

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Michis Resto**

##### **1. Sejarah**

Usaha ini didirikan oleh Setiawan sejak 1 September 2010. Berawal belajar dari menjadi karyawan di sebuah manajemen rumah makan cepat saji beliau berfikir untuk memiliki usaha sendiri yang didirikannya dengan jerih payah.

Bermodalkan uang sebesar Rp 40.000.000,00 (enam puluh juta rupiah) kala itu, beliau memulai usahanya dengan menyewa ruko di daerah Mejobo Kudus. Beliau memulai usahanya dengan dibantu 1 karyawan pada mulanya. Perlahan beliau merintis usahanya hingga saat ini memiliki 3 cabang di wilayah Kudus dengan 6 karyawan di setiap outlet.

Lokasi Michis Resto pertama didirikan di sebelah barat Pasar Mbrayung Kudus. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, peneliti memperoleh gambaran bahwasanya pengunjung yang datang ke tempat usahanya rata-rata 150 orang setiap harinya. Dengan desain ruangan yang nyaman dan menarik, memberi nilai tambah tersendiri untuk setiap pengunjung yang datang di Michis Resto.

#### **B. Gambaran Umum Responden**

##### **1. Jenis Kelamin Responden**

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat didalam tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	27	30,00%
2	Perempuan	63	70,00%
	Jumlah	90	100%

*Sumber olah data, 2019*

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden konsumen Michi Resto Kudus yang di ambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 63 responden atau 70,00%, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 27 responden atau 30,00%.

## 2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden dapat dilihat didalam tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Usia Responden**

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	14-21	36	40,00%
2	22-30	54	60,00%
	Jumlah	90	100%

*Sumber olah data, 2019*

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa konsumen Michi Resto Kudus yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu, bahwasanya mayoritas usia responden konsumen Michi Resto Kudus yaitu 22-30 tahun sebanyak 54 responden

atau 60,00%, dan yang berusia 14-21 tahun sebanyak 36 responden atau 40,00%.

### 3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai tingkat pendidikan responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
1	SMP/Sederajat	11	12,22%
2	SMA/Sederajat	33	36,67%
3	Sarjana	46	51,11%
	Jumlah	90	100%

*Sumber olah data, 2019*

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwasanya mayoritas pendidikan terakhir responden yaitu, pada tingkat sarjana sebanyak 46 responden atau 51,11%, dan Sekolah Menengah Atas sebanyak 33 responden atau 36,66%, sedangkan pada tingkat Sekolah Menengah Pertama sebanyak 11 responden atau 12,22%.

### 4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Pelajar	44	49,89%
2	Karyawan	46	51,11%
	Jumlah	90	100%

*Sumber olah data, 2019*

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.5 diatas, bahwasanya pekerjaan responden mayoritas yaitu, sebagai seorang karyawan yang sebanyak 46 responden atau 51,11% sedangkan yang berprofesi sebagai pelajar sebanyak 44 responden atau 49,89%.

### C. Deskripsi Angket

#### 1. Variabel Kualitas Produk

**Tabel 4.6**  
**Variabel Kualitas Produk**

Butir Pertanyaan	<i>Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)</i>					Rata- rata
	STS	TS	N	S	SS	
	1	2	3	4	5	
P1	0	0	14	62	14	4,00
P2	0	0	14	63	13	3,99
P3	0	0	33	49	8	3,72
P4	0	11	31	39	4	3,51
P5	0	10	37	39	4	3,41
Total						18,63
Rara-rata (mean)						3,72
Modus						4

*Sumber olah data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, maka skor rata-rata menunjukkan angka 3,72 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah angka 4, yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 4 atau setuju atas kualitas produk di Michis Resto Kudus.

**Tabel 4.7**  
**Variabel Kalitas Pelayanan**

Butir Pertanyaan	<i>Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)</i>					
	STS	TS	R	S	SS	Rata- rata
	1	2	3	4	5	
P1	0	2	27	54	7	3,73
P2	0	6	24	55	5	3,66
P3	0	8	30	49	3	3,52
P4	0	11	33	45	1	3,40
P5	0	11	35	43	1	3,38
Total						17,69
Rara-rata (mean)						3,53
Modus						4

*Sumber olah data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, maka skor rata-rata menunjukkan angka 3,53 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah angka 4 yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 4 atau setuju atas Kualitas Pelayanan di Michis Resto Kudus.

