

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan eksplansi yang dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu restoran McDonald's di Kota Medan dan dilaksanakan sejak Maret 2022 sampai dengan April 2022.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono dalam (Imron, 2019) mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan berdasarkan. Berdasarkan pengertian populasi yang dijelaskan di atas, maka peneliti menjadikan konsumen McDonald's di Kota Medan, yakni konsumen restoran McDonald's di Jl. William Iskandar.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari pihak restoran bahwa jumlah pengunjung *dine in* McDonald's pada bulan Januari dan Februari tahun 2022 yaitu sebanyak tiga ratus (300) orang per harinya. Apabila dikalkulasikan dalam lima puluh sembilan (59) hari yakni pada bulan Januari dan Februari, maka total jumlah pengunjung yang menikmati layanan *dine in* adalah sebanyak tujuh belas ribu tujuh ratus (17.700).

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki sebuah populasi yang sudah ditentukan. Apabila populasi dari sebuah penelitian terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada di dalam populasi karena beberapa hal seperti dana, tenaga dan waktu, maka peneliti harus menggunakan sampel yang harus diambil dari populasi dan harus bersifat *representative* (mewakili). Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dalam bentuk *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik

pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. (Armanto, 2018). Adapun kriteria-kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan konsumen McDonald's pengguna layanan *dine in*.
2. Responden merupakan konsumen berusia 17–40 tahun yang dianggap mampu untuk menggambarkan tingkat kepuasannya terhadap suatu hal.

Dalam penelitian ini, akan menggunakan rumus Slovin dalam menentukan sampel yang akan digunakan dengan rumus Slovin nya sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N=JumlahPopulasi

e = *error tolerance* (0.1)

Maka dengan menggunakan rumus tersebut diatas, maka sampel yang diperoleh dari data populasi yang sudah diberitahu, hasilnya adalah sebagi berikut :

$$n = \frac{17.700}{1+17.700 \times 0.1^2}$$

$$n = \frac{17.700}{178}$$

$$n = 99,43$$

Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus slovin, diperoleh jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini sebanyak 99,43. Angka ini dapat dibulatkan, maka total sampel yang diperoleh adalah sebanyak 100 orang.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam penyelesaian sebuah penelitian, seorang peneliti harus mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan mengklasifikasikan jenis data. Supriyono dalam (Ridoanto, Mislinawati and Triaudi, 2020) menyatakan bahwa terdapat dua cara yang dapat dilakukan untuk memperoleh data berdasarkan sumber data seperti yang dijelaskan di bawah ini:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari pihak pertama atau sumber asli. Data ini secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan. Data

primer dapat berupa pendapat subjek penelitian (orang), baik secara individu maupun secara kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian dan hasil pengujian. Pada penelitian ini, data primer diperoleh dari kegiatan wawancara terhadap karyawan restoran McDonald's.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, dapat melalui media perantara. Pada umumnya, data ini berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun. Baik yang sudah dipublikasi maupun yang tidak dipublikasi. Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari situs resmi McDonald's Indonesia untuk memperoleh daftar restoran yang tersebar di Kota Medan dan informasi-informasi mengenai kebijakan-kebijakan yang ditetapkan McDonald's selama masa *new normal* selama pandemi covid 19.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, seperti yang dijelaskan di bawah ini:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data dengan menggunakan survei baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap subjek penelitian yang sudah ditentukan. Wawancara memiliki tujuan untuk memperoleh informasi dan pembenaran dari pihak yang menjadi subjek penelitian. Dengan metode wawancara peneliti berkesempatan untuk mengeksplorasi informasi yang lebih lengkap dan data yang valid (Revida, 2021).

