

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Operasional

Pada sub bab 4.1.1 ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum obyek penelitian ini. Dimana, obyek dalam penelitian ini adalah soto ayam ternama di Surabaya.

4.1.1 Gambaran Umum objek penelitian

Soto ayam cak har, cak to, pak djayus, pak sadi dan soto ayam cak sidik merupakan kuliner soto ayam terbesar yang ada di Surabaya yang menyajikan soto ayam khas Lamongan dengan cita rasa yang baik. Setiap tempat ini sudah sangat lama di dirikan dan mempunyai pelanggan yang sangat banyak untuk menikmati hidangan soto ayam khas Lamongan ini.

Soto ini terletak pada alamat sebagai berikut:

1. Soto ayam Cak Har di Jl. Arief Rahman Hakim.
2. Soto ayam Cak To Jl. Undaan Wetan 10.
3. Soto ayam Pak Djayus Jl. Raya Manyar No 81.
4. Soto ayam Ambengan Pak Sadi Jl. Ambengan No 2.
5. Soto ayam Cak Sidik Jl. Tambaksari No 8.

Gambar 4.1 : Soto Ayam Cak Har



Gambar 4.2 Soto Ayam Cak To



Gambar 4.3 Soto Ayam Pak Djayus



Gambar 4.4 Soto Ayam Ambengan Pak Sadi



Gambar 4.5 Soto Ayam Cak Sidik



Sumber : Penulis (2019)

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Responden

Gambaran umum responden menggambarkan keadaan dan kondisi dari responden. Berikut ini akan dikemukakan gambaran umum responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini, yaitu konsumen umum yang diacak mulai dari anak muda hingga orang dewasa. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan langsung kuesioner kepada konsumen. Jumlah kuesioner yang disebar kepada responden sebanyak 160 buah. Seluruh responden dapat diperinci berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan.

1) Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner 160 orang responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1 : Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Percent (%)	Cumulative Percent (%)
Laki-laki	92	57.5	57.5
Perempuan	68	42.5	100.0
Total	160	100.0	

Sumber : Data diolah penulis (2019)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang terbanyak berdasarkan jenis kelaminnya adalah laki-laki dengan prosentase 57,5% atau (92 orang) sedangkan prosentase responden perempuan sebanyak 42,5% atau (68 orang).

2) Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner 160 orang responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2 : Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Percent (%)	Cumulative Percent (%)
SMP	20	12.5	12.5
SMA/SMK	95	59.4	71.9
Sarjana	45	28.1	100.0
Total	160	100.0	

Sumber : Data diolah penulis (2019)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa responden dengan pendidikan SMA/SMK lebih banyak dengan prosentase 59,4% atau (95 orang), selanjutnya responden dengan pendidikan Sarjana sebanyak 28,1% atau (45 orang), dan untuk pendidikan SMP sebanyak 12,5% atau (20 orang).

3) Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner 160 orang responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.3 : Karakteristik reponden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Percent (%)	Cumulative Percent (%)
Pelajar	50	31.3	31.3
Karyawan	67	41.9	73.1
Wirausaha	33	20.6	93.8
Ibu rumah tangga	10	6.3	100.0
Total	160	100.0	

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa karakteristik responden dengan pekerjaan karyawan paling banyak dengan prosentase 41,9% atau (67 orang), selanjutnya pelajar 31,3% atau (50 orang), wirausaha 20,6% atau (33 orang), dan ibu rumah tangga 6,3% atau (10 orang).

4.2.2 Deskripsi Variabel

Hasil kuesioner yang telah disebar dan dilakukan kepada pelanggan soto ayam di Surabaya akan dijabarkan hasilnya dan itu untuk mengetahui tanggapan responden terhadap tiap variabel yang akan diteliti, digunakan nilai maksimum dan minimum. Skala penelitian ini menggunakan skala 1-5, maka skala minimal dan maksimal dapat digunakan sebagai berikut :

$$\frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Maksimal Skala}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

$$\frac{\text{Maksimal Skala}}{5}$$

Sehingga dapat diperoleh :

Tabel 4.4 : Interval Rata-Rata Skor

Interval Rata-Rata Skor	Kriteria Setiap Variabel
1-1,8	Sangat Tidak Setuju
1,8-2,6	Tidak Setuju
2,6-3,4	Cukup Setuju
3,4-4,8	Setuju
4,8-5	Sangat Setuju

Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan disajikan tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian.

