

**PENGARUH SUASANA RESTORAN, KUALITAS
PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PANDA HOTPOT AND
GRILL**

SKRIPSI



**Oleh :
Vendy
190910196**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

**PENGARUH SUASANA RESTORAN, KUALITAS
PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PANDA HOTPOT AND
GRILL**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh :
Vendy
190910196**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Vendy
NPM : 190910196
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Suasana Restoran, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan Panda Hotpot and Grill”

Adalah hasil karya dari sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila pernyataan di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 13 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Vendy
190910196

**PENGARUH SUASANA RESTORAN, KUALITAS
PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PANDA HOTPOT AND
GRILL**

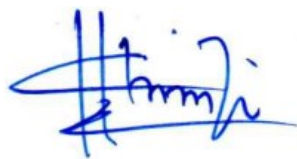
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh :
Vendy
190910196**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 13 Januari 2023



**M.Khoiri, S.Pd., M.Pd.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh suasana restoran, kualitas produk dan gaya hidup terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 115 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Kemudian data dianalisis menggunakan SPSS versi 25, dengan menggunakan teknik analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa suasana restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil t hitung $2.615 >$ dari t tabel $1,98157$ dengan nilai signifikansi suasana restoran $0,01 < 0,05$. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil t hitung $5.883 >$ dari t tabel $1,98157$ dengan nilai signifikansi kualitas produk $0,00 < 0,05$. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil t hitung $2.469 >$ dari t tabel $1,98157$ dengan nilai signifikansi gaya hidup $0,01 < 0,05$. Kemudian secara simultan suasana restoran, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill sebesar $62,5\%$ sesuai dengan data koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa suasana restoran memiliki dampak positif dan signifikan, kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan dan gaya hidup memiliki dampak positif dan signifikan dan secara bersamaan suasana restoran, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill.

Kata kunci : Suasana Restoran, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of restaurant atmosphere, product quality and lifestyle on customer satisfaction at Panda Hotpot and Grill. The number of samples used was 115 respondents. Data collection was carried out through distributing questionnaires. Then the data were analyzed using SPSS version 25, using data analysis techniques including descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis testing. The results of hypothesis testing show that the atmosphere of the restaurant has a positive and significant effect on customer satisfaction, with the results of t count $2.615 >$ from t table 1.98157 with a significance value of restaurant atmosphere $0.01 < 0.05$. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with the results of t count $5.883 >$ from t table 1.98157 with a significance value of product quality $0.00 < 0.05$. Lifestyle has a positive and significant effect on customer satisfaction, with the result t count $2.469 >$ from t table 1.98157 with a lifestyle significance value of $0.01 < 0.05$. Then simultaneously the atmosphere of the restaurant, product quality and lifestyle affect customer satisfaction at Panda Hotpot and Grill by 62.5% according to the coefficient of determination data (R^2). Based on these test results it can be concluded that the restaurant atmosphere has a positive and significant impact, product quality has a positive and significant impact and lifestyle has a positive and significant impact and simultaneously the restaurant atmosphere, product quality and lifestyle have a positive and significant impact on Panda customer satisfaction Hotpot and Grill.

Keywords: *Restaurant atmosphere, Product Quality, Lifestyle, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan., penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S. Kom., M.SI. Selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.kom. Selaku Dekan Fakultas;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi;
4. Bapak M.Khoiri, S.Pd., M.Pd. Selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua Orang Tua Tercinta. Terima kasih atas segala doa, dukungan dan harapan kepada Penulis;
7. Responden yang telah bekerja sama dalam membantu pengumpulan data untuk keperluan penelitian;
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora dan Program Studi Manajemen angkatan 2019 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas belajar penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 19 Desember 2022

Penulis



Vendy

190910196



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Batasan Masalah	13
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.6.2 Manfaat Praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Teori.....	16
2.1.1 Suasana Restoran	16
2.1.1.1 Pengertian Suasana Restoran	16
2.1.1.2 Faktor yang mempengaruhi Suasana Restoran	16
2.1.1.3 Indikator Suasana Restoran	18
2.1.2 Kualitas Produk.....	21
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	21
2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	21
2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk	23
2.1.3 Gaya Hidup	24

2.1.3.1	Pengertian Gaya Hidup.....	24
2.1.3.2	Faktor yang mempengaruhi gaya hidup	25
2.1.3.3	Indikator Gaya Hidup.....	27
2.1.4	Kepuasan Pelanggan.....	27
2.1.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	27
2.1.4.2	Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	28
2.1.4.3	Indikator Kepuasan Pelanggan	28
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3.	Kerangka Pemikiran	31
2.4	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Sifat Penelitian.....	34
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	34
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	34
3.3.2	Periode Penelitian	35
3.4	Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Sampel	35
3.5	Sumber data.....	36
3.6	Metode Pengumpulan Data	36
3.7	Operasional Variabel.....	37
3.7.1	Variabel Bebas (Independen Variabel).....	38
3.7.2	Variabel Terikat (Dependen Variabel)	38
3.8	Metode Analisis Data	40
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	40
3.8.2	Uji Kualitas Instrumen.....	40
3.8.2.1	Uji Validitas.....	41
3.8.2.2	Uji Reabilitas	41
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8.3.1	Uji Normalitas Data.....	42
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	42
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	42
3.8.4	Uji Pengaruh	43

3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.8.4.2	Koefisien Determinasi	43
3.9	Uji Hipotesis.....	44
3.9.1	Uji T.....	44
3.9.2	Uji F	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	47
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	50
4.3.1	Suasana Restoran(X^1)	50
4.3.2	Kualitas Produk(X^2).....	51
4.3.3	Gaya Hidup(X^3)	52
4.3.4	Kepuasan Pelanggan (Y)	53
4.4	Analisis Data	54
4.4.1	Uji Instrumen	54
4.4.1.1	Uji Validitas.....	54
4.4.1.2	Uji Reabilitas	56
4.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	57
4.4.2.2	Uji Multikolonieritas.....	59
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	60
4.4.3	Uji Pengaruh	61
4.4.3.1	Uji Analisis Linear Berganda	61
4.4.3.2	Uji Koefisien Determinasi R^2	62
4.5	Pengujian Hipotesis	63
4.5.1	Uji T.....	63
4.5.2	Uji F	64
4.6	Pembahasan	65
4.6.1	Pengaruh Suasana Restoran Terhadap Kepuasan Pelanggan	65
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
4.6.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan	66

4.6.4	Pengaruh Suasana Restoran, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	66
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	67
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Simpulan.....	67
5.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Prasurvey Tempat Parkir Panda Hotpot and Grill.....	5
Gambar 1.2 Hasil Prasurvey Kebersihan Ruangan Panda Hotpot and Grill	6
Gambar 1.3 Hasil Prasurvey Posisi Duduk Panda Hotpot and Grill	7
Gambar 1.4 Hasil Prasurvey Suhu Ruangan Panda Hotpot and Grill	8
Gambar 1.5 Hasil Prasurvey Bau Ruangan Panda Hotpot and Grill	9
Gambar 1.6 Data Prasurvey Kualitas Produk Panda Hotpot and Grill.....	10
Gambar 1.7 Hasil Prasurvey Produk Mala Fried Chicken	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Diagram Histogram	57
Gambar 4.2 <i>Normal P-Plot</i>	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4.2 Usia Responden.....	48
Tabel 4.3 Pendapatan Responden.....	49
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner mengenai Suasana Restoran	50
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner mengenai Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner mengenai Gaya Hidup	52
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner mengenai Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Suasana Restoran (X^1).....	54
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk (X^2)	55
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Gaya Hidup (X^3).....	55
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	55
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas	56
Tabel 4.13 Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	59
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.16 Uji Analisis Linear Berganda	61
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi R^2	62
Tabel 4.18 Uji T	63
Tabel 4.19 Uji F.....	64

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	41
Rumus 3.2 <i>Alpha Cronbach</i>	41
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda.....	43



Universitas Putera Batam

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kuliner adalah industri yang menguntungkan di dunia global saat ini. Hal ini terlihat dari meningkatnya permintaan pasar pangan dan daya beli konsumen. Loyalitas konsumen sangat dipengaruhi oleh hal-hal seperti kualitas produk dan gaya hidup. Tren dan kehidupan masyarakat telah berubah seiring perkembangan zaman menjadi lebih kontemporer. Orang modern menghadiri kafe dan restoran, bahkan ketika mereka ingin makan, tidak hanya untuk menikmati makanan dan minuman tetapi juga untuk menghargai suasana yang dihasilkan oleh tempat tersebut.

Lingkungan restoran dan kualitas produk di kafe atau restoran menjadi faktor penting bagi pelaku bisnis di industri kuliner. Suasana restoran dan kualitas layanan yang diberikan oleh bisnis merupakan dua faktor yang dapat mempengaruhi pilihan pelanggan untuk melakukan pembelian. Dengan menciptakan suasana restoran yang nyaman dan kualitas makanan yang disajikan itu menarik dapat memunculkan meningkatnya minat konsumen dalam mengunjungi tempat tersebut, kebanyakan konsumen lebih mementingkan suasana restoran serta kualitas produk yang disajikan dibandingkan dengan membanding harga terlebih dahulu, karena jika konsumen merasa puas dan enak di restoran tersebut, maka potensi berlangganan sangatlah besar. Salah satu strategi dalam mencapai kepuasan pelanggan adalah dengan menciptakan suasana restoran yang baik.