2. Daftar Pertanyaan (Kuesioner)

Teknik pengumpulan data dengan metode ini adalah teknik dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan ataupun kuesioner kepada responden yang sesuai dengan tujuan responden dapat memberikan tanggapan yang terbaik menurut pendapat masing-masing sesuai dengan pertanyaan yang diajukan. Yang menjadi fokus utama

dalam menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif adalah tanggapan responden yang dapat dikuantifikasikan sehingga data yang diperoleh kemudian dapat diolah dengan statistik. Tanggapan responden yang menyimpang dari itu tidak dihiraukan. Menurut Sugiyono dalam (Ariani, Sinaga and Thamrin, 2017) teknik mengumpulkan data dengan cara ini adalah cara yang sangat efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang hendak diukur dan mengetahui apa saja yang dapat diharapkan dari responden.

3. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi dalam sebuah penelitian diartikan sebagai pemfokusan terhadap sebuah objek dengan seluruh indra untuk memperoleh data yang diperlukan. Terdapat beberapa alat yang dapat digunakan dalam melakukan pengambilan data dengan teknik observasi, diantaranya pedoman pengamatan, tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara (Alhamid and Anafia, 2019). Berdasarkan pengertian tersebut, maka peneliti akan menggunakan observasi jenis *participant* (partisipan). Observasi *participant* (partisipan) pada umumnya digunakan untuk menyelidiki perilaku individu dalam menanggapi situasi sosial, fenomena sosial, cara hidup dalam masyarakat dan lain sebagainya.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau pun nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari untuk kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat dua variabel yang terdapat dalam penelitian ini diantaranya :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent* (pendahulu). Variabel ini merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Adapun variabel *independent* (bebas) dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X).

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel ini sering disebut sebagai output atau konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel *independent* (bebas). Adapun variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

3.7 Operasionalisasi Variabel

Variabel bebas (X) yaitu kualitas layanan dan variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen. Masing-masing memiliki dimensi dan indikator yang berbeda-beda seperti yang diuraikan dalam (Nasti, 2020) yaitu terdapat 5 dimensi variabel kualitas layanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance* dan 3 dimensi variabel kepuasan konsumen yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasi. Kedua variabel dalam penelitian ini dijelaskan lebih lanjut pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 1 Tabel Operasional

No	Varabel Penelitian	Dimensi	Indikator
1	Kualitas Layanan (X) adalah suatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan atau kebutuhan pelanggan dimana layanan dapat dikatakan berkualitas jika dapat menyediakan	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Tangible</i> (berwujud)2. <i>Reliability</i> (kehandalan)3. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan)4. <i>Assurance</i> (jaminan)5. <i>Empathy</i> (empati)	<ol style="list-style-type: none">1. Penampilan karyawan dalam melayani konsumen, kenyamanan tempat melakukan pelayanan, kemudahan akses konsumen dalam permohonan pelayanan.2. Kecermatan karyawan dalam melayani, memiliki standar pelayanan yang jelas, keahlian karyawan dalam penggunaan alat bantu dalam proses pelayanan.3. Merespon setiap konsumen yang ingin memperoleh pelayanan, karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, keluhan-keluhan konsumen direspon dengan baik oleh karyawan.4. Karyawan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, karyawan memberikan legalitas dalam

	produk dan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Nasti, 2020).		pelayanan, karyawan memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan. 5. Karyawan melayani dengan sikap ramah, karyawan melayani dengan sikap sopan santun, karyawan melayani dengan sikap tidak diskriminatif (membedakan).
2	Kepuasan Konsumen (Y) adalah respon emosional dari hasil tanggapan konsumen atas konsumsi produk atau layanan tertentu (Nasti, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Layanan yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan konsumen, Fasilitas yang diperoleh sesuai atau melebihi harapan konsumen. 2. Konsumen memiliki minat kembali menggunakan layanan karena memuaskan, Konsumen berminat kembali menggunakan layanan karena manfaat yang diperoleh lebih dari harapan. 3. Menyarankan kerabat untuk mengonsumsi produk/jasa karena layanan yang ditawarkan memuaskan, menyarankan kerabat untuk mengonsumsi karena fasilitas yang disediakan memadai.

