

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat berdirinya Labbaik Chiken di Kota Serang

Labbaik Chicken merupakan brand usaha dari Wahana Kuliner Indonesia. Sejak didirikan pada 2011 lalu, bisnis ayam goreng ini terus berkembang dan sekarang sudah memiliki 25 outlet yang tersebar di pulau Jawa dan Sumatera. Berjalan sesuai dengan visi dan misinya, peluang usaha ini berjalan dengan target menjadi restoran fried chicken terbaik dan terbesar di Indonesia. Jika diselami, diferensiasi atau keunikan yang dimiliki produk Labbaik Chicken yang mengungguli para competitor adalah rasa fried chickennya dan varian menu tambahan yang lebih banyak. Hal ini diungkapkan oleh Bagus Harnudrata selaku Manager Opening Store Departement Labbaik Chicken ketika ditemui di Pameran Franchise, Bisnis Peluang Usaha dan Keagenan di Balai Kartini Penghujung Tahun Kemarin. “Secara rasa fried chicken kami mampu bersaing bahkan dengan brand asing. Kami juga memiliki varian menu tambahan yang lebih menarik seperti Pizza & Pazta, Burger, Sosis dan beberapa minuman tambahan dan makanan kecilnya banyak. Kami juga menjamin kesuksesan franchisee dengan balik modal sekitar 16 bulan. Sementara target jangka panjang kami adalah memiliki target untuk membuka 300 store di tahun 2027,” Ujar Bagus. Sementara itu Bagus menambahkan bahwa, tempat-tempat yang potensial untuk membuka Labbaik Chicken adalah daerah yang

padat penduduk ataupun dekat dengan kampus ataupun sekolah. “Biasanya fried chicken kan kebanyakan disukai oleh anak-anak, jadi kami biasanya membuka di dekat kampus, ataupun sekolah-sekolah SMA, SMP SD dan pemukiman padat penduduk atau ramai,” lanjutnya

Ada tiga paket investasi yang ditawarkan yaitu paket corner Rp 300 juta, paket express Rp 600 juta, dan paket prestige Rp 1 miliar. Nilai tersebut sudah termasuk franchise fee, peralatan masak lengkap, bahan baku awal, pelatihan karyawan, peralatan promosi serta bantuan laporan keuangan dari pusat. Tidak ada biaya royalti, namun mitra wajib memasok bahan baku utama

Visi dan Misi Labbaik Chiken

Visi

Menjadi Brand Nasional dan Pemimpin Pasar Usaha Ayam Goreng Modern di Indonesia. vMenjadi Brand Kebanggaan Indonesia dan Memberikan Manfaat yang Seluas-luasnya bagi Seluruh Masyarakat, Mitra Usaha dan Karyawan. Membawa makanan produk Indonesia pada dunia Internasional.

Misi

Menyediakan berbagai variasi produk hidangan ayam goreng yang enak dan unik. Memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik, dengan menggunakan QSV = Quality, Service & Value. Senantiasa berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan dan mitra usaha.

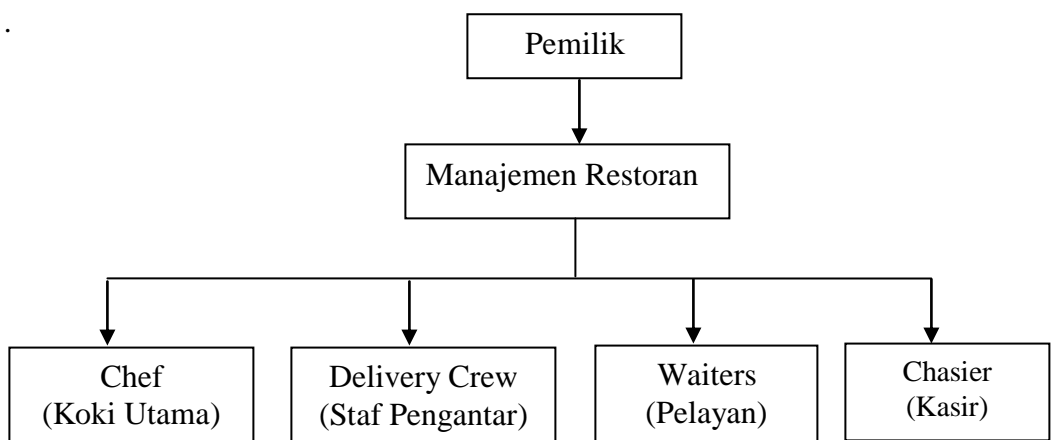
2. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi diperlukan oleh perusahaan untuk mewujudkan kesatuan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pilihan struktur organisasi yang tepat akan memperlancar pencapaian tujuan tersebut. Pembagian tugas, wewenang serta tanggung jawab diantara karyawan telah diatur sedemikian rupa sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara efektif dan efisien.