Pengecer harus memberi perhatian khusus pada suasana restoran, yang merupakan bagian dari bauran ritel. Minat beli pengunjung dipengaruhi oleh suasana restoran dimana restoran harus meningkatkan penampilan yang sebenarnya dan lingkungan ritelnya untuk meningkatkan reputasinya dan menarik pelanggan. Daya tarik pembeli juga dirangsang oleh interior, eksterior, desain, lalu lintas restoran, hiburan, udara, manajemen, musik, pakaian, dan panjang item, di antara faktor lainnya.

Tingkat kualitas produk yang dipilih bisnis untuk diproduksi dapat membantu mereka meningkatkan atau mempertahankan posisi produk mereka di pasar sasaran, menurut (Wulandari, 2022). Perusahaan yang memperhatikan apa yang diinginkan pelanggan dalam hal produk mungkin berakhir dengan barang yang memuaskan permintaan konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kesenangan konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk. Pendapat konsumen terhadap produk akan mempengaruhi apakah mereka memutuskan untuk melakukan pembelian lagi atau tidak. Manajer bisnis harus merancang produk yang spesifik untuk keinginan atau preferensi pelanggan.

Menurut (Sitepu et al., 2022), gaya hidup merupakan cara hidup yang memengaruhi keputusan tentang bagaimana menghabiskan waktu, uang, dan energi seseorang dan mencerminkan keyakinan, kesukaan, dan preferensi seseorang. Karena kenyataan bahwa kebanyakan orang memiliki kehidupan yang sibuk dan menuntut, gaya hidup orang menjadi semakin realistis seiring berjalannya waktu.

Menurut (Darmianti & Prabawani, 2019). Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai, apa yang penting bagi individu di lingkungannya (minat), bagaimana mereka menggunakan waktu luang mereka (aktivitas), dan bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (pendapat).

Perubahan gaya hidup (*life style*) menyebabkan pendirian kafe atau restoran yang memunculkan fenomena sosial dan budaya baru merupakan salah satu dari sekian banyak barang yang mengalami transformasi atau perubahan fungsi. Gaya hidup konsumen mengacu pada pola pikir seseorang yang secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian mereka.

Salah satu restoran yang hadir diantara banyaknya restoran di Kota Batam adalah restoran Panda Hotpot and Grill, Restoran tersebut terletak di tengah kota yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat. Konsep restoran modern ini dilengkapi dengan kapasitas 9 meja yang bermuat 4-6 orang per meja. Sejak berdiri pada tahun 2021, Kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan melalui seberapa besar pengunjung setiap bulannya, yang dapat dilihat dari data yang diberikan oleh Panda Hotpot and Grill selama periode januari 2022 sampai juni 2022.

Tabel 1.1 Data Pengunjung Januari-Juni 2022

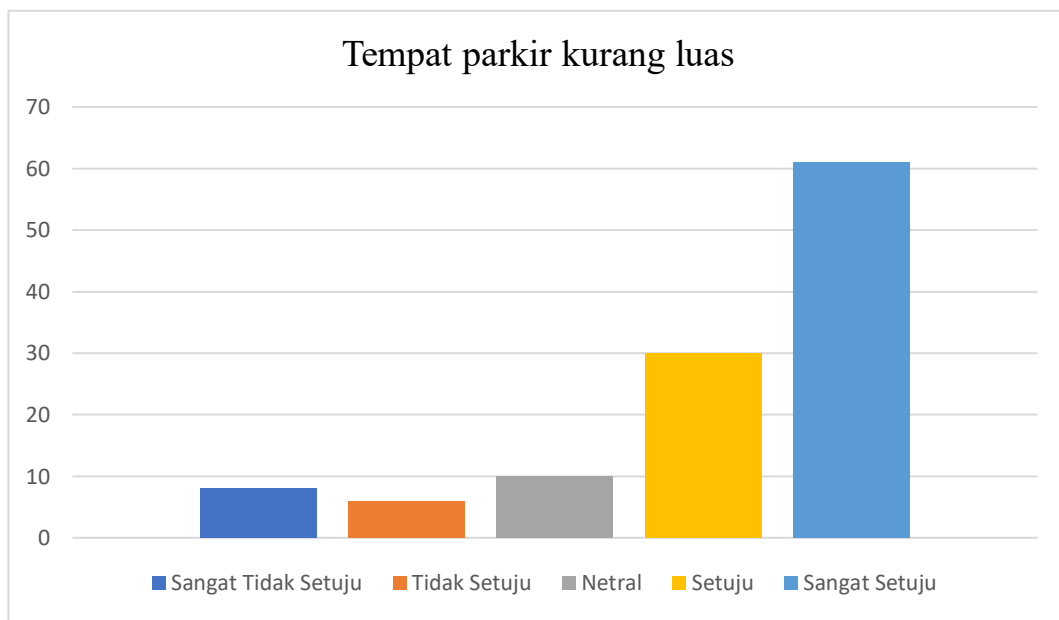
Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	156
Februari	145
Maret	132
April	115
Mei	127
Juni	108

Sumber : Panda Hotpot and Grill

Dari data pengunjung di atas, selama enam bulan terakhir, basis pelanggan Panda Hotpot and Grill telah berubah. Mulai bulan Januari, jumlahnya mencapai sekitar 156 orang. Bulan berikutnya, turun menjadi sekitar 145, dan bulan setelah itu, Maret, turun menjadi 132. Namun, pada bulan April, turun secara signifikan menjadi sekitar 115, meningkat menjadi sekitar 127 pada bulan Mei, dan mengalami penurunan terkecil, menjadi sekitar 108 pada bulan Juni.

Setiap perusahaan harus memperhatikan suasana restoran karena membantu menciptakan lingkungan yang ramah yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendorong mereka untuk menghabiskan lebih banyak waktu di sana. Terdapat beberapa masalah pada suasana restoran yaitu kurangnya pencahayaan di bagian tempat panggang / *grill* dan aroma restoran yang sangat berantakan pada saat ramai pengunjung yang memasak didalam ruangan tersebut serta temperatur restoran yang panas ketika pada saat ramai pengunjung.

Kesan yang dibuat oleh sebuah restoran terhadap pelanggannya akan menentukan apakah suasananya positif atau tidak. Jika pelanggan dibiarkan dengan citra negatif, nilai merek akan memburuk. Berikut dilampirkan data prasurvey mengenai tempat parkir Panda Hotpot and Grill pada gambar 1.1 dibawah ini:

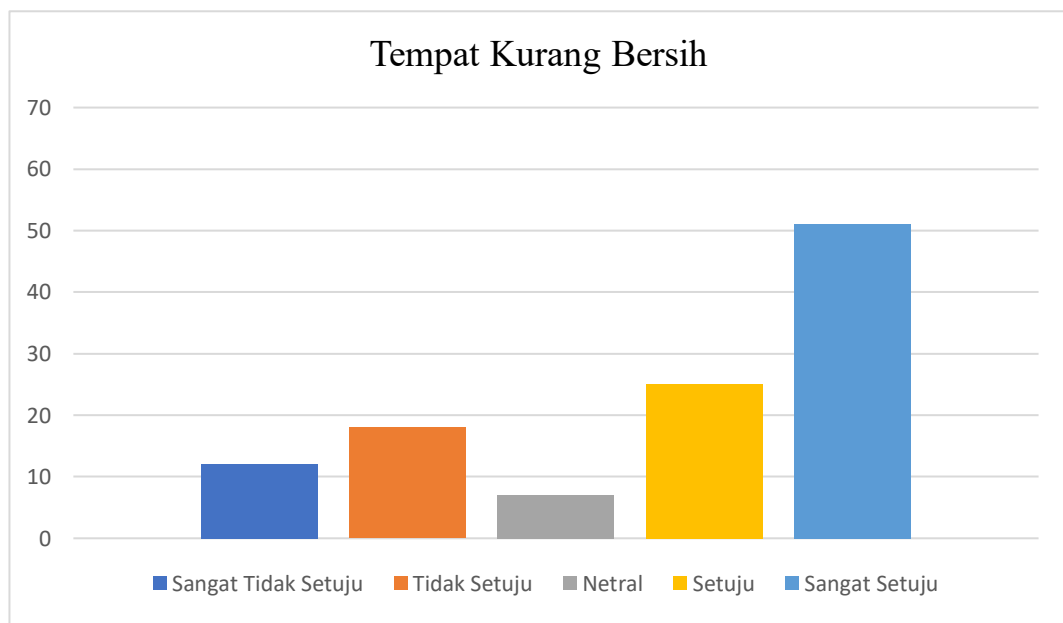


Gambar 1.1 Hasil Prasurvey Tempat Parkir Panda Hotpot and Grill

Sumber : Peneliti 2022

Berdasarkan grafik diatas data hasil presurvey terhadap tempat parkir wilayah restoran tersebut terlihat bahwa terdapat sekitar 61 orang dari 115 orang yang menyatakan bahwa tempat parkir restoran yang disediakan masih tidak cukup luas sehingga menyebabkan pelanggan susah mencari tempat untuk memarkirkan kendaraannya ketika ingin berkunjung ke restoran tersebut.