Penelitian ini menggunakan skala *likert* sebagai metode untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial yang terjadi. Dalam penelitian, fenomena sosial ini sudah ditetapkan sebelumnya secara spesifik oleh peneliti yang kemudian ditetapkan sebagai variabel penelitian. Dalam skala *likert*, variabel yang hendak diukur akan ditetapkan menjadi indikator variabel lalu kemudian dijadikan sebagai tolok ukur untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan. Oleh karena itu skala *likert* ini lebih fleksibel, tidak terbatas untuk pengukuran sikap saja tetapi untuk mengukur persepsi responden terhadap fenomena lainnya.

Maka untuk mengukur tingkat kepuasan responden, telah akan disediakan 5 (lima) jenis jawaban dalam bentuk skor yang menggambarkan jawaban yang lebih dekat dengan perspektif respondennya. 5 (lima) jenis alternatif yang dimaksud

antara lain:

1. Nilai 5 (lima) bila jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Nilai 4 (empat) bila jawaban Setuju (S)
3. Nilai 3 (tiga) bila jawaban Kurang Setuju (KS)
4. Nilai 2 (dua) bila jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Nilai 1 (satu) bila jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kualitas Layanan (X) : <i>Tangible</i>						
1	Karyawan berpenampilan rapi,bersih dan mengenakan atribut protokol kesehatan.					
2	Penyediaan mesin <i>self order</i> untuk membantu Mengurangi kontak.					
3	Seluruh area makan tertata rapi, bersih dan jarak aman pada area makan terjaga.					
Kualitas Layanan (X) : <i>Reliability</i>						
4	Penyampaian pelayanan sesuai pesanan konsumen dan tepat waktu					
5	Karyawan menyajikan pesanan yang sesuai dengan permintaan konsumen dengan tepat waktu.					
6	Karyawan segera menanggapi keluhan konsumen apabila terjadi kesalahan pesanan atau tidak sesuai dengan protokol kesehatan.					
Kualitas Layanan (X) : <i>Responsiveness</i>						
7	Ketika restoran dalam keadaan penuh, karyawan dapat tetap mempertahankan stabilitas kecepatan dan menjaga kebersihan.					

8	Karyawan tetap memastikan konsumen mengikuti peraturan jaga jarak meski dalam keadaan waktu pengunjung sedang tinggi.					
9	Pihak restoran memastikan bahwa seluruh fasilitas dapat digunakan dengan baik dan memiliki stok persediaan perlengkapan kesehatan seperti air bersih yang mengalir, <i>tissue, hand sanitizer</i> .					
Kualitas Layanan (X) : <i>Assurance</i>						
10	Karyawan mampu menjawab dengan baik dan jelas apabila terdapat pertanyaan dari konsumen yang menghadapi kesulitan selama di dalam restoran.					
11	Karyawan dapat membuat konsumen merasa nyaman dan aman ketika melakukan transaksi mulai dari pemesanan, pembayaran, menyantap hidangan hingga pulang dengan memastikan setiap fasilitas bersih dan memastikan tidak terjadi antrean yang panjang untuk menjaga jarak aman.					
12	Karyawan ahli dalam melayani konsumen meskipun mengenakan atribut protokol kesehatan.					
Kualitas Layanan (X) : <i>Empathy</i>						
13	Karyawan peka terhadap kebutuhan konsumen (memberikan perhatian personal kepada pelanggan. Contoh : membersihkan sampah makanan dari meja konsumen yang telah Menyelesaikan makanannya.					
14	Karyawan membuat konsumen yang sedang melakukan <i>dine in</i> merasa dihargai dan dihormati saat melakukan kebersihan pada area makan.					