Mengingat ukuran yang belum terlalu besar maka struktur organisasi Labbaik Chiken di Kota Serang dibuat satu level yang sama dibawah manajer restoran agar pengawasan efektif dan efisien. Gambar merupakan struktur Organisasi Labbaik Chiken di Kota Serang

Gambar 1

Struktur Organisasi Labbaik Chiken Cabang Serang



Tim manajemen restoran Labbaik Chiken di Serang berjumlah 9 orang, yaitu dua orang pemilik perusahaan, satu orang manajer, enam orang karyawan yaitu pada dua orang *waiters*, satu orang kasir, dua orang kasir, satu orang staf pengantar. Masing-masing staff mempunyai

spesifikasi pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Spesifikasi pekerjaan ini dilakukan untuk memudahkan dalam melakukan pekerjaan, efektivitas dan juga optimalisasi dalam melakukan pekerjaan. Adapun tugas dan juga fungsi dari masing-masing bagian pada struktur organisasi Pecel Lele Lela di Serang adalah sebagai berikut :

1. Pemilik / franchisee

Pemilik karena memiliki hak yang kuat atas restoran Labbaik Chiken di Serang maka pemilik melakukan pemeriksaan pembukuan, keuangan serta segala tindakan yang dijalankan oleh manajer restoran. Pemilik juga memiliki hak untuk memberhentikan karyawan apabila melalaikan kewajiban-kewajibannya. Pemilik tidak diwajibkan selalu ada setiap hari pada restoran Labbaik Chiken di Serang.

2. Manajer Restoran

Manajer restoran bertanggung jawab atas kelancaran administrasi dan operasional serta mengkoordinir segala keselarasan kegiatan di unit restoran dan dapur dari segala aspek operasionalnya, termasuk juga terhadap pengontrolan pembiayaan dari target hasil usaha yang selaras dengan tujuan perusahaan

3. Chef (Koki)

Chef bertanggung jawab atas persediaan makanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan menu, maupun staf

berdasarkan resep standard dan biaya pembuatan makanan yang telah dianggarkan.

4. Delivery Crew (Staf Pengantar)

Delivery Crew bertugas mempersiapkan perlengkapan delivery dan kondisi motor dalam keadaan baik, memastikan bahwa makanan yang dibawa sesuai pesanan konsumen.

5. Waiters/ Waiteress (Pelayan)

Waiter/waiteress bertanggung jawab atas tugasnya dalam menyiapkan susunan meja yang rapih dan memberikan pelayanan dalam penghidangan makanan dan minuman secara ramah, sopan dan efisien terhadap konsumen yang datang ke restoran sesuai standar pesanan dari konsumen

Pelayanan :

Pelayanan yang diberikan oleh Labbaik Chiken mencakup pemesanan langsung oleh konsumen dengan mendatangi outlet yang ada. Atau dengan *delivery order* yaitu dengan layanan pemesanan antar petugas ke konsumen. Konsumen hanya dengan menelpon ke outlet terdekat dan memesan menu apa saja yang akan dipesan, maka petugas akan mengantarkan ke lokasi yang sesuai dengan pemesanan konsumen tersebut

Pemasaran :

Pemasaran yang dilakukan oleh manajemen Labbaik Chiken cukup efektif dengan menggunakan logo *Ayam Labbaik*, memberikan kemudahan konsumen dalam mengingat produk Labbaik Chiken.