Kemudian dilanjutkan dengan indikator kedua yang berkaitan dengan suasana restoran, yaitu kebersihan di lingkungan. Karena kebersihan adalah hal pertama yang dilihat pelanggan saat memasuki restoran, maka kebersihan di ruang makan menjadi hal yang krusial. Kepercayaan dan kenyamanan pengunjung terhadap restoran juga akan berkurang jika terlihat acak-acakan dan tidak bersih. Pengunjung akan merasa nyaman dan ingin kembali ke restoran yang rapi. Berikut ini merupakan data hasil presurvey mengenai kebersihan restoran di gambar 1.2 dibawah ini :



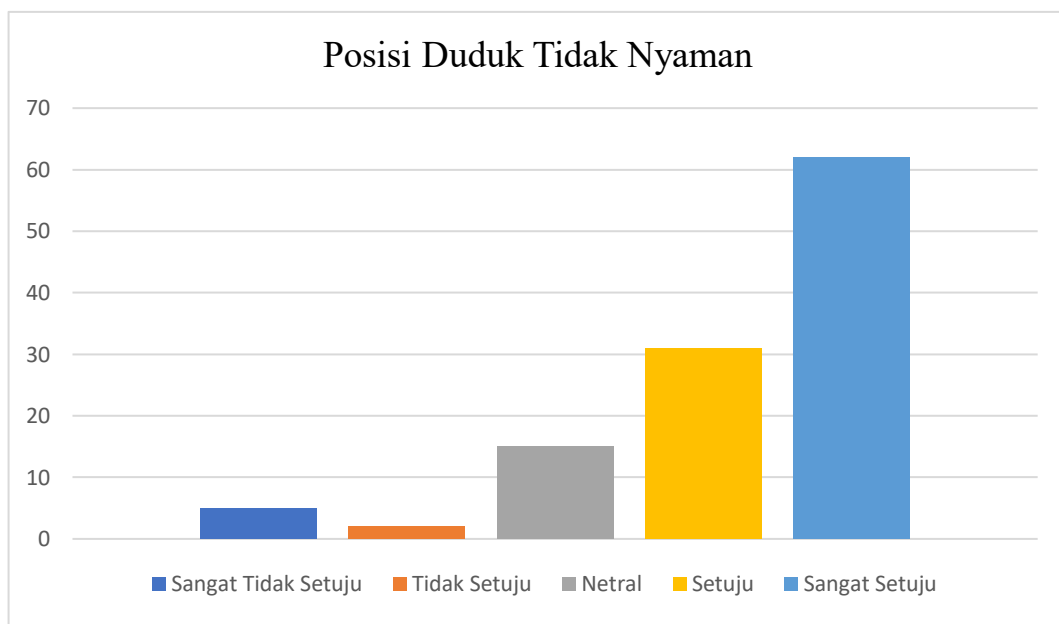
Gambar 1.2 Hasil Prasurvey Kebersihan Ruangan Panda Hotpot and Grill

Sumber : Peneliti 2022

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat sebanyak 51 pelanggan dari 115 pelanggan yang menyatakan bahwa tempatnya masih kurang bersih seperti meja makan yang masih berminyak dan terdapat percikan minyak disekitaran kursi

dan lantai yang tidak dibersihkan sehingga menimbulkan kesan yang tidak nyaman terhadap pelanggan.

Selanjutnya dilanjutkan dengan indikator ketiga yaitu mengenai posisi kursi yang disediakan di restoran tersebut, posisi kursi dan tempat duduk sangat penting guna untuk memberikan kenyamanan duduk dan agar tidak menyebabkan sakit di badan ketika duduk berlama lama, terutama di daerah pinggul. Berikut ini merupakan data hasil presurvey mengenai posisi kursi di gambar 1.3 dibawah ini :

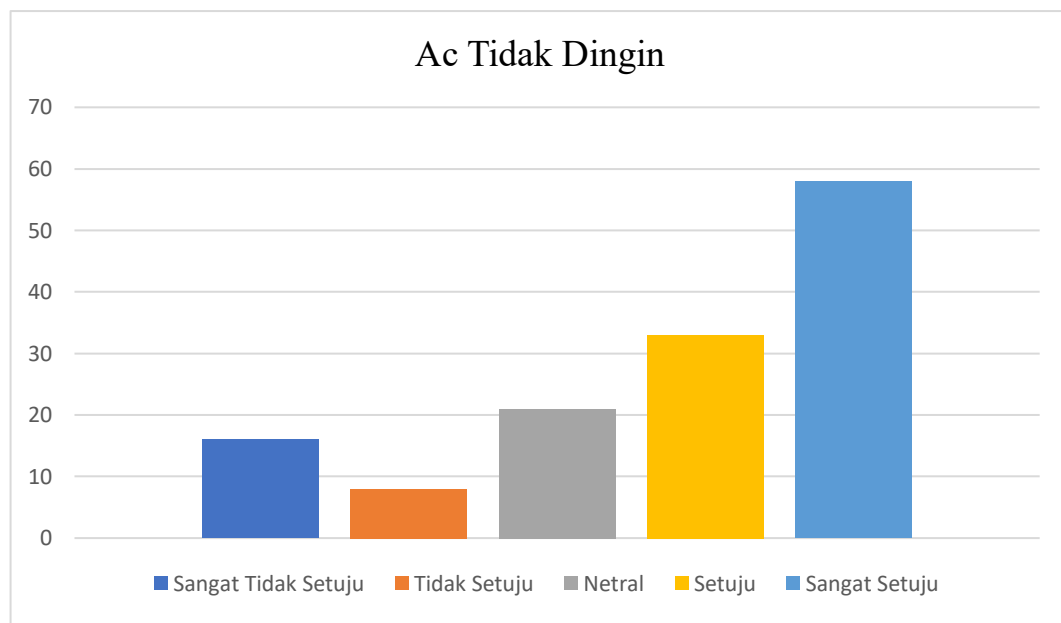


Gambar 1.3 Hasil Prasurvey Posisi Duduk Panda Hotpot and Grill

Sumber : Peneliti 2022

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat sebanyak 62 pelanggan dari 115 pelanggan yang menyatakan bahwa design tempat duduk yang terlalu tegak dan bantalan duduk yang keras sehingga membuat posisi duduk kurang nyaman terutama ketika sedang menikmati makanan.

Selanjutnya dilanjutkan dengan indikator keempat yaitu mengenai suhu ruangan restoran tersebut, suhu ruangan berperan penting guna untuk memberikan kenyamanan, suhu ruangan yang memadai akan memberikan rasa segar, rileks dan kenyamanan terhadap pelanggan. Berikut ini data hasil presurvey mengenai suhu ruangan di gambar 1.4 dibawah ini :

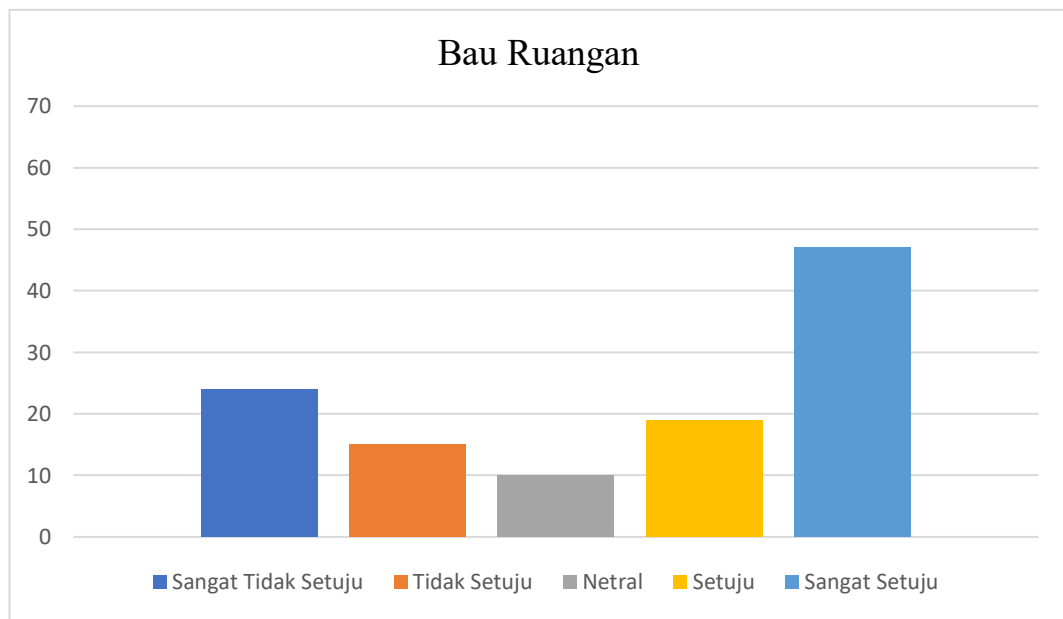


Gambar 1.4 Hasil Prasurvey Suhu Ruangan Panda Hotpot and Grill

Sumber : Peneliti 2022

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat sebanyak 58 pelanggan dari 115 pelanggan yang menyatakan sangat setuju terhadap ruangan ac masih kurang dingin, terutama ketika sedang ramai pengunjung yang sedang memasak panggangan di meja yang menyebabkan ruangan terasa pengap dan panas terutama pada siang hari.