15	Karyawan memastikan kembali bahwa tidak terjadi kesalahan dalam pelayanan saat mengantarkan pesanan ke meja-meja konsumen.					
Kepuasan Konsumen (Y) : Kesesuaian Harapan						
16	Pelayanan yang diberikan khususnya pada layanan <i>dine in</i> sudah sesuai dengan protokol kesehatan yang dicantumkan pada website resmi McDonald's mengenai aturan baru selama <i>new normal</i> .					
17	Tempat makan dan menu yang dihidangkan terjaga kebersihannya.					
18	Pihak restoran mampu menyeimbangkan kuota pengunjung khususnya pengguna layanan <i>dine in</i> agar tetap menjaga jarak aman.					
Kepuasan Konsumen (Y) : Minat Berkunjung Kembali						
19	Konsumen bersedia berkunjung kembali untuk menikmati hidangan menu di restoran McDonald's.					
20	Restoran McDonald's menjadi salah satu restoran makanan cepat saji favorit untuk dikunjungi selama masa <i>new normal</i> .					
21	Pada masa <i>new normal</i> , restoran McDonald's menjadi pilihan terbaik untuk menikmati makanan cepat saji.					
Kepuasan Konsumen (Y) : Kesiediaan Merekomendasikan						
22	Bersedia mengajak kerabat untuk melakukan <i>dine in</i> di restoran McDonald's karena					

	pengalaman yang didapatkan sangat memuaskan.					
23	Bersedia memberikan penilaian yang baik di ulasan atau merekomendasikan restoran kepada kerabat.					
24	Bersedia memperkenalkan restoran McDonald's sebagai restoran makanan cepat saji yang bersih dengan aturan kesehatan, nyaman dan aman dikunjungi selama masa <i>new normal</i> .					

Link Kuesioner dalam Google Form : <https://forms.gle/Xuq4Ue1bh1N8nwdq6>

Sumber: Penulis (2022)

3.8 Instrumen Penelitian

Penelitian jenis kuantitatif, terdapat kriteria utama terhadap data hasil penelitiannya yaitu valid, reliabel dan obyektif. Oleh karena itu, peneliti harus melakukan pengujian instrumen membuktikan bahwa data yang diperoleh adalah data yang valid dan tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data sesungguhnya yang terjadi pada obyek penelitian dengan dua cara diantaranya:

1. Uji Validitas

Uji validitas berkaitan dengan instrumen yang digunakan untuk mengukur sesuatu indikator apakah itu memang dapat mengukur secara tepat sesuatu yang hendak diukur tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan pengujian validitas konstruk atau *construct validity* yaitu dengan memastikan apakah butir-butir pertanyaan dalam instrumen itu telah sesuai dengan konsep keilmuan yang bersangkutan dengan begitu butir-butir yang bersangkutan dapat dipertanggungjawabkan. Dasar-dasar dalam pengambilan keputusan dalam menguji validitas kuesioner adalah :

- Jika r-hitung positif (+) data r-hitung > r-tabel, maka variabel tersebut valid

- Jika $r\text{-hitung}$ negatif (-) data $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang menjadi indikator variabel dari sebuah penelitian. Hasil kuesioner tersebut dikatakan reliabel apabila respon dari satu sampel atas pernyataan yang diberikan konsisten dan bersifat stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas diuji dengan *Cronbach Alpha*. *Cronbach alpha* merupakan suatu ukuran keandalan dengan kisaran nilai nol hingga satu. Koefisien *Cronbach alpha* yang >0.60 menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen. Apabila koefisien *Cronbach alpha* <0.60 atau menunjukkan mendekati 1, memiliki arti bahwa semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan analisis yang dilakukan dengan tujuan menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear terdapat asumsi klasik untuk menentukan kelayakan suatu model dalam sebuah penelitian. Uji asumsi klasik yang diaplikasikan dalam penelitian ini adalah uji normalitas. Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk menilai sebaran data pada suatu kelompok data maupun variabel dan memastikan data berdistribusi normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas data, dilakukan juga dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* untuk menilai signifikansi untuk kemudian dapat menentukan data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal dengan ketentuan jika nilai signifikasni $> 5\%$ atau 0.05 maka data tersebut mempunyai distribusi normal, namun jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* $< 5\%$ atau 0.05 maka data tersebut mempunyai distribusi tidak normal (Mulyono, 2019). Salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam analisis regresi adalah residual harus berdistribusi normal, distribusi normal ditandai dengan terbentuknya satu grafis lurus diagonal dan plotting data residual normal kemudian akan dibandingkan dengan grafis diagonal, secara singkat, normalitas dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau melihat histogram dari residualnya (Aldi *et al.*, 2021).