## 2. Variabel Kepuasan Konsumen

**Tabel 4.8**  
**Variabel Kepuasan Konsumen**

Butir Pertanyaan	<i>Kepuasan Konsumen (Y)</i>					
	STS	TS	R	S	SS	Rata- rata
	1	2	3	4	5	
P1	0	4	32	40	14	3,71
P2	0	4	26	45	15	3,79
P3	0	2	22	53	13	3,86
P4	0	1	35	45	9	3,69
Total						15,04
Rata-rata (mean)						3,76
Modus						4

*Sumber olah data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, maka skor rata-rata menunjukkan angka 3,76 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah angka 4, yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 4 atau setuju atas kepuasan konsumen di Michis Resto Kudus.

## D. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung korelasi dengan nilai hitung  $r$  tabel, dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah konstruk dengan  $\alpha$  0,05. Adapun hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
<b>Kualitas Produk</b>			
X1.1	0,698	0,174	Valid
X1.2	0,828	0,174	Valid
X1.3	0,603	0,174	Valid
X1.4	0,860	0,174	Valid
X1.5	0,821	0,174	Valid

<b>Kualitas Pelayanan</b>		0,174	
X2.1	0,658	0,174	Valid
X2.2	0,762	0,174	Valid
X2.3	0,777	0,174	Valid
X2.4	0,783	0,174	Valid
X2.5	0,702	0,174	Valid
<b>Kepuasan Konsumen</b>		0,174	
Y1	0,801	0,174	Valid
Y2	0,875	0,174	Valid
Y3	0,822	0,174	Valid
Y4	0,575	0,174	Valid

*Sumber olah data, 2019*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki R hitung lebih besar dari R tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliability Coefficiens	Cronbach's Alfa	Keterangan
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	5 Item	0,817	Reliabel
Kualitas Pelayanan(X <sub>2</sub> )	5 Item	0,790	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	4 Item	0,774	Reliabel

*Sumber olah data, 2019*

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Croncach Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>), kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>) dan kepuasan konsumen (Y) adalah reliabel.

## E. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi adalah dengan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Dimana nilai *tolerance* > 0,1 atau sama dengan nilai VIF (*variance factor*) < 10.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	<i>Collinearity Statistic</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,704	1,421

Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	0,704	1,421
------------------------------	-------	-------

Sumber olah data, 2019

Dari hasil pengujian multikolinieritasnya dilakukan nilai *tolerance* variabel kualitas produk sebesar 0,704 dan kualitas pelayanan juga sebesar 0,704. Artinya nilai *tolerance* kedua variabel tersebut menunjukkan lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai VIF variabel kualitas produk sebesar 1,421 dan variabel kualitas pelayanan juga sebesar 1,421. Artinya nilai VIF kedua variabel menunjukkan kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi atau tidak ada korelasi antar variabel kualitas produk dan harga dalam model regresi.

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi untuk penelitian ini menggunakan *durbin watson test*, dimana dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai *durbin watson* lebih besar dari  $4 - d_u$  dan lebih kecil dari  $4 - d_l$  ( $d_u < d_w < 4 - d_l$ ) dari hasil pengolahan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,575 <sup>a</sup>	,331	,316	1,855	1,962

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber olah data, 2019.

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin Watson* atas residual persamaan regresi diperoleh angka *d-w* sebesar 1,962. Untuk menguji gejala autokorelasi maka angka *d-w* tersebut dibandingkan dengan nilai tabel dengan

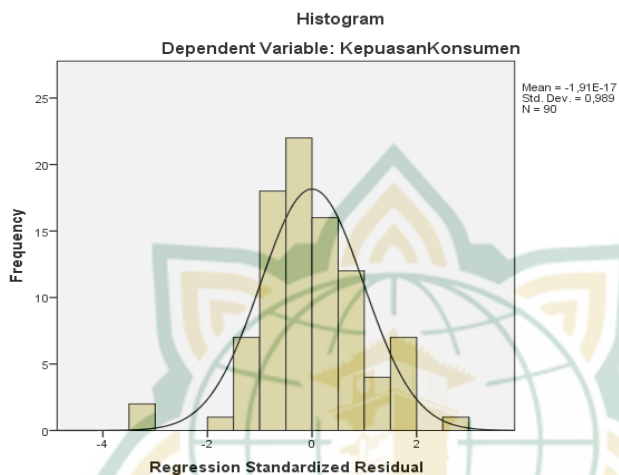
signifikansi 0,05  $n=90$  dan  $k=2$ . Dari tabel *Durbin Watson* diperoleh nilai  $dl=1,611$  dan  $du=1,702$ . Apabila dimasukkan kedalam rumus, maka  $du < dw < 4-du$  atau  $1,702 < 1,962 < 4-1,702$  maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi pada model regresi.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Salah satu cara termudah Untuk melihat normalitas adalah melihat histogram dan melihat normal *probability plot*. Asumsinya adalah:

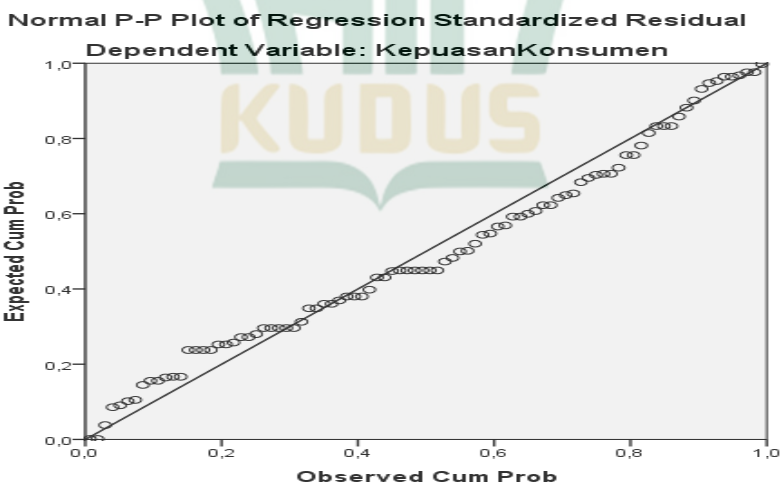
- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.1**  
**Grafik Histogram**



*Sumber olah data, 2019*

**Gambar 4.2**  
**Grafik Normal P-P Plot**



*Sumber olah data, 2019*

Dari gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik *normal probability plot* terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Grafik ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mempunyai distribusi normal. Hal ini berarti model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

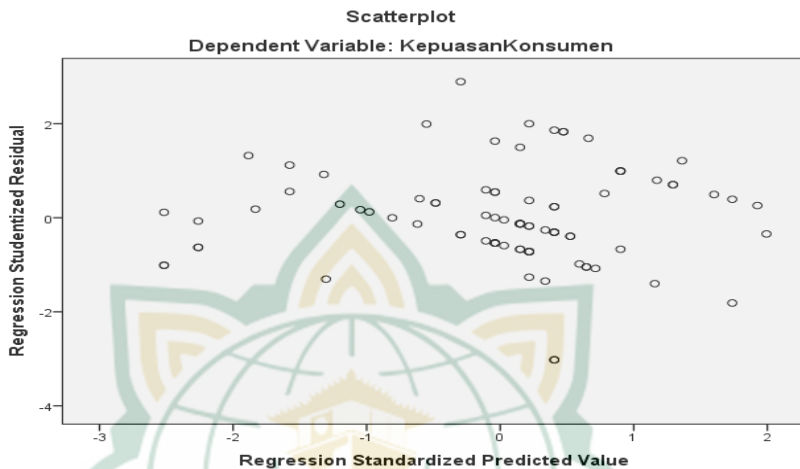
#### 4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Asumsinya adalah:

- a. Jika pada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber olah data, 2019*

Grafik menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastistas pada model regresi.

## F. Hasil Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi bermaksud menguji hubungan fungsional yang terjadi antara satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Hal ini dimaksudkan agar dapat diketahui nilai estimasi variabel dependen yang dihasilkan atas pengaruh variabel independen. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini dituliskan dalam model sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y : Kepuasan konsumen

- $X_1$  : Kualitas produk  
 $X_2$  : Kualitas Pelayanan  
 $a$  : Konstanta  
 $b_1$  : Koefisien regresi antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen  
 $b_2$  : Koefisien regresi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen  
 $e$  : Error

Adapun hasil analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,670	1,606			2,908	,005		
	KualitasProduk	,243	,092	,277		2,646	,010	,704	1,421
	KualitasPelayanan	,331	,092	,376		3,599	,001	,704	1,421

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

*Sumber olah data, 2019*

Dari hasil analisis di atas, maka model persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = 4,670 + 0,243X_1 + 0,331X_2 + e$$

- Konstanta ( $\alpha$ ) = 4,670 artinya variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah nol. maka variabel kepuasan konsumen mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu 4,670.
- Koefisien regresi  $X_1 = 0,243$  mempunyai arti bahwa setiap penambahan satu poin variabel kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 24,30%.
- Koefisien regresi  $X_2 = 0,331$  mempunyai arti bahwa setiap penambahan satu poin variabel

kualitas pelayananakan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 33,10%.

