

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DENGAN MENGGUNAKAN REGRESI MULTIVARIAT
PADA RUMAH MAKAN MUARA KAPAU PERAK
JALAN PERAK BARAT NO.156 SURABAYA**

Abdurrahman

(Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Surabaya)
e-mail: armansyafii10@gmail.com

Hery Tri Sutanto

(Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Surabaya)
e-mail: Herytrisutanto@gmail.com

Abstrak

Bisnis food and beverages menjadialah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Jadi, dimanapun dan kapanpun masyarakat akan membutuhkan makanan sebagai sumber pokok kehidupan (Ayodya, 2007). Dalam penelitian ini, dijelaskan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Y_1, Y_2, Y_3, Y_4) yaitu: Produk (X_1, X_2, X_3, X_4), Harga (X_5, X_6, X_7), Kepuasan konsumen ($X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}, X_{13}$). Tujuan dari penulisan penelitian ini yaitu untuk mengetahui variabel-variabel mana saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Serta seberapa besar pengaruh variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi multivariat. Hasil penelitian ini mendapatkan Nilai R^2 untuk Y_1 adalah 0,8548 maka sumbangan variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ terhadap Y_1 sebanyak 85% sedangkan sisanya 15% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai R^2 untuk Y_2 adalah 0,910 maka sumbangan variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ terhadap Y_2 sebanyak 91% sedangkan sisanya 9% dipengaruhi variabel lain. Nilai R^2 untuk Y_3 adalah 0,618 maka sumbangan variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ terhadap Y_3 sebanyak 61% sedangkan sisanya 39% dipengaruhi variabel lain. Nilai R^2 untuk Y_4 adalah 0,854 maka sumbangan variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ terhadap Y_4 sebanyak 85% sedangkan sisanya 15% dipengaruhi variabel lain.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Regresi Multivariat

Abstract

Food and beverages business into one business that is much in demand by the public, because in addition to producing high profits, is also a staple food for everyone. So, wherever and whenever people would need staple food as the source of life (Ayodya, 2007). In this study, explained that the variables that influence consumer satisfaction (Y_1, Y_2, Y_3, Y_4), namely: Product (X_1, X_2, X_3, X_4), Price (X_5, X_6, X_7), customer satisfaction ($X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}, X_{13}$). The purpose of this study is to determine which variables that affect customer satisfaction. And how much influence these variables affects customer satisfaction. The analysis used is multivariate regression analysis. The results of this research to get Rated R^2 for Y_1 is 0.8548 then the variable contribution $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ against Y_1 as much as 85% while the remaining 15% are influenced by other variables. Rated R^2 for Y_2 is 0.910 then the variable contribution $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ against Y_2 as much as 91% while the remaining 9% influenced by other variables. Rated R^2 for Y_3 is 0.618 then the variable contribution $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ against Y_3 as much as 61% while the remaining 39% influenced by other variables. Rated R^2 for Y_4 is 0.854

then the variable contribution $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ against Y_4 as much as 85% while the remaining 15% influenced by other variables.

Keywords: Customer Satisfaction, Multivariate Regression..

PENDAHULUAN

Pada awalnya orang makan hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar yaitu terbebas dari rasa lapar, akan tetapi perkembangan berikutnya kebutuhan makan tidak hanya untuk membebaskan diri dari rasa lapar tetapi juga untuk memenuhi selera, cita rasa, dan kenyamanan. Oleh karena itu, seringkali kunjungan ke rumah makan tidak hanya makan dan minum saja, melainkan sebagai wahana rekreasi dan tempat untuk bersantai dengan keluarga, ataupun teman. Salah satu tempat kuliner di kota Surabaya adalah rumah makan padang “Muara Kapau”. Adanya persaingan bisnis kuliner di kota Surabaya semakin ketat. Hal ini nampak dengan berdirinya berbagai jenis makanan dari berbagai daerah di kota Surabaya.

