konsumen guna untuk mendapatkan hasil yang memuaskan bagi restoran.

Penelitian uji dominan ini memiliki hasil yang serupa dengan penelitian Firdayanti Abbas, 2015 dengan konteks “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home Industry Moshimoshi Cake Samarinda)” yang menyebutkan bahwa variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan konsumen adalah *Place* (Lokasi) alasannya karena tempat penjualan dari MoshiMoshi Cake berlokasi yang strategis dan mudah dijangkau serta selalu dikunjungi oleh calon konsumen.