Tabel 4.5 : Distribusi Frekuensi Item Kualitas Produk

No	Item	Mean Score	Keterangan
1	Makanan dan minuman yang ditawarkan terbuat dari bahan baku yang berkualitas.	2,93	Cukup Setuju
2	Makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki rasa yang enak.	3,50	Setuju
3	Menyajikan makanan dan minuman yang bersih.	3,11	Cukup Setuju
	Mean Keseluruhan	3,18	Cukup Setuju

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa rata-rata secara keseluruhan sebesar 3,18 ini mengindikasikan bahwa nilai rata-rata jawaban responden cukup setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel kualitas produk, yang mana persepsi responden tersebut merupakan gambaran terhadap kualitas produk, sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 2,93 terdapat pada bunyi indikator “makanan dan minuman yang ditawarkan terbuat dari bahan baku yang berkualitas”. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,50 terdapat pada bunyi indikator “makanan dan minuman yang di tawarkan memiliki rasa yang enak”

Tabel 4.6 : Distribusi Frekuensi Item Kualitas Layanan

No	Item	Mean Score	Keterangan
1	Memiliki fasilitas fisik yang memadai.	3,48	Setuju
2	Karyawan memberikan pelayanan yang akurat dan memuaskan.	2,95	Cukup Setuju
3	Karyawan cepat dalam merespon dan menanggapi permintaan dan kebutuhan konsumen.	2,99	Cukup Setuju
4	Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah	2,90	Cukup Setuju
5	Karyawan selalu melayani dan membantu konsumen dengan tanggap.	2,77	Cukup Setuju
	Mean Keseluruhan	3,02	Cukup Setuju

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa rata-rata secara keseluruhan sebesar 3,02 ini mengindikasikan bahwa nilai rata-rata jawaban responden cukup setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel kualitas layanan, yang mana persepsi responden tersebut merupakan gambaran terhadap kualitas layanan, sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 2,77 terdapat pada bunyi indikator “Karyawan selalu melayani dan membantu konsumen dengan tanggap”. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,48 terdapat pada bunyi indikator “Memiliki fasilitas fisik yang memadai”.

Tabel 4.7 : Distribusi Frekuensi Item Lokasi

No	Item	Mean Score	Keterangan
1	Lokasi mudah untuk di jangkau	3,14	Cukup Setuju
2	Lokasi tempat usaha dekat dengan tempat keramaian.	3,88	Setuju
3	Tempat usaha menyediakan area parkir yang luas bagi pengunjung.	3,04	Cukup Setuju
4	Lokasi mempunyai lingkungan yang nyaman dan aman.	3,02	Cukup Setuju
	Mean Keseluruhan	3,27	Cukup Setuju

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa rata-rata secara keseluruhan sebesar 3,27 ini mengindikasikan bahwa nilai rata-rata jawaban responden cukup setuju dengan pernyataan yang ada pada variable lokasi yang mana persepsi responden tersebut merupakan gambaran terhadap lokasi, sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,02 terdapat pada bunyi indikator “lokasi mempunyai lingkungan yang nyaman dan aman” Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,88 terdapat pada bunyi indikator “lokasi tempat usaha dekat dengan tempat keramaian”.

Tabel 4.8 : Distribusi Frekuensi Item Loyalitas Pelanggan

No	Item	Mean Score	Keterangan
1	Saya akan melakukan pembelian makanan dan minuman di tempat ini.	3,89	Setuju
2	Saya menjadikan tempat ini sebagai pilihan pertama dalam membeli makanan dan minuman di tempat ini.	3,58	Setuju
3	Saya akan merekomendasikan produk dari tempat usaha kepada teman, kenalan dan keluarga.	3,54	Setuju
4	Saya akan menceritakan hal-hal baik tentang produk ini kepada orang lain.	3,29	Cukup Setuju
	Mean Keseluruhan	3,57	Setuju

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa rata-rata secara keseluruhan sebesar 3,57 ini mengindikasikan bahwa nilai rata-rata jawaban responden setuju dengan pernyataan yang ada pada variabel loyalitas pelanggan, yang mana persepsi responden tersebut merupakan gambaran terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,29 terdapat pada bunyi indikator “saya akan menceritakan hal-hal baik tentang produk ini kepada orang lain”. Kemudian nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,89 terdapat pada bunyi indikator “saya akan melakukan pembelian makanan dan minuman di tempat ini”

4.3 Analisa dan Pengujian Hipotesis

4.3.1 Uji Reliabilitas dan Validitas

Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS Versi 25, dengan jenis data yang diolah dengan ditransformasi dari bentuk ordinal menjadi interval dengan memakai *Method of Successive Interval*. untuk memudahkan pengolahan data agar dapat menjelaskan hasil responden dari variabel-variabel yang akan di teliti.