Kemudian dilanjutkan dengan indikator terakhir yaitu mengenai kualitas bau udara dalam restoran tersebut, Bau (aroma) yang positif dapat berkontribusi ke suasana restoran seperti aroma makanan atau pengharum ruangan yang segar yang dapat menimbulkan nafsu makan. Pelanggan lebih suka datang ke restoran yang aroma ruangnya terjaga. Hal tersebut membuat konsumen merasa nyaman dalam menikmati makanan. Berikut ini data hasil presurvey mengenai bau ruangan di gambar 1.5 dibawah ini :

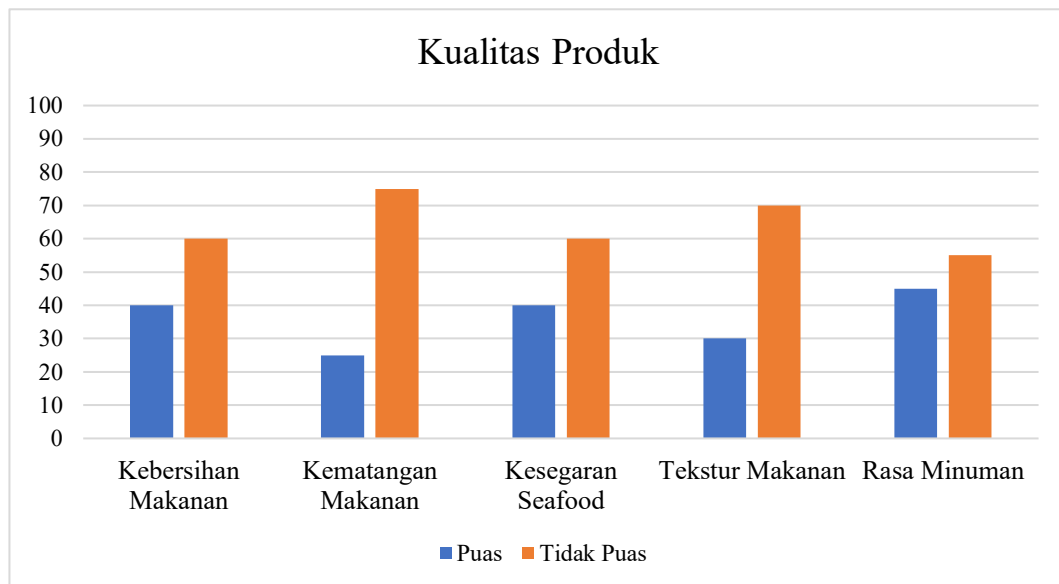


Gambar 1.5 Hasil Prasurvey Bau Ruangan Panda Hotpot and Grill

Sumber : Peneliti 2022

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat sebanyak 47 pelanggan dari 115 pelanggan yang masih menyatakan sangat setuju mengenai masih ada bau ruangan seperti bau masakan dari dapur yang masuk kedalam ruangan restoran dan aroma pengharum restoran tercampur aduk sehingga menimbulkan kurangnya nafsu makan terhadap pelanggan tersebut.

Kualitas produk merupakan faktor penting yang terkait dengan menentukan kepuasan pelanggan, yang merupakan tujuan dari operasi pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, suatu perhatian yang memerlukan perhatian khusus dari bisnis atau produsen. Konsumen biasanya mempertimbangkan kualitas produk yang diberikan selama konsumsi, apakah konsisten dengan apa yang dilampirkan atau ditampilkan pada menu restoran. Berikut ini merupakan hasil pra-survei kualitas produk yang dilakukan di Panda Hotpot and Grill yang terlampir digambar 1.6 ini :



Gambar 1.6 Data Prasurvey Kualitas Produk Panda Hotpot and Grill

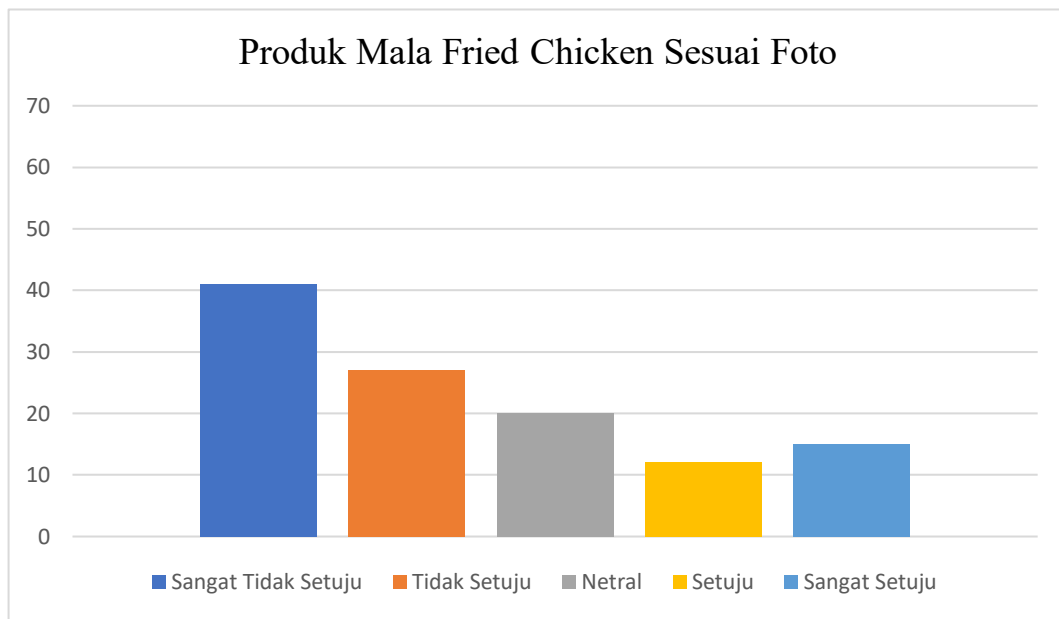
Sumber : Peneliti 2022

Berdasarkan dari hasil presurvey terhadap 115 responden yang sedang melakukan kegiatan konsumsi di Panda Hotpot and Grill, terdapat penilaian terhadap pernyataan yang pertama sebanyak 40% responden memberikan jawaban puas dan 60% responden memberikan jawaban tidak puas dalam konteks kebersihan makanan yang disajikan. Kemudian dilanjutkan dengan tingkat kematangan dimana responden memberikan 20% puas dan 80% responden

memberikan jawaban tidak puas. Untuk pernyataan ketiga mengenai kesegaran seafood, 40% memberikan jawaban puas dan 60% memberikan jawaban tidak puas. Untuk pernyataan keempat mengenai tekstur makanan 30% memberikan jawaban puas dan 70% memberikan jawaban tidak puas. Untuk pernyataan kelima mengenai rasa minuman 45% memberikan jawaban puas dan 55% memberikan jawaban tidak puas.

Gaya hidup seseorang pasti dapat mempengaruhi bagaimana mereka berperilaku ketika melakukan pembelian barang atau jasa karena setiap orang membandingkan dan menilai seberapa cocok gaya hidup mereka dengan produk atau jasa yang ingin mereka beli. Agar sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka, setiap konsumen harus mengadopsi gaya hidup dan penilaian yang unik.

Berdasarkan hasil observasi dapat dijelaskan bahwa ketertarikan konsumen mengalami penurunan, disebabkan karena konsumen berpendapat bahwa produk yang disajikan tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan dalam list menu. Berikut merupakan hasil presurvey pelanggan Panda Hotpot and Grill :



Gambar 1.7 Hasil Prasurvey Produk Mala Fried Chicken

Sumber : Peneliti 2022

Berdasarkan hasil penelitian dari data diatas, terdapat 41 pelanggan menyatakan bahwa salah satu produk Mala Fried Chicken yang disajikan dalam restoran tersebut tidak sesuai yang ditampilkan dalam foto list menu. Beberapa pelanggan menyatakan bahwa ukuran ayam yang difoto tidak sesuai dengan ukuran aslinya ketika disajikan, yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dengan apa yang mereka dapatkan sesuai dengan harga yang tertera.

Berdasarkan permasalahan di latar belakang tersebut, maka dari penelitian ini penulis tertarik untuk mengajukan judul skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Suasana Restoran, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan Panda Hotpot and Grill** “

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang dapat diuraikan dalam penelitian ini adalah :

1. Suasana restoran yang tidak nyaman dengan perpaduan desain yang kurang menarik akan membuat konsumen semakin tidak betah maka tingkat persentase pengunjung akan menurun.
2. Kualitas Produk yang kurang baik akan membuat konsumen merasa tidak puas terhadap Panda Hotpot and Grill
3. Beragam perspektif konsumen tentang kehidupan dan produk yang mereka beli berpengaruh pada kepuasan secara keseluruhan.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dapat diuraikan dalam penelitian ini adalah :

1. Pelanggan Panda Hotpot and Grill Kota Batam.
2. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah variabel Suasana Restoran, Kualitas Produk dan Gaya Hidup.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka rumusan masalah yang dapat diajukan adalah:

1. Apakah suasana restoran berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill ?
3. Apakah Gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill ?