Selain itu pemasaran juga dilakukan dengan memasang billboard di beberapa jalan, memasang iklan di beberapa radio kota, serta menggunakan media sosial. Ini cukup menarik banyak konsumen untuk datang dan merasakan sensasi yang berbeda dalam makan Ayam Goreng.

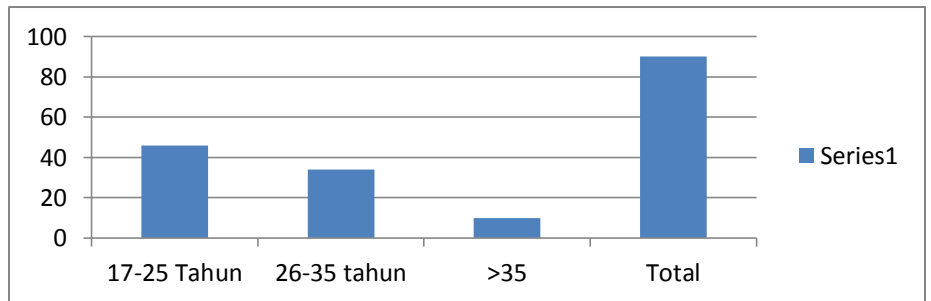
3. Karakteristik Responden Konsumen Labbaik Chiken Cabang Serang

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Labbaik Chiken cabang Serang, penulis mengambil 90 responden dari seluruh jumlah populasi sebanyak 905 berdasarkan rumusan Burhan Bungin. Dibawah ini akan diuraikan lebih lanjut mengenai karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian yang penulis lakukan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan.

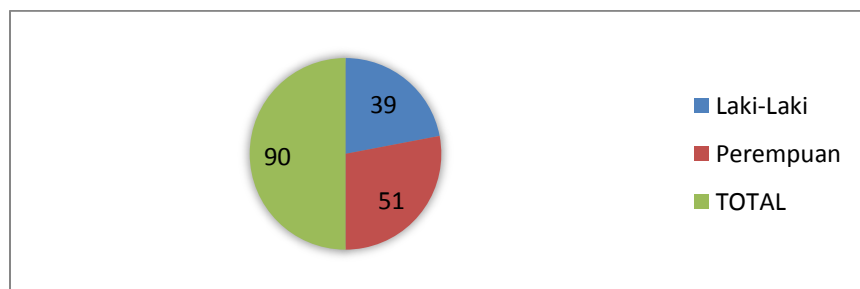
Tabel 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
17-25 Tahun	46
26-35 Tahun	34
≥ 35 Tahun	10
Total	90

Gambar 2**Jumlah****Tabel 3****Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

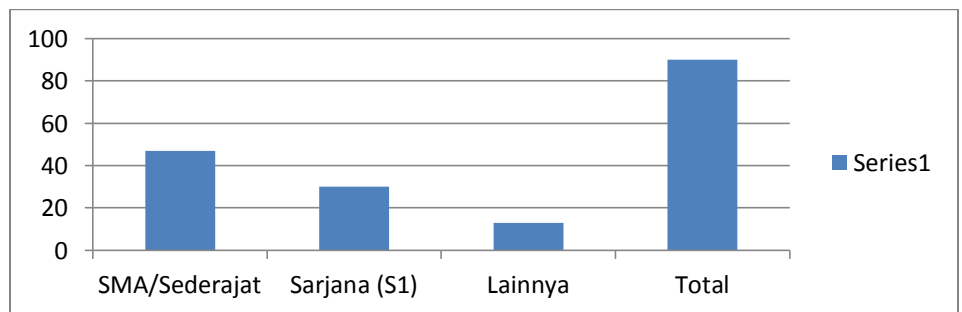
No	Keterangan	Frekuensi
1	Laki-laki	39
2	Perempuan	51
Total		90