1. Uji Reliabilitas

Realibitas adalah suatu tingkatan yang mengukur konsistensi hasil jika dilakukan berulang dalam suatu karakteristik. Untuk mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (a). Arikunto (2013) mengatakan suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki koefisien kendalan atau

alpha sebesar 0,6 atau lebih. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut :

Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.905	16

Sumber : Data output SPSS (2019)

Bisa dilihat dari table 4.9 diatas, data penelitian ini mempunyai cronbach's alpha 0,905 dan berada diatas 0,60, maka data penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya.

2. Uji Validitas

Validitas adalah suatu tingkatan yang mengukur karakteristik yang ada dalam fenomena di dalam penelitian. Menurut Aritonang.R (2007) validitas adalah suatu instrumen berkaitan dengan kemampuan instrument itu untuk mengukur atau mengungkap karakteristik dari variabel yang dimaksudkan untuk diukur. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar kepada 160 responden selanjutnya dilakukan uji validitas dengan menggunakan spss 18. Menurut Ghozali (2005), kriteria yang digunakan dalam menentukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tingkat signifikasi sebesar 5% atau 0,05
2. Derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 160 - 2 = 158$, didapat $r_{tabel} = 0,1305$ (nilai r_{tabel} untuk $n = 160$).
3. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pernyataan atau pertanyaan atau indikator tersebut dikatakan valid

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan sebagai berikut :

Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas

No.	Indikator/Variabel	Korelasi	r Tabel	Keterangan
	Kualitas Produk			
1.	X2.1	0,546	0,1305	Valid
2.	X2.2	0,658	0,1305	Valid
3.	X2.3	0,518	0,1305	Valid
	Kualitas Layanan			
1.	X4.1	0,635	0,1305	Valid
2.	X4.2	0,548	0,1305	Valid

3.	X4.3	0,54	0,1305	Valid
4.	X4.4	0,531	0,1305	Valid
5.	X4.5	0,471	0,1305	Valid
	<i>Lokasi</i>			
1.	X1.1	0,57	0,1305	Valid
2.	X1.2	0,631	0,1305	Valid
3.	X1.3	0,633	0,1305	Valid
4.	X1.4	0,639	0,1305	Valid
	Loyalitas Pelanggan			
1.	Y.1	0,534	0,1305	Valid
2.	Y.2	0,624	0,1305	Valid
3.	Y.3	0,66	0,1305	Valid
4.	Y.4	0,527	0,1305	Valid

Sumber : Data Output SPSS yang diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk (X1) kualitas layanan (X2) lokasi (X3) loyalitas pelanggan (Y) yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi atau r_{hitung} yang lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1305$ (nilai r_{tabel} untuk $n = 160$). Sehingga semua indikator tersebut adalah valid.

4.3.2 Uji Distribusi Normal

Sebelum dilakukan uji distribusi normal terlebih dahulu harus dihitung nilai masing-masing variabel. Nilai tersebut didapat dari dengan merata-ratakan jumlah masing-masing indikatornya. Untuk memenuhi salah satu syarat proses pelaksanaan regresi linier berganda diperlukan data masing-masing variabel yang berdistribusi normal atau hampir normal.

Menurut Arifin (2008), Uji Distribusi Normal adalah satu distribusi yang digambarkan dalam grafik berbentuk lonceng, berbentuk dua bagian yang simetris, dimulai dari sebelah kiri, menaik mencapai titik puncak tertentu selanjutnya mulai menurun namun tidak menyentuh garis horizontal suatu kelompok data dikatakan mempunyai distribusi normal atau fungsi normal jika memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- Data dapat diukur dan data yang memiliki nilai ekstrim (terlalu besar atau terlalu kecil) tidak terlalu banyak
- Data yang mendekati nilai rata-rata jumlahnya terbanyak. Setengah data memiliki nilai lebih kecil atau sama dengan nilai rata-rata dan setengah lagi memiliki nilai lebih besar atau sama dengan nilai rata-rata dan setengah lagi memiliki nilai lebih besar atau sama dengan nilai rata-ratanya.