4. Apakah suasana restoran, kualitas produk dan gaya hidup secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Panda Hotpot and Grill ?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai pada rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah suasana restoran berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Panda Hotpot and Grill
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Panda Hotpot and Grill
3. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Panda Hotpot and Grill
4. Untuk mengetahui apakah suasana restoran, kualitas produk dan gaya hidup secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Panda Hotpot and Grill

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Penulis.
Bertujuan untuk menambah wawasan pembaca dan juga menjadikan bahasan referensi kepada pembaca
2. Bagi peneliti selanjutnya.
Bermanfaat sebagai pengalaman dan menambah wawasan serta sebagai referensi bagi penelitian lain yang melakukan penelitian sejenis sehingga

dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian tersebut

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi organisasi

Diharapkan bisa dijadikan sebagai bahan analisis bagi organisasi supaya dapat meningkatkan kinerja organisasi tersebut seiringnya dengan banyaknya pesaing

2. Bagi Universitas Putera Batam

Diharapkan peneliti dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai panduan untuk studi masa depan, serta sebagai alat pendidikan untuk pemahaman yang lebih baik di kemudian hari



Universitas Putera Batam

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Suasana Restoran

2.1.1.1 Pengertian Suasana Restoran

Suasana restoran adalah penataan restoran atau mendesain sebuah restoran supaya restoran mempunyai karakteristik unik dan berbeda dari yang lain dengan tujuan untuk menstimulasi panca indra pengunjungnya dengan baik. Elemen-elemen suasana restoran yang mempunyai pengaruh terhadap suasana restoran yang ingin diciptakan.

Menurut (Rofi'ah, 2020), Cahaya, warna, musik, dan parfum semuanya dapat digunakan dalam desain suasana restoran untuk membangkitkan perasaan tertentu di antara para pengunjung. Memiliki suasana santai untuk melakukan pembelian di restoran merupakan nilai tambah bagi pelanggan dan penjual. Selain itu, kesan pengunjung terhadap restoran dibentuk oleh suasananya. Suasana yang mengundang di restoran sangat penting untuk menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam menghadapi persaingan yang ketat (Maradita & Susilawati, 2021).

2.1.1.2 Faktor yang mempengaruhi Suasana Restoran

Parameter dalam pembentukan iklim restoran di kemukakan dalam (Romadhon & Rachman, 2021) antara lain:

1. Layanan penuh perhatian adalah salah satu kualitas yang dapat meningkatkan posisi organisasi di antara pelanggan.

2. Instalasi dan hiasan permanen yang cantik (sering dibuat dari kayu omega) dan banyak digunakan (terbuat dari krom dan kaca buram). Perangkat keras yang dibuat harus mampu bertahan dalam kondisi awal pembuatannya.
3. Musik dan suasana yang tepat di toko dapat mendorong konsumen untuk berlama-lama dan membeli lebih banyak. Restoran dengan pemutaran musik dapat menarik pelanggan bahkan pada waktu sibuk, membangun reputasi, dan bahkan mengurangi waktu tunggu.
4. Sensasi yang ditimbulkan atau dialihkan yang memiliki peran penting bahwa kehadiran bau yang menyenangkan meningkatkan suasana hati, penilaian, dan upaya belanja orang. Wewangian adalah bagian penting dari keseluruhan dari sebuah restoran.
5. Perpaduan visual dan bayangan sangat penting. seperti perpaduan warna biru, hijau, dan ungu sering digunakan untuk menciptakan kesan lapang dan bersih di suatu ruangan. Suasana restoran juga dapat dipengaruhi oleh pencahayaan. Perpaduan warna dan lampu di eksterior restoran berperan dalam mengatur suasana hati yang tepat dan memberikan kesan pertama yang baik kepada pengunjung.

2.1.1.3 Indikator Suasana Restoran

Indikator – Indikator dalam suasana restoran menurut (Thaib et al., 2020) terdapat elemen yang berpengaruh yang terdiri dari, sebagai berikut:

1. Bagian depan restoran, merupakan bagian utama dari suatu restoran, bagian depan restoran menyampaikan citra kekuatan dan profesionalisme yang akan memenangkan perhatian dan hati pelanggan. Merupakan bagian paling umum bagi restoran untuk menampilkan lambang mereka secara mencolok di luar sebagai sarana untuk mengidentifikasi pendirian dan pemiliknya.
2. Bagian dalam restoran, dibuat dengan perhatian maksimal terhadap detail dan daya tarik estetika. Tampilan sangat penting dalam memikat pelanggan di dalam restoran yang dapat menghasilkan lebih banyak penjualan saat mereka berada di sana. Pelanggan tertarik dan lebih cenderung membeli produk jika mudah diperhatikan, dievaluasi, dan dipilih. Berikut ini merupakan bagian penting dalam menciptakan kenyamanan pelanggan saat mereka memasuki restoran yang terdiri dari faktor-faktor sebagai berikut:
 - a. Tata Letak : Pelanggan akan membentuk kesan berdasarkan apa yang mereka lihat, warna lantai dan jenis lantai (kayu, keramik, karpet) sangat penting.
 - b. Pencahayaan : Pencahayaan dan warna merupakan isyarat visual untuk pelanggan. Penggunaan dan perpaduan warna yang cerah dan tajam akan memberi berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan. Penggunaan kualitas dan warna cahaya juga berpengaruh pada tampilan produk yang membuat produk yang dijual tampak lebih baik dari yang

sebenarnya.

- c. Peralatan tetap: Karena peralatan memiliki perbedaan bervariasi dalam sifat, bentuk, dan biaya, sehingga dibutuhkan kinerja ekstra pada pemilihan peralatan dan penataan barang untuk mencapai hasil yang diinginkan.
- d. Temperatur ruangan : Pemilik dan manajer restoran bertanggung jawab untuk menjaga restoran pada suhu yang sesuai. Kenyamanan pembeli sangat dipengaruhi oleh suhu udara didalam wilayah tersebut.
- e. Jarak : Untuk membuat pelanggan merasa nyaman dan betah, barang-barang restoran diatur di rak dengan jarak yang ditentukan memudahkan mereka memilih barang atau berjalan di dalam wilayah tersebut.
- f. Daerah kosong: Tempat atau ruang kosong bisa diberi dekorasi seperti kamar kecil, sudut lobi, atau pintu depan. Sehingga tidak membuat restoran terasa kosong. Pemilik restoran juga perlu mengetahui cara menata barang pajangan, seperti cermin dan tanaman, dsb, untuk menciptakan lingkungan yang lebih menarik.
- g. Kepribadian : Persepsi pelanggan yang positif dapat ditingkatkan dengan mempekerjakan karyawan yang ramah untuk berinteraksi, berpengetahuan luas, dan antusias dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
- h. Barang dagang : Reputasi restoran juga dapat dipengaruhi oleh produk yang ditawarkan oleh toko. Seperti ukuran, bentuk, warna, kualitas, produk yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan penilaian

pelanggan sehingga merasa bahwa produk tersebut layak di beli.

- i. Kasir : Masalah terkait kasir adalah tanggung jawab tim manajemen restoran. Yang pertama adalah memutuskan berapa banyak kasir yang cukup untuk mencegah pelanggan menunggu terlalu lama untuk melakukan pembelian. Yang kedua adalah mencari tahu di mana kasir harus ditempatkan, yang harus ditempatkan di area strategis untuk meminimalkan waktu tunggu dan tidak mengganggu dan menghambat pelanggan yang ada didalam restoran.
 - j. Peralatan Teknologi : Manajer restoran diharapkan untuk menyediakan pelanggan dengan tingkat layanan setinggi mungkin
 - k. Kebersihan : Pelanggan juga sangat peduli dengan kebersihan sebuah restoran sebelum mereka memutuskan untuk makan di sana. Terutama bagian depan kemudian di bagian dalam restoran yang harus dikoordinasi dan diperhatikan dalam memastikan wilayah restoran tetap bersih setiap saat.
3. Tata letak wilayah restoran, adalah strategi untuk mengatur jalan dan jarak restoran agar pelanggan memiliki lebih banyak ruang dan tidak terasa terhambat ketika di dalam restoran. Tata letak yang baik akan membuat konsumen tergoda untuk masuk ditambah dengan desain area sekitarnya, sehingga pelanggan lebih cenderung untuk berkunjung dan menghabiskan lebih banyak waktu jika mereka merasa nyaman dan cocok di tempat tersebut.

4. Tampilan informasi / Papan pengumuman adalah tanda atau tampilan yang digunakan untuk memberikan informasi kepada pelanggan.

2.1.2 Kualitas Produk

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan dan keputusan pelanggan tentang barang yang akan dibeli. Barang yang dipasok harus telah melalui pengujian kualitas yang menyeluruh. (Putra & Wimba, 2021). Karena kualitas produk itu sendiri menjadi perhatian utama para pembeli. Definisi kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2016:97) adalah “segala sesuatu yang dapat dipasok ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dimanfaatkan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu permintaan atau kebutuhan”. Saat ini, semua produsen menyadari pentingnya kualitas produk yang luar biasa dalam memenuhi harapan pelanggan di seluruh lini produk yang mereka berikan kepada konsumen.