Pengertian kepuasan konsumen secara umum adalah tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Dalam riset pemasaran tersebut, ada faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya:

- a. Kualitas produk
- b. Penentuan harga
- c. Pemberian pelayanan yang baik
- d. Kepuasan terhadap konsumen

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti akan menggunakan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Regresi Multivariat pada Rumah Makan Padang Muara Kapau Jalan Perak Barat No.156 Surabaya”. Sehingga dapat membantu rumah makan tersebut dalam menyelesaikan permasalahan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika diasumsikan dalam kurun waktu satu bulan jumlah seluruh konsumen rumah makan “Muara Kapau” adalah 1000 konsumen sebagai populasi, dengan menggunakan metode Slovin dengan taraf ketelitian sebesar 5% maka diperoleh ukuran sampel 286 dengan perhitungan pengukuran sampel berikut ini:

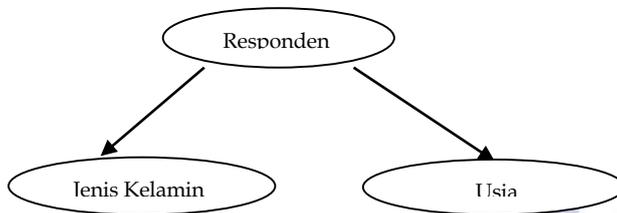
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{1000}{1 + 1000 \cdot 0,0025}$$

$$= \frac{1000}{3,5}$$

$$= 285,7 \text{ dibulatkan jadi } 286$$

A. Gambaran Umum Responden penelitian



Gambar 4.1 Kerangka Gambaran Umum Responden

1. Responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Laki-Laki	Perempuan
Jumlah	130	156

2. Responden berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Usia

Usia	15-25	26-35	>36
Jumlah	80	116	90

B. Tranformasi Data

Data awal diperoleh dari jawaban konsumen pada kuesioner, dengan pilihan jawaban sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dirubah kedalam skala Likert dengan rasio 1-5 sehingga data tersebut dapat diolah dalam komputer. Data yang berupa skala

likert yang telah dirubah dapat dilihat di lampiran.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

1. Uji Validitas Kuesioner

Uji validitas kuesioner bertujuan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df(\text{degree of freedom}) = n-2$ dengan signifikan 5% atau 0,05 . Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid.

Hasil uji validitas kuesioner

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 20 maka r tabel dapat diperoleh melalui tabel *r product moment person* dengan $df(\text{degree of freedom}) = n-2$, jadi $df = 20-2=18$, maka $r \text{ tabel} = 0,378$. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.

2. Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas kuesioner digunakan untuk menghitung uji reliabilitas menggunakan software SPSS 23.

Hasil uji reliabilitas berupa variabel kualitas produk, harga, pelayanan, dan kepuasan pelanggan sebagai berikut.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.959	16

Berdasarkan tabel di atas di dapat nilai dari $\text{Alpha} > 0,6$ maka konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel.

3. Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Regresi Multivariat

a. Hasil Analisis Regresi Multivariat

Untuk Y_1 karena nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien kualitas rasa makanan dan minuman di restoran ini sudah sesuai dengan cita rasa yang diinginkan konsumen (X_1). Yang berarti makanan dan minuman yang mempunyai kualitas cita rasa yang tertentu akan membuat konsumen merasa puas. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien kualitas kebersihan makanan dan minuman di restoran ini sudah dijaga dengan baik (X_4) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan. Yang berarti dengan makanan dan minuman yang bersih akan membuat konsumen tertarik. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien harga makanan dan minuman di restoran ini sudah sesuai dengan kualitas rasa nya (X_5) maka

berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan. Sehingga makanan dan minuman dengan rasa tertentu akan membuat konsumen merasa ketagihan. Untuk nilai $\text{sig}=0,007$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien harga makanan dan minuman di restoran ini cukup terjangkau untuk semua kalangan konsumen (X_7) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan. Dengan harga makanan dan minuman yang terjangkau akan meringankan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,024$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien fasilitas yang disediakan baik dari alat makan maupun toilet di restoran ini cukup memadai (X_8) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan. Dengan ketersediaan sendok, garpu, piring, meja dan toilet yang bersih tidak akan mengecewakan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ pada koefisien kawasan parkir restoran ini cukup memadai untuk menampung konsumen dalam jumlah besar (X_9) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan. Konsumen yang berkendara roda empat cenderung memilih tempat parkir yang luas untuk keamanan dan kenyamanan kendaraanya. Untuk nilai $\text{sig}=0,012$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien kebersihan restoran ini dijaga dengan baik (X_{10}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan. Dengan restoran yang sering dibersihkan akan membuat ruangan restoran selalu bersih sehingga membuat konsumen merasa nyaman. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien penampilan para pramusaji di restoran ini dinilai sopan dan menarik (X_{11}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan. Penampilan pramusaji yang

menarik dan sopan akan membuat konsumen senang. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien para pramusaji restoran ini bersikap ramah dalam melayani konsumen (X_{12}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan. Dengan keramahan pramusaji dalam menyajikan makanan dan minuman akan membuat konsumen senang.

Sehingga persamaan regresi multivariat nya menjadi

$$Y_1 = -1,995 - 0,193X_1 + 0,096X_4 - 0,107X_5 + 0,044X_7 + 0,061X_8 + 0,429X_9 + 0,110X_{10} + 0,372X_{11} + 0,575X_{12}$$

Keterangan: X_2 , X_3 , dan X_6 tidak signifikan.

$X_1, X_4, X_5, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ signifikan

Untuk Y_2 karena nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien kualitas rasa makanan dan minuman di restoran ini sudah sesuai dengan cita rasa yang diinginkan konsumen (X_1) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,013$ pada koefisien kualitas kebersihan makanan dan minuman di restoran ini sudah dijaga dengan baik (X_4) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien harga makanan dan minuman di restoran ini sudah sesuai dengan kualitas rasanya (X_5) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien harga makanan dan minuman di restoran ini cukup terjangkau untuk semua kalangan konsumen (X_7) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh

rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien kawasan parkir restoran ini cukup memadai untuk menampung konsumen dalam jumlah besar (X_9) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien Kebersihan restoran ini dijaga dengan baik (X_{10}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien penampilan para pramusaji di restoran ini dinilai sopan dan menarik (X_{11}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien para pramusaji restoran ini bersikap ramah dalam melayani konsumen (X_{12}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen.

Sehingga persamaan regresi multivariat nya menjadi

$$Y_2 = -2,072 - 0,117X_1 + 0,047X_4 - 0,069X_5 + 0,054X_7 + 0,188X_9 + 0,480X_{10} + 0,119X_{11} + 0,729X_{12}$$

Keterangan : X_2 , X_3 , X_6 dan X_8 tidak signifikan

$X_1, X_4, X_5, X_7, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ signifikan

Untuk Y_3 karena nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien jenis makanan dan minuman yang disajikan di restoran ini cukup bervariasi (X_3) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,004$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien kualitas rasa makanan dan minuman di restoran ini sudah sesuai dengan cita rasa yang diinginkan konsumen (X_1) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh

rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,001$ lebih kecil dari $\alpha=0,05$ pada koefisien. Cita rasa makanan dan minuman di restoran ini memiliki ciri khas yang membuatnya berbeda dengan rasa makanan dan minuman di restoran lain yang sejenis (X_2) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari $\alpha=0,05$ pada koefisien Kualitas kebersihan makanan dan minuman di restoran ini sudah dijaga dengan baik (X_4) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari $\alpha=0,05$ pada koefisien harga makanan dan minuman di restoran ini sudah sesuai dengan kualitas rasanya (X_5) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,027$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien harga makanan dan minuman di restoran ini cukup terjangkau untuk semua kalangan konsumen (X_7) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien kawasan parkir restoran ini cukup memadai untuk menampung konsumen dalam jumlah besar (X_9) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien kebersihan restoran ini dijaga dengan baik (X_{10}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien penampilan para pramusaji di restoran ini dinilai sopan dan menarik (X_{11}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,043$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien para pramusaji

restoran ini bersikap ramah dalam melayani konsumen (X_{12}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen.