3.10 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah metode analisis data yang bersifat kuantitatif yakni penelitian yang berkaitan erat dengan data numerik yang bersifat ordinal dengan tujuan penelitian. Hasil analisis kuantitatif akan disajikan dalam bentuk numerik atau angka-angka dengan perhitungan statistik yang pada penelitian ini menggunakan *program IBM SPSS Statistics* versi 22 untuk menganalisis data dengan metode Analisis Regresi Linear Sederhana. Metode analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk mengukur pengaruh antara satu variabel X (variabel bebas) terhadap variabel Y (variabel terikat). Adapun rumus atau persamaan yang digunakan untuk analisis regresi linear sederhana yang dimaksud di atas adalah:

$$Y=a+bX+e$$

Dengan keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi (kemiringan)

X = Kualitas Layanan *dine in*

e = Standar error

3.11 Pengujian Hipotesis dengan Uji T

Dalam penelitian ini, hipotesis penelitian akan diuji dengan uji parsial atau uji t hitung. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperlihatkan apakah variabel penelitian bebas (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Apabila pengujian menghasilkan nilai signifikansi <5% atau 0.05 maka suatu variabel bebas (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) dan apabila hasil nilai signifikansi dari pengujian ini > 5% atau 0.05 maka suatu variabel bebas (X) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

3.12 Uji Koefisien Determinasi R-Square (R^2)

Pada (Imron, 2019) dijelaskan bahwa koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan dengan tujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat (Y). Nilai dari koefisien determinasi (R Square) ini bertujuan untuk memperkirakan dan melihat besar dari

pengaruh dari variabel bebas (X) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (Y). Nilai R Square berada dalam rentang 0 hingga 1. Apabila nilai nya > 0.5 atau mendekati 1 maka pengaruh variabel bebas (X) semakin kuat atau signifikan terhadap variabel terikat (Y) dan juga sebaliknya apabila nilai R Square < 0.5 atau mendekati 0 maka pengaruh variabel bebas (X) semakin kecil atau tidak signifikan terhadap variabel terikat (Y).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini mengambil total sampel atau responden sebanyak 100 orang yang sebelumnya sudah ditentukan dengan menggunakan rumus slovin. Sampel yang diambil adalah sampel yang memenuhi kriteria-kriteria konsumen *dine in* McDonald's pada bulan Januari sampai dengan Februari 2022 seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya.

4.1.1 Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	47	47%
2	Perempuan	53	53%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan uraian pada tabel 4.1 ditunjukkan bahwa 100 responden yang menjadi sampel terdiri dari laki-laki yang berjumlah 47 orang atau 47% dan perempuan yang berjumlah 53 orang atau 53%, maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini, responden yang lebih dominan adalah perempuan.

4.1.2 Kelompok Usia

Tabel 4. 2 Kelompok Usia Responden

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
1	16 – 24 tahun	28	28%
2	25 – 33 tahun	39	39%
3	34 -42 tahun	26	26%
4	>42 tahun	7	7%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel 4.2 ditunjukkan bahwa dari total 100 responden terdapat 28% atau sebanyak 28 orang responden yang berada dikisaran usia 16 – 24 tahun, 39% atau

sebanyak 39 orang responden yang berada dikisaran usia 25 – 33 tahun, 26% atau sebanyak 26 orang responden berada dikisaran usia 33 – 42 tahun dan 7% atau sebanyak 7 orang responden yang berada dikisaran usia diatas 42 tahun.