## 2. Uji t

Pengujian parsial (uji t) bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individu. Uji parsial ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan  $t_{hitung}$ . Secara lebih rinci hasil  $t_{hitung}$  dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,670	1,606		2,908	,005		
KualitasProduk	,243	,092	,277	2,646	,010	,704	1,421
KualitasPelayanan	,331	,092	,376	3,599	,001	,704	1,421

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

*Sumber olah data, 2019*

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,05$  dan dengan derajat kebebasan  $df (n-k-1) = 90-2-1=87$  dan diperoleh angka  $t_{tabel}=1,662$ . Dari hasil pengolahan SPSS versi 22 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,646 > t_{tabel}$  sebesar  $1,662$  dengan taraf signifikan dibawah 5% artinya  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, hipotesis adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap

kepuasan konsumen Michis Resto Kudus terbukti signifikan dan diterima.

- b. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,05$  dan dengan derajat kebebasan  $df (n-k-1) = 90-2-1=87$  dan diperoleh angka  $t_{tabel}=1,662$ . Dari hasil pengolahan SPSS versi 22 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,599 > t_{tabel}$  sebesar  $1,662$  dengan taraf signifikan dibawah 5% artinya  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Michis Resto Kudus terbukti signifikan dan diterima.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi merupakan alat ukur untuk mengukur besarnya sambungan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Adapun hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,575 <sup>a</sup>	,331	,316	1,855	1,962

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

*Sumber olah data, 2018*

Dari tabel model summary di atas dapat diketahui bahwa nilai RSquare sebesar 0,331. Oleh karena itu, uji koefisiensi determinasi ini diperoleh dari perhitungan regresi linear berganda, maka koefisiensi determinasi sebesar 0,331 atau  $R^2 \times 100\%$  sebesar 33,10%. Dari nilai tersebut memiliki implikasi bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Michis Resto Kudus sebesar 33,10% dan sisanya 66,90% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model yang dimasukkan dalam penelitian ini.

## **G. Pembahasan dan Analisis**

### **1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Michis Resto Kudus**

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai t hitung untuk kualitas produk sebesar 2,646 dengan signifikansi sebesar 0,010, sedangkan nilai t tabel diketahui sebesar 1,662 sehingga nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila kualitas produk ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ndaru Prasastono dan Sri Yulianto Fajar Pradana mengenai “Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kentucky fried chicken semarang candi”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terhadap kualitas produk dengan tingkat signifikansi 5% dengan

nilai  $t$  hitung = 9,354 > tabel = 1,99 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Michis Resto Kudus

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai  $t$  hitung untuk kualitas pelayanan sebesar 3,599 dengan signifikansi sebesar 0,001, sedangkan nilai  $t$  tabel diketahui sebesar 1,662 sehingga nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin ditingkatkan kualitas pelayanan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Grefie Lumintang dan Rotinsulu Jopie J. "Analisis kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada *holland bakery boulevard* manado". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa angka  $t$  hitung sebesar 2,377 dan  $t$  tabel sebesar 1,984. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan signifikan 0,019.

## 3. Implikasi Penelitian

Melihat hasil pengujian hipotesis penelitian di atas, maka terdapat implikasi penelitian baik secara teoritik maupun secara praktik, yaitu:

### a. Teoritik

Implikasi teoritik dari penelitian ini adalah sebagai dukungan empiris adanya kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Untuk

penelitian selanjutnya, penelitian ini bisa dijadikan sebagai rujukan atau referensi dalam penelitian.

b. Praktik

Implikasi praktik dari penelitian ini yaitu penelitian ini semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu kewirausahaan khususnya tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada Rumah Makan Michis Resto Kudus dalam menciptakan nilai tambah dalam produksi berikutnya.