Diagram 1**Jumlah**

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

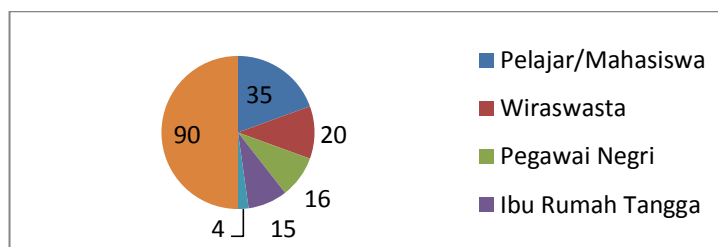
No	Keterangan	Frekuensi
1	SMA/Sederajat	47
2	Sarjana (S1)	30
3	Lainnya	13
Total		90

Gambar 3
Jumlah



Tabel 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Keterangan	Frekuensi
1	Pelajar/Mahasiswa	35
2	Wiraswasta	20
3	Pegawai Negri	16
4	Ibu Rumah Tangga	15
5	Lainnya	4
Total		90

Diagram 2**Jumlah**

4. Analisis hubungan Pengaruh *Kualitas Produk* terhadap *Kepuasan Konsumen* Pada Restoran Labbaik Chiken cabang Serang.

Setelah dapat dikumpulkan melalui penyebaran angket, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data agar data bisa disajikan sebagai informasi dalam bentuk tabel dan angket. Untuk menguji data dan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara *kualitas produk* terhadap *kepuasan konsumen* pada Restoran Waralaba Labbaik Chiken cabang Serang. Setelah dilakukan pengumpulan data melalui penyebaran angket kepada sejumlah responden penulis menggunakan bantuan *software* SPSS 17.0 for window. Adapun data ordinal variabel X dan Y dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6**Data Ordinal Variabel X dan Y**

Responden	Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen
1	40	42
2	46	46
3	44	46

4	44	46
5	45	46
6	43	44
7	45	46
8	50	50
9	50	50
10	50	50
11	50	50
12	45	46
13	45	46
14	46	46
15	44	45
16	45	45
17	46	47
18	43	44
19	45	46
20	46	46
21	48	48
22	46	48
23	45	46
24	44	45
25	41	45
26	43	46
27	40	45
28	47	47

29	40	48
30	42	46
31	48	50
32	46	50
33	41	46
34	46	45
35	49	50
36	40	47
37	45	48
38	47	50
39	40	49
40	44	48
41	46	50
42	46	50
43	45	50
44	46	50
45	46	46
46	46	50
47	46	44
48	43	49
49	42	47
50	44	50
51	49	49
52	47	47
53	47	47
54	50	50

55	43	50
56	40	40
57	47	47
58	50	50
59	44	44
60	50	50
61	43	43
62	45	45
63	47	47
64	44	44
65	50	50
66	50	50
67	44	44
68	42	42
69	45	48
70	45	48
71	49	49
72	43	50
73	43	50
74	43	50
75	42	43
76	45	46
77	44	45
78	47	47
79	45	47
80	43	45

81	45	47
82	45	47
83	45	47
84	46	46
85	43	45
86	43	45
87	43	44
88	45	45
89	43	44
90	45	46

Sumber: Data Primer yang sudah diolah

Dari perolehan nilai kuesioner tersebut langkah awal yang harus dilakukan adalah menguji tingkat validitasnya, uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban responden dengan skor masing-masing variabel.

a. Uji validitas

Dalam uji validitas ini digunakan untuk mengetahui validitas setiap instrument sehingga item tersebut layak untuk penelitian. Ketentuan untuk valid tidaknya suatu item bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya sama atau lebih dari 0,3 maka hal itu memberikan petunjuk bahwa setiap item memiliki validitas.

Dari uji validitas yang dilakukan maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- ✓ Uji Validitas Kualitas Produk

Tabel 7

Uji Validitas Variabel X (Pelayanan Karyawan)

No. Soal	Nilai r	r Kritis	Keterangan
1	0,347	0,300	Valid
2	0,471	0,300	Valid
3	0,583	0,300	Valid
4	0,411	0,300	Valid
5	0,521	0,300	Valid
6	0,635	0,300	Valid
7	0,441	0,300	Valid
8	0,379	0,300	Valid
9	0,533	0,300	Valid
10	0,422	0,300	Valid