4.1.3 Status Pekerjaan

Tabel 4. 3 Status Pekerjaan Responden

No	Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa	18	18%
2	Karyawan	24	24%
3	Wiraswasta	26	26%
4	PNS	8	8%
5	Lainnya	24	24%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel 4.3 ditunjukkan bahwa dari total 100 responden terdapat 18% atau sebanyak 18 orang memiliki status pekerjaan sebagai mahasiswa, 24% atau sebanyak 24 orang memiliki status pekerjaan sebagai karyawan, 26% atau sebanyak 26 orang memiliki status pekerjaan sebagai wiraswasta, 8% atau sebanyak 8 orang memiliki status pekerjaan sebagai PNS dan terdapat 24% atau sebanyak 24 orang masuk dalam kategori lainnya.

4.2 Jawaban Responden Terhadap Variabel Penelitian

4.2.1 Variabel Kualitas Layanan (X)

Berikut ini merupakan jawaban 100 responden terhadap variabel kualitas layanan (X):

Tabel 4. 4 Jawaban Variabel Kualitas Layanan

Kualitas Layanan		Jawaban					Frekuensi atau Persentase
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Tangible (Berwujud)							
X.1	Karyawan berpenampilan rapi, bersih dan mengenakan atribut protokol kesehatan.	0	0	6	88	6	100
	Valid Percent	0	0	6%	88%	6%	100%

X.2	Penyediaan mesin <i>self order</i> untuk membantu mengurangi kontak.	0	1	1	80	18	100
Valid Percent		0	1%	1%	80%	18%	100%
X.3	Seluruh area makan tertata rapi, bersih dan jarak aman pada area makan terjaga.	0	2	12	67	19	100
Valid Percent		0	2%	12%	67%	19%	100%
Reliability (Kehandalan)							
X.4	Pelayan tetap melayani dengan ramah seperti memberi salam pada konsumen yang hendak masuk restoran dan keluar dari restoran.	0	3	8	59	30	100
Valid Percent		0	3%	8%	59%	30%	100
X.5	Karyawan menyajikan pesanan yang sesuai dengan permintaan konsumen dengan tepat waktu dan memberikan pelayanan yang higienis.	1	4	11	48	36	100
Valid Percent		1%	4%	11%	48%	36%	100
X.6	Karyawan segera menanggapi keluhan konsumen apabila terjadi kesalahan pesanan atau tidak sesuai dengan protokol kesehatan.	0	5	6	54	35	100
Valid Percent		0	5%	6%	54%	35%	100
Responsiveness (Ketanggapan)							
X.7	Ketika restoran dalam keadaan penuh, karyawan dapat tetap mempertahankan stabilitas kecepatan dan menjaga kebersihan.	0	3	4	62	31	100
Valid Percent		0	3%	4%	62%	31%	100%
X.8	Karyawan tetap memastikan konsumen mengikuti peraturan jaga jarak meski dalam keadaan waktu pengunjung sedang tinggi.	0	7	6	63	24	100
Valid Percent		0	7%	6%	63%	24%	100%
X.9	Pihak restoran memastikan bahwa seluruh fasilitas dapat digunakan dengan baik dan memiliki stok persediaan perlengkapan kesehatan seperti air bersih yang mengalir, <i>tissue</i> , <i>hand sanitizer</i> .	1	4	8	67	20	100
Valid Percent		1%	4%	8%	67%	20%	100%
Assurance (Jaminan)							