2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk

Kualitas produk secara langsung dipengaruhi oleh 9 bidang dasar atau 9M yaitu (Oktavia Retno Maharani, 2020):

1. Pasar

Permintaan yang diukur dengan pasar selalu meningkat seiring dengan perkembangan zaman, terutama di era teknologi ini. Menanggapi permintaan konsumen dan pertumbuhan pasar yang cepat, perusahaan memproduksi barang-barang berkualitas tinggi.

2. Uang

Biaya suatu produk dapat berfungsi sebagai tolok ukur untuk kualitasnya. Produk berkualitas sering menuntut input manufaktur yang lebih mahal, sehingga berdampak terhadap kenaikan biaya penjualan.

3. Manajemen

Dalam situasi ini, pemimpin bertanggung jawab atas kualitas produk perusahaan dan harus menjalin hubungan kerja yang baik dengan divisi lain. Dengan kerjasama ini, lingkungan kerja yang sehat dan damai dapat tercipta sekaligus mencegah gangguan di tempat kerja. Karena keadaan ini, bisnis dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas barangnya.

4. Manusia

Fungsi orang atau pekerja yang bekerja untuk sebuah perusahaan akan berdampak signifikan pada seberapa baik atau buruk barang tersebut dibuat.

5. Motivasi

Untuk menghasilkan barang berkualitas tinggi, proses manufaktur membutuhkan karyawan yang termotivasi. Pekerja yang bermotivasi tinggi lebih mungkin menyelesaikan tugas mereka dengan tepat dan tepat waktu. sehingga produk berkualitas tinggi dapat dibuat.

6. Bahan

Kualitas barang yang dihasilkan sangat dipengaruhi oleh bahan bakunya, oleh karena itu sangat penting untuk mengatur kualitasnya.

Perusahaan harus berhati-hati dalam memilih pemasok bahan bakunya dalam hal bahan baku.

7. Peralatan

Peralatan merupakan faktor penentu kualitas produk akan lebih mudah untuk membuat bahan berkualitas tinggi dengan menggunakan mesin yang lebih canggih.

8. Metode Informasi Modern

Teknik informasi modern sangat dibutuhkan karena manajemen produksi dapat membuat desain manufaktur yang paling mutakhir untuk terus meningkatkan kualitas produk.

9. Persyaratan Proses Produksi

Persyaratan untuk proses produksi adalah elemen yang mempengaruhi kualitas produk. Barang berkualitas tinggi dapat diproduksi dengan memenuhi standar produksi.

2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut Nugroho (2018) indikator dari kualitas pada barang yang dapat dipakai jadi tolak ukur yaitu sebagai berikut:

1. Nilai dan kualitas kreatif produk, yang dievaluasi berdasarkan karya seni yang ditampilkan di atasnya. Barang-barang seni tinggi cenderung lebih mahal. Pelanggan akan lebih mudah mengadopsi produk karena akan diperkenalkan kepada mereka, karena akan diperkenalkan dengan gaya seni yang berbeda dari barang serupa.

2. Ketersediaan dukungan produk dan layanan. Harapan pelanggan hanya dapat dipenuhi jika kapabilitas yang ditawarkan memiliki kualitas yang cukup tinggi untuk memastikan produk tidak dirugikan dengan cara apa pun. Dengan pilihan layanan produk ini, penjual dapat yakin bahwa barang dagangannya dalam kondisi baik.
3. Aspek Penampilan Produk, bentuk, warna, dan tekstur produk semuanya berkontribusi pada kesan keseluruhannya. Pelanggan lebih cenderung membeli dan menggunakan produk dengan baik jika mereka menyukai tampilannya. Pelanggan memberi nilai lebih tinggi pada barang yang dapat menyesuaikan presentasi visual mereka dengan tren baru, dan mereka lebih cenderung membeli barang tersebut.
4. Daya tahan produk, atau sejauh mana suatu barang dapat digunakan dan bertahan hingga rusak, merupakan kunci penting dalam menentukan kepuasan pembeli dengan pembelian produk tersebut.

2.1.3 Gaya Hidup

2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang meliputi seluruh pola tingkah laku dan interaksi sosialnya dalam konteks lingkungannya. Gaya hidup seseorang mencerminkan sifat-sifat yang diperoleh orang tersebut melalui pengalamannya di masyarakat. Menurut (Sitepu et al., 2022) Gaya hidup adalah reaksi aktual pelanggan terhadap barang yang mereka beli, serta barang itu sendiri, dapat diperoleh dengan mempelajari gaya hidup mereka, termasuk barang apa yang mereka beli, bagaimana mereka menggunakannya, dan apa yang mereka pikirkan dan rasakan setelahnya.

Oleh karena itu, gaya hidup seseorang merupakan faktor utama yang menentukan apakah mereka akan membeli suatu produk atau tidak. Menurut (Istighfarin, 2021) gaya hidup seseorang dapat ditentukan dengan melihat cara mereka menghabiskan waktu dan uang serta hobi dan cara pandang mereka terhadap dunia dan diri mereka sendiri.

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Selain itu, citra diri seseorang dan cara pandang orang lain tercermin dalam pilihan gaya hidup mereka, sehingga pengaruh ini, serta pengaruh mereka sendiri, berperan dalam membentuk keputusan dan perspektif pribadi seseorang (Sitepu et al., 2022).

2.1.3.2 Faktor yang mempengaruhi gaya hidup

Wahyuni & Ruyadi, (2018) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut:

1. Sikap

Sikap seseorang dapat didefinisikan sebagai disposisi mental umum mereka terhadap suatu barang dan tingkat kesiapan mental mereka untuk bereaksi terhadap hal itu. Budaya, pengasuhan, dan lingkaran sosial semuanya memiliki peran penting dalam membentuk kesejahteraan emosional seseorang.

2. Pengalaman dan pengamatan

Dimungkinkan untuk mengumpulkan pengalaman dari setiap dan semua aktivitas sebelumnya, dan pengalaman ini kemudian dapat digunakan

untuk menginformasikan pengamatan dan tindakan sosial di masa depan. Perspektif tentang apa pun dapat dibentuk oleh hasil dari pengalaman sosial bersama.

3. Kepribadian

Kepribadian adalah pengaturan unik dari sifat dan kebiasaan yang dimiliki dan digunakan setiap orang untuk tampil dengan caranya sendiri yang unik.

4. Konsep diri

Cara berpikir tentang diri sendiri merupakan aspek tambahan dalam pembentukan karakter seseorang. Gagasan "konsep diri" baru-baru ini mendapatkan popularitas sebagai sarana untuk menjelaskan hubungan antara identitas konsumen dan persepsi mereka terhadap merek tertentu. Ketertarikan seseorang terhadap suatu barang akan dipengaruhi oleh bagaimana perasaannya terhadap diri sendiri. Pendekatan seseorang untuk memecahkan kesulitan dalam hidup ditentukan oleh konsep diri seseorang, yang merupakan pusat dari pola kepribadian seseorang.

5. Motif

Tindakan seseorang dapat dijelaskan oleh berbagai faktor, termasuk kebutuhan mereka untuk merasa aman dan keinginan mereka untuk mencapai status sosial. Tuntutan yang signifikan akan status akan membentuk gaya hidup seseorang sedemikian rupa sehingga mendukung pencarian kesenangan.

6. Persepsi

Persepsi adalah tindakan memilih, mengatur, dan menginterpretasikan data untuk menciptakan gambaran mental dunia yang akurat.

2.1.3.3 Indikator Gaya Hidup

Menurut (Zakia et al., 2022) indikator gaya hidup terdiri dari 3 (tiga) faktor, diantaranya:

1. Aktivitas / Kegiatan, yaitu kegiatan yang selalu dilakukan oleh konsumen, produk yang dijadikan pilihannya dengan alasan tertentu.
2. Minat, yaitu minat pembelian dikarenakan konsumen menganggap produk tersebut menarik.
3. Pendapat, yaitu umpan balik pelanggan tentang bagaimana mereka harus bereaksi terhadap skenario tertentu, seringkali termasuk analisis kemungkinan hasil, evaluasi risiko yang terlibat, dan pertimbangan alternatif lain.

2.1.4 Kepuasan Pelanggan

2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut (Maradita & Susilawati, 2021) bahwa kepuasan pelanggan ialah perasaan yang dirasakan oleh konsumen setelah mereka menggunakan produk atau menggunakan layanan dan menemukan bahwa itu sesuai dengan harapan mereka dalam hal kualitas dan kinerja. Ketika harapan dan impian pelanggan terwujud, baik bisnis maupun pelanggan dapat merasa sangat bangga.

Kepuasan pelanggan ialah suatu kepuasan ditentukan oleh seberapa baik kinerja produk dibandingkan dengan harapan pelanggan; jika produk gagal, pelanggan akan tidak puas; jika produk memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan senang.

2.1.4.2 Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut (Mirella et al., 2022), faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang disajikan tersebut berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Harga, yaitu konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya yang terlalu banyak dan tidak perlu menghabiskan banyak waktu dalam mendapatkan produk tersebut dan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut yang sesuai di inginkan.