Sumber: Data Primer yang sudah diolah

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang ada pada variabel *Kualitas Produk* adalah valid, hal ini dapat dilihat dari nilai r dari setiap butir pertanyaan tersebut adalah lebih besar dari 0,3 ($r > 0,3$)

✓ Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Tabel 8**Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)**

No. Soal	Nilai r	r Kritis	Keterangan
1	0,583	0,300	Valid
2	0,446	0,300	Valid
3	0,349	0,300	Valid
4	0,624	0,300	Valid
5	0,601	0,300	Valid
6	0,416	0,300	Valid
7	0,389	0,300	Valid
8	0,544	0,300	Valid
9	0,480	0,300	Valid
10	0,470	0,300	Valid

Sumber: Data Primer yang sudah diolah

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang ada pada variabel *Kepuasan Konsumen* adalah valid, hal ini dapat dilihat dari nilai r dari setiap butir pertanyaan tersebut adalah lebih besar dari 0,3 ($r > 0,3$). Selanjutnya setelah dilakukan uji validitas pada variabel X dan Y adalah melakukan uji reliabilitas untuk dapat mengetahui apakah instrument penelitian tersebut dapat dikatakan *reliabel* atau tidak. Reliabilitas dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah alat pengumpul data yang sudah valid

menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi agar adanya kepercayaan terhadap suatu instrument. Suatu instrument dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian instrument itu menunjukkan hasil yang tetap.

b. Uji reliabilitas

Dari uji reliabilitas yang dilakukan pada kedua variabel maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- ✓ Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X)

Tabel 9

Reliabilitas Kualitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.616	10

Sumber: Data Primer yang sudah diolah

Hasil *Croanbach alpha* adalah 0,616 lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel karena kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6.

✓ Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 10
Reliabilitas Kepuasan Konsumen

	N	%
Cases Valid	90	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	90	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	10

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: Data Primer yang sudah diolah

Hasil *Croanbach alpha* adalah 0,629 lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel karena kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6.

✓ Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Tabel 11
Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Nilai Alpha	Nilai r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,616	0,267	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,629	0,267	Reliabel

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Dari pengujian reliabilitas di atas, nilai alpha variabel X dan Y sebesar 0,616 dan 0,629, hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir

pertanyaan pada variabel X (Kualitas Produk) dan variabel Y (Kepuasan Konsumen) adalah reliabel karena nilai $\alpha > r$ tabel ($n=90$)

c. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, penulis menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana yang dihitung dengan menggunakan bantuan SPSS versi 17.0. Adapun hasil yang diperoleh adalah dapat dilihat dari tabel hasil *output* SPSS versi 17.0 seperti dibawah ini :

Tabel 12
Korelasi Variabel X dan Y

Correlations

		Kepuasan Konsumen	Kualitas Produk
Pearson Correlation	Kepuasan Konsumen	1.000	.521
	Kualitas Produk	.521	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Konsumen	.	.000
	Kualitas Produk	.000	.
N	Kepuasan Konsumen	90	90
	Kualitas Produk	90	90

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai $r_s = 0,521$. Berdasarkan tabel interpsi nilai r maka terdapat hubungan yang cukup kuat/sedang dan positif antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen, yang artinya jika Kualitas Produk dilakukan dengan baik maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Restoran Labbaik Chiken

Cabang Serang. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen maka digunakan Uji Koefisien Determinasi seperti dibawah ini.

d. Uji Derterminasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan koefisien determinasi yaitu suatu bilangan yang merupakan bentuk kuadrat dari koefisien korelasi berdasarkan hasil pengolahan *SPSS for Windows 17.0* maka diperoleh nilai hasil sebagai berikut :