Cara mengukurnya umumnya menggunakan uji distribusi normal Kolmogorov dan Smirnov. Aturannya adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4.11 : Hasil Uji Distribusi Normal

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.98191896
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.034
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Output SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.11 hasil output spss menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), lokasi (X3) dan loyalitas pelanggan (Y) berdistribusi normal karena nilai signifikansinya > 0,05.

4.3.3 Regresi Linier Berganda

1) Uji Koefisien Determinasi R dan adjusted R square

Menurut Ghazali (2005) koefisien determinasi berfungsi untuk mengukur kemampuan komponen dari model didalam menjelaskan variasi variabel independen (bebas) yang ada. Dimana semakin nilai R^2 mendekati 1 maka semakin baik kemampuan komponen model dalam menjelaskan variasi variabel independen.

Tabel 4.12 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.474	.464	2.001

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Output SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, nilai koefisien R > 0,5 yaitu sebesar 0,688. Artinya variable kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), dan lokasi (X3), berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Hasil Adjusted R Square sebesar 0,464 yang menunjukkan bahwa variable kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2), lokasi (X3), berpengaruh sebesar 46,4% terhadap loyalitas pelanggan (Y). Dan sisanya 53,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2) Uji Hipotesis

1) Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2006) uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh dari variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara bersama-sama (simultan). Dengan menggunakan uji F test yaitu membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Jika nilai probabilitas < 0,05 maka uji F dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel independen secara simultan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi sebagai kriteria variabel dependen.

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau tingkat signifikan < 0,05 maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau tingkat signifikan > 0,05 maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13 : Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	562.641	3	187.547	46.845	.000 ^b
	Residual	624.552	156	4.004		
	Total	1187.194	159			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber : Data Output SPSS (2019)

Berdasarkan data tabel 4.13 diatas diketahui bahwa diperoleh $F_{hitung} = 46,845$ sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,66. Dengan demikian $F_{hitung} 46,845 > F_{tabel} 2,66$. Dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan kualitas produk (X1), kualitas layanan (X2) dan lokasi (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) soto ayam di Surabaya.

2) Uji T (Parsial)

Uji t menurut Ghozali (2005) digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh dari variabel-variabel bebas (independen) secara individual (parsial) terhadap variabel terikat (dependen) dan dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka uji t dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel independen secara parsial. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasikan dengan membandingkan antara nilai tabel dan nilai hitung.

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau tingkat signifikan $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen dan
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau tingkat signifikan $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14 : Hasil Uji T (Parsial)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.014	.893		4.496	.000
	TOTAL_X1	.284	.094	.224	3.032	.003
	TOTAL_X2	.123	.058	.150	2.097	.038
	TOTAL_X3	.437	.076	.433	5.737	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Output SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas produk (X1) sebesar 3,032, variabel kualitas layanan (X2) sebesar 2,097 dan variabel lokasi (X3) sebesar 5,737.

1. Pengujian pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai $t_{hitung} = 3,032 >$ dari $t_{tabel} 1,975$ dengan signifikansi $0,003 < 0,05$ yang artinya signifikan. Dengan demikian secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada soto ayam di Surabaya.

2. Pengujian pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2,097 >$ dari $t_{tabel} 1,975$ dengan signifikansi $0,038 < 0,05$ yang artinya signifikan. Dengan demikian secara parsial kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada soto ayam di Surabaya.

3. Pengujian pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan

Hasil pengujian diperoleh nilai t hitung untuk variabel lokasi terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai $t_{hitung} = 5,737 >$ dari $t_{tabel} 1,975$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ yang artinya signifikan. Dengan demikian secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada soto ayam di Surabaya.

3) Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 18. Ringkasan pengolahan data dengan menggunakan program SPSS dalam penelitian ini ditampilkan pada tabel 4.15 sebagai berikut :

Tabel 4.15 : Analisis Regresi Linier Berganda

Keterangan	B	t hitung	t tabel	Sig
Konstanta	1,004			
Kualitas Produk	0,213	3.032	1,975	0,003
Kualitas Layanan	0,153	2.097	1,975	0,038
Lokasi	0,437	5.737	1,975	0,000
			R	0,688
			Rsquare	0,474
			R adjusted	0,464
			F hitung	46,845

	F tabel	2,004
	Sig	0,000
	Df	159
	SEE	0,500

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

$$YR = 1,004 + 0,213X1 + 0,153 X2 + 0,437 X3 e$$

$$YR_{max} = 0,9875 + 0,213X1 + 0,153 X2 + 0,437 X3$$

$$YR_{min} = 0,213X1 + 0,153 X2 + 0,437 X3 - 0,9875$$

1. Nilai R
Nilai R sebesar 0,688 menunjukkan bahwa korelasi / hubungan antara loyalitas pelanggan dengan 4 variabel independennya (kualitas produk, kualitas layanan, dan lokasi) adalah kuat dikarenakan nilai R 0,688 di atas 0,5
2. Standard Error of Estimate (SEE)
Nilai dari SEE adalah 0,500 yang artinya tingkat kesalahan model regresi cukup besar namun masih dibawah 1. Semakin kecil nilai standard error of estimate (SEE) maka model regresi semakin tepat dalam memprediksi loyalitas pelanggan.
3. Konstanta
Diperoleh nilai Konstanta Y sebesar 1,004 artinya loyalitas pelanggan dari soto ayam di Surabaya sebesar 1, satuan bila diasumsikan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan lokasi adalah 1 artinya jika nilai variabel bebas 1 maka variabel terikat atau dependen akan sebesar 1,004.
4. Nilai koefisien Kualitas Produk (X1)
Koefisien kualitas produk X1 sebesar 0,213, apabila produk dari soto ayam di Surabaya meningkatkan kualitas produk (X1) maka akan menaikkan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,213 satuan. Dengan asumsi nilai dari kualitas layanan (X2), lokasi (X3) sama dengan nol.
5. Nilai Koefisien Kualitas Layanan (X2)
Koefisien kualitas layanan X2 sebesar 0,153, apabila produk dari soto ayam di Surabaya meningkatkan kualitas layanan (X2) maka akan menaikkan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,153 satuan. Dengan asumsi nilai dari kualitas produk (X1), lokasi (X3) sama dengan nol.
6. Nilai Koefisien Lokasi (X3)
Koefisien kualitas produk X1 sebesar 0,437, apabila produk dari soto ayam di Surabaya meningkatkan kualitas produk (X1) maka akan menaikkan loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,437 satuan. Dengan asumsi nilai dari kualitas produk (X1) kualitas layanan (X2) sama dengan nol.

4.3.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan adanya multikolinearitas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga Ghozali (2005). Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.16 : Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	TOTAL_X1	.618	1.619
	TOTAL_X2	.658	1.520
	TOTAL_X3	.593	1.687

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

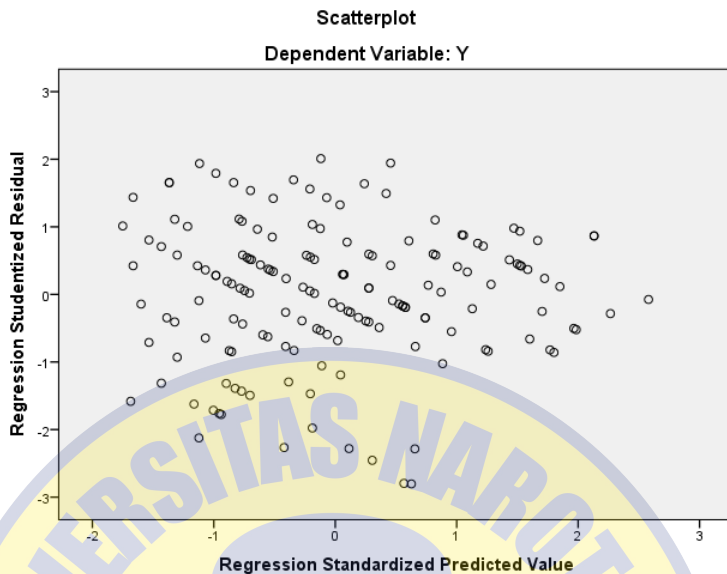
Sumber : Data Output SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dilihat bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinearitas. Hal ini tampak pada nilai *tolerance* masing-masing variabel bebas yang lebih besar dari 0,1. Hasil penghitungan VIF juga menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel independen kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengukur heteroskedastisitas dapat diketahui dengan mengamati grafik *scatterplot*. Terjadi homoskedastisitas apabila pada *scatterplot* titik-titik hasil pengolahan data di antara Zpred dan Sresid menyebar dibawah maupun diatas titik original (angka 0) pada sumbu Y dan tidak memiliki pola yang teratur. Terjadi heteroskedastisitas apabila pada *scatterplot* titik-titiknya memiliki pola yang teratur (Sunyoto, 2001).