2.1.4.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Ramadhania, Hesti Mayasari 2022). Indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Kegiatan pembelian ulang, di mana klien yang telah menggunakan produk tersebut akan kembali untuk membelinya lagi.
2. *Word of mouth*, merupakan kegiatan dalam menghasilkan promosi dari mulut ke mulut karena pelanggan merasa puas dan dengan senang hati akan merekomendasikan bisnis tersebut kepada teman, keluarga, dan

orang sekitarnya.

3. Menciptakan citra merek, Ketika konsumen sudah familiar dengan merek perusahaan, mereka kurang memperhatikan iklan untuk barang dan jasa serupa yang ditawarkan oleh perusahaan lain.
4. Keputusan pembelian, yaitu kegiatan memutuskan untuk membeli lagi di tempat yang sama, yang menunjukkan bahwa mereka berencana untuk membeli produk serupa dari bisnis yang sama atau serupa.

2.2 Penelitian Terdahulu

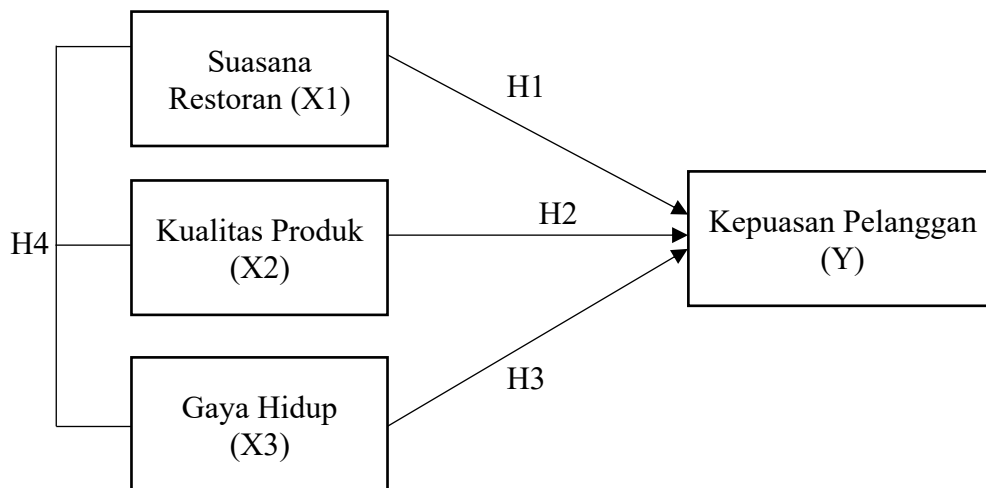
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul	Alat Analisis	Hasil
1	(Putra & Wimba, 2021) Google Scholar	Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Hut Cabang Gatot Subroto Denpasar	Teknik analisis ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS versi 22	Store atmosphere dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen
2	(Muhammad Yusuf, Teddy Oswari, 2021)	Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Mc Donald's Di Kota Depok	Teknik analisis ini menggunakan metode <i>purposive sampling</i> dengan menggunakan teknik AMOS	Suasana toko, kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
3	(Thaib et al., 2020)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Toys City Mall Sumarecon, Bekasi	Analisis regresi linear sederhana dan berganda	Kualitas layanan dan suasana toko berpengaruh terhadap

				kepuasan pelanggan
4	(Adnan, 2020)	Pengaruh Atmosfer Café, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Dokter Kupu Café di Kota Lhokseumawe)	Teknik analisis ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan alat statistik SPSS	Atmosfer café dan gaya hidup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
5	(Rofi'ah, 2020)	Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Navila Cafe	Penelitian kuantitatif dengan menggunakan software SPSS	Store atmosphere dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
6	(Rida'i et al., 2019)	Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Barbershop Sadimo Jember	Teknik pengambilan sampel dengan program SPSS Versi 7	Gaya hidup, citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
7	(Safitri & Rini, 2021)	Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jolly Bakery, Wonogiri)	Teknik analisis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan program SPSS.	Suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
8	(Sitepu et al., 2022) Sinta 4	Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia)	Metode penelitian kausal, survey dan kualitatif menggunakan program software PLS (Partial Least Square)	Gaya hidup dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

9	(Zakia et al., 2022)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM)	Metode kualitatif dan kajian pustaka	Gaya hidup, daya beli dan tingkat konsumsi berpengaruh terhadap kelas sosial
10	(Noviyanti, 2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan	Teknik analisis menggunakan metode regresi linier berganda dengan SPSS Versi 17	Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Berikut adalah hipotesis yang digariskan dalam penelitian ini, dengan mengacu pada landasan teori dan kerangka kerja yang telah dijelaskan:

H1 : Diprediksikan bahwa suasana restoran berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill

H2 : Diprediksikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill

H3 : Diprediksikan bahwa gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill

H4 : Diprediksikan bahwa suasana restoran, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Panda Hotpot and Grill



Universitas Putera Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah jenis yang cenderung dipergunakan dalam metodologi ini. Made Laut Mertha Jaya (2020: 12) mendefinisikan temuan yang terdapat atas suatu penelitian kuantitatif sebagai suatu jenis penelitian yang mampu memperoleh suatu temuan-temuan baru yang dapat dikuantifikasi dan dievaluasi secara kualitatif. Seringkali melibatkan penyebaran kuesioner kepada responden untuk mengumpulkan data menggunakan teknik skala *likert*.

3.2 Sifat Penelitian

Sesuai dengan tujuannya, temuan yang terdapat atas suatu penelitian ini ialah suatu penelitian yang memiliki sifat deskriptif, yaitu temuan penelitian yang dilaksanakan guna memastikan nilai yang terdapat atas suatu variabel bebas, baik satu atau lebih (*independen*), tanpa mengadakan perbandingan atau hubungan dengan variabel lain yang belum pernah diteliti sebelumnya oleh peneliti.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Tempat dilakukan penelitian adalah di Panda Hotpot and Grill yang beralamat pada Jl. Teratai Blok IV Baloi Ruko Karimun Pinang Jaya No 9, Windsor, Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam, Kepulauan Riau 29444 dan *Google Form* digunakan untuk mendistribusikan survei online.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Aktivitas	Tahun / Pertemuan Ke- / Bulan													
	2022											2023		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	A u g	S e p	S e p	O k t	O k t	O k t	N o v	N o v	D e s	D e s	D e s	J a n	J a n	J a n
Penentuan Judul														
Latar Belakang														
Tinjauan Pustaka														
Metode Penelitian														
Olah data														
Penyelesaian Skripsi														

Sumber : Peneliti 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan seluruh daftar objek atau subjek yang harus diteliti tergantung pada kriteria yang peneliti pilih (Sujarweni, 2015: 80). Pada penelitian ini peneliti berfokus pada konsumen pada bulan Oktober-November 2022 yaitu sebanyak 115 konsumen.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah komponen populasi dari mana sampel diambil untuk tujuan penelitian, sedangkan populasi tersebut mungkin memiliki banyak fitur yang membedakan. Karena penelitian ini menggunakan metode sampel jenuh, maka setiap anggota populasi diperlakukan sebagai sampel.

Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 115 partisipan, sesuai populasi yang disebutkan.

3.5 Sumber data

Menurut Sugiyono (2017:137), berikut daftar jenis sumber data:

1. Sumber Primer

Sumber Primer yaitu suatu sumber informasi yang memberikan pengumpul data akses ke data mereka sendiri.

2. Sumber Sekunder

Sumber sekunder yaitu suatu sumber yang, melalui sarana seperti orang atau dokumen lain, tidak secara langsung menawarkan data kepada pengumpul data.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Sejumlah metode ada untuk mengumpulkan informasi untuk studi ilmiah, termasuk:

1. Observasi

Menurut Morissan (2017:143) Observasi adalah panca indera digunakan sebagai instrumen utama dalam tindakan manusia sehari-hari.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019:199) angket ialah metode pengumpulan data dimana informan ditanyai berulang kali atau diberikan komentar tertulis untuk dipertimbangkan

Alat yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner, baik secara tercetak maupun online, ialah instrumen metodologi untuk mengumpulkan data di lapangan, yang digunakan dalam skala *Likert*.

Tabel 3.2 Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Peneliti,2022

3.7 Operasional Variabel

Variabel temuan yang terdapat atas suatu penelitian adalah aspek, kualitas, ataupun nilai seseorang, benda, atau kegiatan yang telah diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari dengan cara yang berbeda dan selanjutnya membentuk kesimpulan tentangnya (Sugiyono, 2019: 68). Variabel bebas (X) beserta variabel terikat (Y) yang digunakan dalam temuan yang terdapat atas suatu penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Suasana Restoran (X1), Suasana restoran meliputi penataan ruangan , cahaya, papan nama dan keharuman ruangan yang selaras dengan kemauan konsumen serta suasana restoran.
2. Kualitas Produk (X2), yaitu suatu produk yang dapat diberikan suatu penilaian dari kekuatan, keunggulan, dan daya tariknya.
3. Gaya Hidup (X3), merupakan kegiatan konsumen menghabiskan waktu mereka (aktivitas) terhadap lingkungan (ketertarikannya) dan juga pendapat terhadap di lingkungan sekitarnya(opini) yang

menggambarkan bagaimana konsumen tersebut menghabiskan uangnya dan memanfaatkan waktunya.

4. Kepuasan Pelanggan (Y), merupakan hasil yang diterima konsumen atas kesannya atas suatu kinerja dari suatu produk maupun jasa yang diharapkannya.