Tabel 13
Model Summary^p

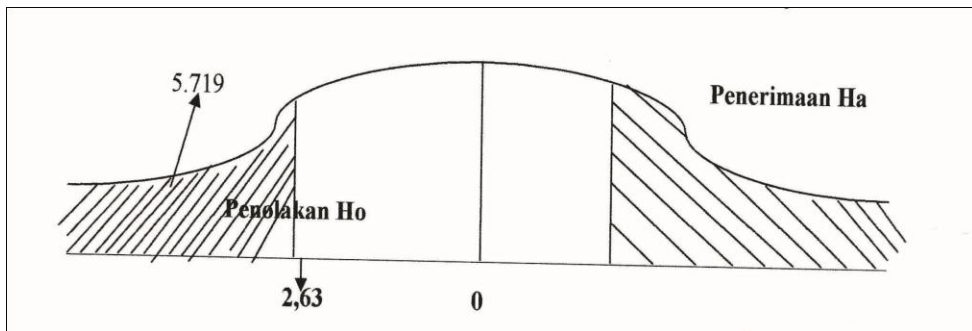
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.521 ^a	.271	.263	1.987	.271	32.709	1	88	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Nilai *adjust R square* sebesar 0,263 yang artinya Kualitas Produk mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 26,3% yang sisanya sebesar 73,7% dijelaskan oleh variabel lain yang masih perlu diadakan penelitian lebih lanjut.



Sumber: Data primer yang sudah diolah

e. Uji Hipotesis T

Selanjutnya untuk menghitung dan membuktikan apakah hasil yang diperoleh melalui perhitungan koefisien korelasi secara statistik signifikan atau tidak, maka dilakukan Uji t (test). Uji ini dilakukan untuk menguji koefisien korelasi yang ada pada sampel untuk diberlakukan pada seluruh populasi dimana sampel diambil. Dari uji t yang dilakukan dengan menggunakan SPSS maka diperoleh hasil:

Tabel 14

Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.639	3.609		7.381	.000
	Kualitas Produk	.458	.080	.521	5.719	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Nilai t_{hitung} menunjukkan angka 5,719 yang kemudian dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Berdasarkan pada (dk) derajat kebebasan yang besarnya adalah $n-1$, maka $90-1 = 89$ dengan taraf kesalahan yang digunakan sebesar α ditetapkan 5% maka nilai t_{tabel} sebesar 2.632. Nilai sig / probabilitas t_{hitung} sebesar $0,000 < 0,005$ menunjukkan hipotesis yang diajukan diterima yaitu kualitas produk berpengaruh pada kepuasan konsumen, oleh karena itu diketahui bahwasanya nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} , yaitu $5.719 > 2.632$ menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti adanya pengaruh yang positif antara kualitas produk dan kepuasan konsumen.

f. Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan pada tabel diatas pula dapat dijelaskan bahwa model regresi dalam penelitian ini adalah :

- a. Konstanta sebesar 26.639 artinya bahwa jika kualitas produk (X) yang dilakukan Restoran Labbaik Chiken nilainya adalah Nol, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) pada Labbaik Chiken adalah 26.639
- b. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X) di Restoran Labbaik Chiken sebesar 458 artinya jika variabel mengalami kenaikan 1 point maka peningkatan Kepuasan Konsumen (Y) akan bertambah. Berdasarkan pemaparan tersebut maka disimpulkan persamaan regresi penelitian ini $Y = a + bX$ atau $26.639 + 458X$

Tabel 15

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	129.153	1	129.153	32.709	.000 ^a
Residual	347.469	88	3.949		
Total	476.622	89			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer yang sudah diolah

Pada hasil output ini ialah untuk menunjukkan apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) antara variabel X Kualitas Produk dengan variabel Y Kepuasan Konsumen, dari output tersebut terlihat bahwa F hitung sebesar 32.709 dan tingkat signifikansi / probabilitas sebesar $0,000 < 0,005$, menunjukkan bahwa model persamaan yang diuji dalam penelitian ini sesuai dengan data empiris.

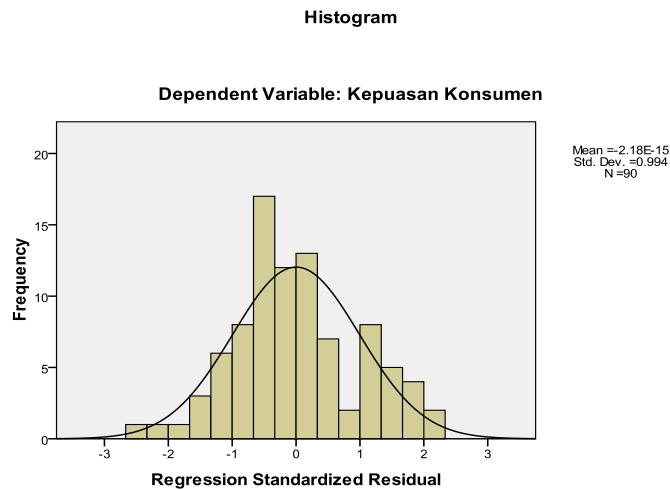
g. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