Gambar 4.6 : Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Output SPSS (2019)

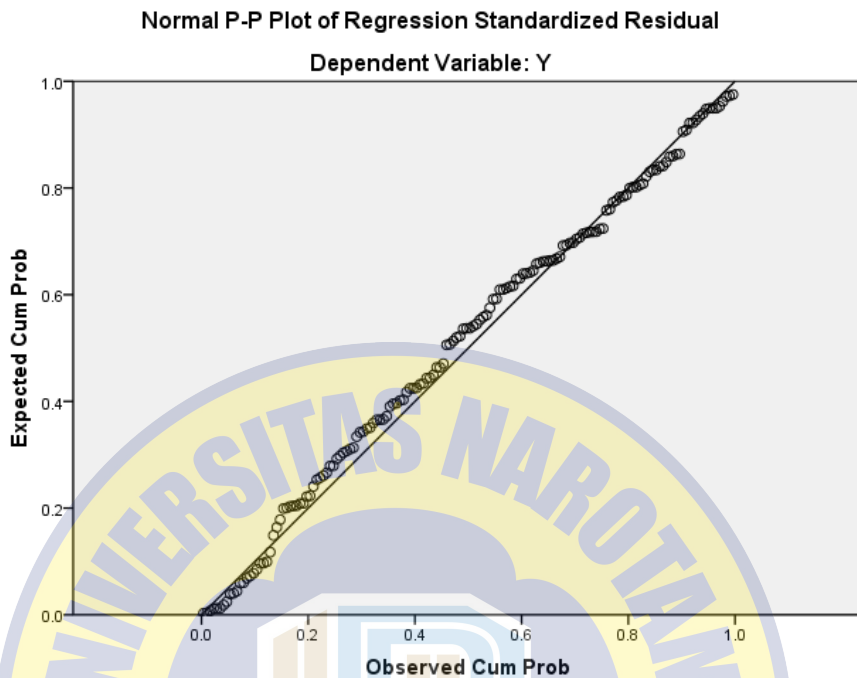
Dari grafik Scatterplot pada gambar 4.3 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini memenuhi syarat homoskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2005). Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dariresi dualnya. Dasar pengambilan keputusan antara lain (Ghozali, 2005) :

- 1) Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data (titik) menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.7 : Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Output SPSS (2019)

Pada gambar 4.4 dapat dilihat bahwa grafik *normal probability plot of regression standardized* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengujian Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai $t_{hitung} = 3,032 >$ dari $t_{tabel} 1,975$ dengan signifikansi $0,003 < 0,05$ yang artinya signifikan. Dengan demikian hipotesis H1 dalam penelitian ini di terima, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada soto ayam di Surabaya.

Hal tersebut juga di dukung oleh penelitian yang Andrea Denissa (2009) mengatakan bahwa kualitas produk yang baik akan meningkatkan dan menjaga loyalitas pelanggan.

2. Pengujian Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2,097 >$ dari $t_{tabel} 1,975$ dengan signifikansi $0,038 < 0,05$ artinya signifikan. Dengan demikian hipotesis H2 dalam penelitian ini diterima, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada soto ayam di Surabaya.

Hal tersebut juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Choirina Ika Agustin (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap loyalitas pelanggan skoran Jawa Pos Radar Kediri, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan semakin ditingkatkan maka dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Pengujian Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel lokasi terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai $t_{hitung} = 5,737 >$ dari $t_{tabel} 1,975$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ artinya signifikan. Dengan demikian hipotesis H3 dalam penelitian ini diterima, hal ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada soto ayam di Surabaya.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Menurut Melin Sundari (2018) yang melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, lokasi, dan harga terhadap loyalitas pelanggan apotek sagita farma Wonojoyo Gurah, menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada soto ayam di Surabaya

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) dari variabel independen (bebas) yaitu Kualitas Produk, Kualitas layanan dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat) Loyalitas Pelanggan. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi 0.000 atau kurang dari 0,05 dan $F_{hitung} = 46,845$ sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh sebesar 2,66. Dengan demikian $F_{hitung} 46,845 > F_{tabel} 2,66$.