3.7.1 Variabel Bebas (Independen Variabel)

Variabel independen, terkadang dikenal selaku variabel independen, prediktor, atau progenitor. Variabel bebas mempengaruhi variabel terikat baik dengan menimbulkan respon atau tidak (Siyoto & Sodik, 2018: 46). Variabel bebas dalam penelitian ini ialah suasana restoran (X1), diikuti kualitas produk (X2) dan gaya hidup (X3)

3.7.2 Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Variabel dependen adalah hasil atau produk adalah konsekuensi dari efek variabel independen. (Siyoto & Sodik, 2015:46). Variabel dependen pada temuan yang terdapat atas penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Suasana Restoran (X1)	Suasana restoran merupakan penampilan fisik yang menyenangkan konsumen yang dapat dilihat secara lengkap dengan menggabungkan tampilan dan lingkungan (Ndengane et al., 2021)	1. Bagian luar restoran 2. Bagian dalam restoran 3. Tata letak restoran 4. Tampilan informasi / papan pengumuman	Likert

Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah keadaan produk saat digunakan oleh pelanggan dan akan dijual dengan kualitas tinggi (Pahlawan et al., 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai dan kualitas kreatif produk. 2. Ketersediaan dukungan produk dan layanan. 3. Aspek penampilan produk. 4. Daya tahan produk. 	Likert
Gaya Hidup (X3)	Gaya hidup adalah ciri-ciri kehidupan seseorang yang tampak jelas dalam tindakannya, bagaimana dia menghabiskan waktu dan uangnya, minatnya, dan keyakinannya sebagai faktor penting dalam lingkungannya, dan sikapnya terhadap diri sendiri dan dunia (Adnan, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas. 2. Minat. 3. Pendapat. 	Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan yakni preferensi dari mereka yang hasilnya terlihat sesuai dengan harapan; pelanggan mungkin menjadi tidak puas jika hasilnya jauh dari harapan; ini dapat ditentukan dengan menggunakan sistem untuk melaporkan keluhan dan membuat saran (Ramadhania, Hesti Mayasari, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan Pembelian ulang. 2. <i>Word of mouth</i> 3. Menciptakan citra merek 4. Keputusan Pembelian 	Likert

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sujarweni & Utama, 2019:29) Statistik deskriptif ialah pendekatan data yang bertujuan untuk memberikan ringkasan dari banyak aspek data, termasuk rata-rata, median, modus, kuartil, varians, standar deviasi, nilai nominal, maksimum, dan grafik. Melalui Program SPSS dari data yang dikumpul oleh peneliti yang digunakan untuk menguji variabel dependen dan indenpenden.

Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif

No	Rentang Kategori	Kriteria
1	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik / Sangat Rendah
2	1,80 – 2,59	Tidak Baik / Rendah
3	2,60 – 3,39	Cukup
4	3,40 – 4,19	Baik / Tinggi
5	4,20 – 5,00	Sangat Baik / Sangat Tinggi

Sumber : (Sugiyono,2019)

3.8.2 Uji Kualitas Instrumen

Sebagian responden yang terlibat dalam uji coba instrumen digunakan. Alat penelitian dapat digunakan untuk mengkuantifikasi nilai variabel yang akan diteliti dan untuk menentukan validitas temuan penelitian yang dimungkinkan dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Uji validitas dan reliabilitas adalah dua jenis utama pengujian instrumen yang sering dilakukan (Sirilius Seran, 2020:118).

3.8.2.1 Uji Validitas

(Riyanto & Hatmawan, 2020:63) Validitas ialah suatu pengukuran yang mampu membuktikan klaim penelitian mana yang *valid* yang dapat memeriksa hasil korelasi *Pearson Product Moment* untuk menentukan validitas kuesioner. Rumus di bawah ini dapat digunakan untuk mendapatkan nilai koefisien korelasi *product moment Pearson*:

Rumus 3.1 Korelasi *Pearson Product Moment*

$$r = \frac{n \sum IX - (\sum I)(\sum X)}{\sqrt{[n \sum I^2 - (\sum I)^2] [n \sum X^2 - (\sum X)^2]}}$$

Sumber : (Sanusi,2017:77)

Keterangan rumus sebagai berikut:

- r = Kolerasi yang berada antara varibel X dengan Y
- X = Angka mentah atas suatu variabel X
- N = Banyaknya suatu sample dan data
- Y = Angka mentah atas suatu variabel Y
- ΣX = besaran ataupun jumlah yang terdapat pada skor item
- ΣY = Jumlah yang terdapat atas seluruh item (skor)

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas ialah teknik untuk menilai konsistensi responden dalam memberikan tanggapan terhadap kuesioner (Sujarweni & Utama, 2019:68). Memanfaatkan perhitungan Croncbach Alpha untuk menilai keabsahan data, khususnya:

Rumus 3.2 *Alpha Croncbach*

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = nilai yang terdapat pada reliabilitas

n = jumlah yang terdapat pada detail persoalan yang diuji

$\sum S_i$ = jumlah yang terdapat pada bentuk nilai per item

σ_t^2 = bentuk total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas menurut (Wiratna, 2018) ialah metode untuk mengevaluasi seberapa konsisten responden menjawab kuesioner disebut dimensi variabel yang disusun.

1. Sig > 0,05 dapat dibuktikan pada instrument tersebar normal
2. Sig < 0,05 dapat dibuktikan pada instrument tidak tersebar normal

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Sujarweni & Utama, 2019:164) Uji multikolinearitas penting untuk menentukan apakah variabel independen dalam suatu model dapat dibandingkan satu sama lain, seperti halnya dalam model regresi yang disarankan, yang menemukan korelasi antara variabel independen. Metrik uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. Jika. VIF < 0,10 dapat dibuktikan tidak terdapat. multikolinearitas.
2. Jika. VIF > 0,10 dapat dibuktikan bahwa terdapat multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dipergunakan untuk mengetahui apakah varians antara satu residual dengan observasi lain dalam model regresi tidak sama. Homoskedastisitas adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan ketika varian dari satu residual dan

pengamatan lain sebanding. 2016: 94 (Ansofino et al.) Dalam karya ini, teknik uji Glejser, yang mencakup persyaratan berikut, digunakan untuk menguji heteroskedastisitas.

1. Heteroskedastisitas terjadi jika nilai sig uji t variabel bebas lebih kecil dari 0,05.
2. Tidak ada masalah heteroskedastisitas jika nilai sig uji t untuk variabel bebas lebih kecil dari 0,05. (Riyanto & Hatmawan, 2020:140)

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan)
- X1 = Variabel independen (Suasana Restoran)
- X2 = Variabel independen (Kualitas Produk)
- X3 = Variabel independen (Gaya Hidup)
- a = Konstanta
- B = Koefisien regresi
- e = Variabel Pengganggu(*error*)

3.8.4.2 Koefisien Determinasi

Hampir sama dengan R^2 adalah koefisien determinasi (R^2) atau koefisien determinasi berganda. Sementara R dan r serupa, masing masing memiliki tujuan yang berbeda di luar regresi linier dasar. R^2 menjelaskan skala dalam variabel dependen (Y), yang secara bersamaan dicirikan oleh variabel independen (X1, X2, dan X3). Selama itu, r^2 menghitung kualitas estimasi sesuai dengan persamaan regresi, yaitu dengan memanfaatkan proporsi total varians pada (Y) yang dijelaskan

oleh satu (X). Lebih khusus lagi, koefisien korelasi r mendefinisikan seberapa dekat hubungan linier dengan variabel yang mungkin memiliki nilai positif atau negatif. R adalah koefisien korelasi berganda yang menghitung seberapa erat hubungan variabel Y dan X , dan nilainya selalu positif (Sanusi, 2017: 136). Tiga variabel independen dan satu variabel dependen membentuk Adjusted R Square yang digunakan peneliti untuk menjawab pertanyaan judul.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

(Hakim & Saragih, 2019) menjelaskan uji t , juga dikenal sebagai uji parsial, membandingkan nilai t yang dihitung dan tabel t dengan probabilitas 0,05 untuk menentukan signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah persyaratan untuk tes T ini:

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima sedangkan H_a ditolak karena variabel independen tidak memiliki pengaruh yang terlihat terhadap variabel dependen.
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima karena variabel independen memiliki pengaruh yang terlihat terhadap variabel dependen.

3.9.2 Uji F

(Hakim & Saragih, 2019) untuk menentukan apakah semua faktor independen yang digabungkan memiliki dampak yang besar terhadap variabel dependen, peneliti menggunakan uji F , juga dikenal sebagai uji simultan. dikembangkan dengan menggunakan standar berikut:

1. Jika H_0 diterima dan H_a ditolak, ada pengaruh gabungan antara variabel bebas dan variabel terikat jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan $> 0,05$.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau signifikan $0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diperbolehkan karena variabel independen secara keseluruhan tidak mampu memberi suatu pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumusan Hipotesis:

H_0 : variabel bebas secara bersama- sama tidak mampu memberi suatu pengaruh signifikan terhadap variabel terikat

H_a : variabel bebas secara bersama- sama tidak mampu memberi suatu pengaruh signifikan terhadap variabel terikat



Universitas Putera Batam