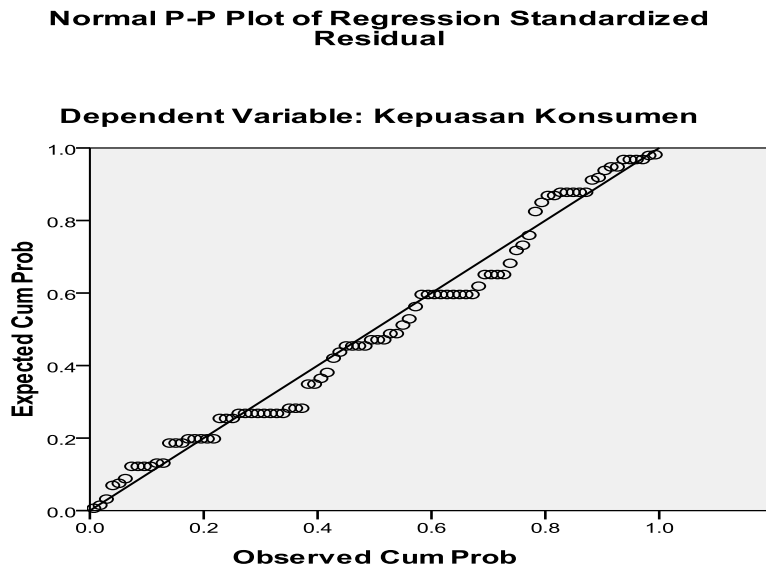
Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Salah satu cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat histogram. Untuk melihat distribusi normalitas dari model ini dapat dilihat dari gambar histogram berikut:

Gambar 4

Uji Normalitas



Dari gambar histogram di atas dapat dilihat model berdistribusi normal berbentuk lonceng. Selain itu untuk menguji kenormalitasan dapat juga dengan melihat normal probability plot (Normal P-P Plot) yang membandingkan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan diagonal, jika distribusi data normal maka garis yang menggambarkan data akan mengikuti diagonalnya.

Gambar 5

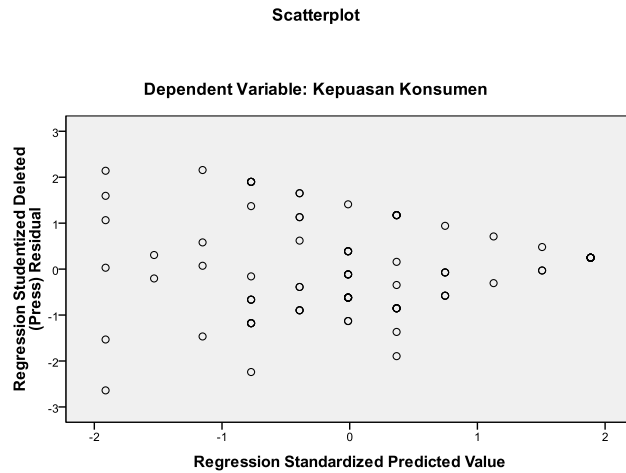
Gambar diatas menunjukkan P-P plot dengan pola grafik yang normal terlihat dari titik-titik distribusi data yang terletak pada garis lurus menyebar mengikuti garis lurus diagonal sehingga dapat disimpulkan uji kenormalan data dapat dipenuhi.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari pengamatan ke pengamatan tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika sebaliknya maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik ialah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Dari pengolahan data melalui SPSS maka diperoleh hasil

Gambar 6



Dari pengolahan data dengan SPSS diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada dalam grafik (scatterplot) model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya pola yang teratur, melainkan titik tersebut menyebar secara acak diatas dan dibawah, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.