Sehingga persamaan regresi multivariat nya menjadi

$$Y_3 = -1,196 - 0,103X_1 + 0,398X_2 - 0,126X_3 - 0,140X_4 - 0,110X_5 - 0,053X_7 + 0,383X_9 + -0,345X_{10} + 0,963X_{11} + 0,101X_{12}$$

Keterangan : X_6 dan X_8 tidak signifikan
 $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_7, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ signifikan

Untuk Y_4 karena nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari nilai $\alpha=0,05$ pada koefisien kualitas rasa makanan dan minuman di restoran ini sudah sesuai dengan cita rasa yang diinginkan konsumen (X_1) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ pada koefisien kualitas kebersihan makanan dan minuman di restoran ini sudah dijaga dengan baik (X_4) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari $\alpha=0,05$ pada koefisien harga makanan dan minuman di restoran ini sudah sesuai dengan kualitas rasanya (X_5) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,024$ lebih kecil dari $\alpha=0,05$ pada koefisien fasilitas yang disediakan baik dari alat makan maupun toilet di restoran ini cukup memadai (X_8) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai $\text{sig}=0,000$ lebih kecil dari $\alpha=0,05$ pada koefisien kawasan parkir restoran ini cukup memadai untuk menampung konsumen dalam jumlah besar (X_9) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai

sig=0,012 lebih kecil dari $\alpha=0,05$ pada koefisien kebersihan restoran ini dijaga dengan baik (X_{10}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai sig =0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$ pada koefisien penampilan para pramusaji di restoran ini dinilai sopan dan menarik (X_{11}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk nilai sig=0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,05$ pada koefisien para pramusaji restoran ini bersikap ramah dalam melayani konsumen (X_{12}) maka berpengaruh terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan oleh rumah makan sesuai dengan keinginan konsumen.

Sehingga persamaan regresi multivariat nya menjadi

$$Y_4 = -1,995 \pm 0,193X_1 + 0,096X_4 \pm 0,107X_5 + 0,061X_8 + -0,429X_9 + 0,110X_{10} + 0,372X_{11} + 0,575X_{12}$$

Keterangan : X_2, X_3, X_6 dan X_7 tidak signifikan

$X_1, X_4, X_5, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ signifikan
Model diatas menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan "Muara Kapau" adalah produk, harga, dan pelayanan.

b. Hasil R square

Nilai R^2 untuk Y_1 adalah 0,8548 maka sumbangan variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ terhadap Y_1 sebanyak 85% sedangkan sisanya 15 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Nilai R^2 untuk Y_2 adalah 0,910 maka sumbangan variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ terhadap Y_2 sebanyak 91% sedangkan sisanya 9% dipengaruhi variabel lain. Nilai R^2 untuk Y_3 adalah 0,618 maka sumbangan variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ terhadap Y_3 sebanyak 61% sedangkan sisanya 39% dipengaruhi variabel lain.

Nilai R^2 untuk Y_4 adalah 0,854 maka sumbangan variabel $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ terhadap Y_4 sebanyak 85% sedangkan sisanya 15% dipengaruhi variabel lain

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang diwakili oleh variabel (X_1, X_2, X_3, X_4), penentuan harga (X_5, X_6, X_7), dan kualitas pelayanan ($X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}, X_{13}$) memberikan pengaruh yang signifikan pada Rumah makan "Muara Kapau" Jalan Perak Surabaya No.156 Surabaya dengan menggunakan metode regresi multivariate diperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil analisis regresi multivariat.

$$Y_1 = -1,995 - 0,193X_1 + 0,096X_4 - 0,107X_5 + 0,044X_7 + 0,061X_8 + 0,429X_9 + 0,110X_{10} + 0,372X_{11} + 0,575X_{12}$$

Keterangan: X_2, X_3 , dan X_6 tidak signifikan.

$X_1, X_4, X_5, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ signifikan

$$Y_2 = -2,072 - 0,117X_1 + 0,047X_4 - 0,069X_5 + 0,054X_7 + 0,188X_9 + 0,480X_{10} + 0,119X_{11} + 0,729X_{12}$$

Keterangan : X_2, X_3 , dan X_6 tidak signifikan

$X_1, X_4, X_5, X_7, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ signifikan

$$Y_3 = -1,196 - 0,103X_1 + 0,398X_2 - 0,126X_3 - 0,140X_4 - 0,110X_5 - 0,053X_7 + 0,383X_9 - 0,345X_{10} + 0,963X_{11} + 0,101X_{12}$$

Keterangan : X_6 dan X_8 tidak signifikan

$X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_7, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ signifikan

$$Y_4 = -1,995 - 0,193X_1 + 0,096X_4 - 0,107X_5 + 0,061X_8 - 0,429X_9 + 0,110X_{10} + 0,372X_{11} + 0,575X_{12}$$

Keterangan: X_2, X_3, X_6 dan X_7 tidak signifikan
 $X_1, X_4, X_5, X_8, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{12}$ signifikan

Model di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada rumah makan "Muara Kapau" adalah produk, harga, dan pelayanan

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan lebih banyak variabel bebas yang berbeda yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen rumah makan "Muara Kapau" Jalan Perak Barat No.156 Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- <http://dedylondong.blogspot.co.id/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html> di unduh pada hari Selasa 09 Mei 2017, 01.00 WIB
- Gunisty. 2009. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan "Indonesia" Di Kota Tegal)*. Tegal: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pancasakti. (online), (http://perpus.upstegal.ac.id/v4/files/e_book/Loyalitas%20Konsumen.pdf), diunduh pada hari Rabu 9 September 2015, 8.39 WIB).
- Jimmy Sugianto dan Sugiono Sugiharto. 2013. *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yungho*

Surabaya. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Petra. (online), (<http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/884>), diunduh pada hari Rabu 9 September 2015, 8.49 WIB).

- Greene, J. C., & Caracelli, V. J. (1997), *Defining and Describing the Paradigm Issue in Mixed-Method Evaluation*. In J. C. Greene & V. J. Caracelli (Eds.), *Advances in Mixed-Method Evaluation: The Challenges and Benefits of Integrating Diverse Paradigm*, San Fransisco: Jossey-Bass Publisher.
- Kotler, Philip. (1997), *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Penerbit PT. Prehallindo, Jakarta.
- J. Supranto, M.A., APU. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : P.T. Rineka Citra.
- Zeithaml, Valerie A and Mary Jo Bitner. (2000). *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies.
- Gerson, Richard. F. 2002. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa Benyamin Molan Buku kesatu, Edisi kesebelas. Jakarta: PT.INDEKS.
- Essinger, J., & Wylie, H. (2003). *Customer strategy: devising successful strategies in food and drink*. Reuters business insight.
- Sudarmanto, Gunawan. (2005), *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sudjana. 2002. *Metode Statistika*, PT. Tarsito, Bandung

- Sarwono, Jonathan. (2006), *RisetPemasaran dengan Program SPSS*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Morrison, D.F. (2005), *Multivariat Statistical Methods*, Fourth Edition, The Wharton School University of Pennsylvania
- Rencher, A. C. (2002). *Methods of Multivariate Analysis*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Jhonson, R.A., & Wichern, D.(2007). *Applied Multivariat Statistical Analysis*. New jersey: Prentice Hall.
- Cooper Donald R dan C. William Emory. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. (2003), *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Penerbit Alfabeta.