X.10	Karyawan mampu menjawab dengan baik dan jelas apabila terdapat pertanyaan dari konsumen yang menghadapi kesulitan selama di dalam restoran.	0	4	5	66	25	100
Valid Percent		0	4%	5%	66%	25%	100%
X.11	Karyawan dapat membuat konsumen merasa nyaman dan aman ketika melakukan transaksi mulai dari pemesanan, pembayaran, menyantap hidangan hingga pulang dengan memastikan setiap fasilitas bersih dan memastikan tidak terjadi antrean yang panjang untuk menjaga jarak aman.	0	2	7	58	34	100
Valid Percent		0	2%	7%	58%	34%	100%
X.12	Karyawan ahli dalam melayani konsumen meskipun mengenakan atribut protokol kesehatan.	0	0	5	63	32	100
Valid Percent		0	0	5%	63%	32%	100%
Empathy (Empati)							
X.13	Karyawan peka terhadap kebutuhan konsumen (memberikan perhatian personal kepada pelanggan. Contoh : membersihkan sampah makanan dari meja konsumen yang telah menyelesaikan makanan nya).	0	2	2	70	26	100
Valid Percent		0	2%	2%	70%	26%	100%
X.14	Karyawan membuat konsumen yang sedang melakukan dine in merasa dihargai dan dihormati saat melakukan kebersihan pada area makan.	1	4	2	67	26	100
Valid Percent		1%	4%	2%	67%	26%	100%
X.15	Karyawan memastikan kembali bahwa tidak terjadi kesalahan dalam pelayanan saat mengantarkan pesanan ke meja- meja konsumen.	0	2	6	56	36	100
Valid Percent		0	2%	6%	56%	36%	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.4 terdapat beberapa butir pertanyaan yang memiliki tingkat persentase TS (tidak setuju) yang tinggi ada pada indikator *Responsiveness* (ketanggapan) khususnya pada pernyataan

karyawan tetap memastikan konsumen mengikuti peraturan jaga jarak meski dalam keadaan waktu pengunjung sangat tinggi (X.8) yakni sebesar 7%.

Sementara pada indikator *Tangible* (berwujud) pada pernyataan karyawan berpenampilan rapi, bersih dan mengenakan atribut protokol kesehatan (X.1) memiliki tingkat S (setuju) yaitu sebesar 88% dan SS (sangat setuju) memiliki dengan persentase tertinggi pada indikator *Reliability* (kehandalan) yaitu sebesar 36% pada pernyataan karyawan menyajikan pesanan yang sesuai dengan pesanan konsumen dengan tepat waktu dan memberikan pelayanan yang higienis (X.5).

4.2.2 Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4. 5 Jawaban Variabel Y

Kepuasan Konsumen		Jawaban					Frekuensi atau Persentase
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Kesesuaian Harapan							
Y.1	Pelayanan yang diberikan khususnya pada layanan dine in sudah sesuai dengan protokol kesehatan yang dicantumkan pada website resmi McDonald's mengenai aturan baru selama <i>new normal</i> .	0	0	7	61	32	100
Valid Percent		0	0	7%	61%	32%	100%
Y.2	Tempat makan dan menu yang dihidangkan terjaga kebersihannya.	0	0	2	4	5	100
Valid Percent		0	0	2%	4%	5%	100%
Y.3	Pihak restoran mampu menyeimbangkan kuota pengunjung khususnya pengguna layanan <i>dine in</i> agar tetap menjaga jarak aman.	0	1	2	74	23	100
Valid Percent		0	1%	2%	74%	23%	100%
Minat Berkunjung Kembali							
Y.4	Konsumen bersedia berkunjung kembali untuk menikmati hidangan menu di restoran McDonald's selama <i>new normal</i> karena pelayanan yang diperoleh	0	4	3	71	22	100

	selama <i>dine in</i> sudah memuaskan.						
Valid Percent		0	4%	3%	71%	22%	100
Y.5	Restoran McDonald's menjadi salah satu restoran makanan cepat saji favorit untuk dikunjungi selama masa <i>new normal</i> karena harapan konsumen atas pelayanan <i>dine in</i> yang dilakukan restoran sudah sesuai.	0	1	7	63	29	100
Valid Percent		0	1%	7%	63%	29%	100
Y.6	Pada masa <i>new normal</i> , restoran McDonald's menjadi pilihan terbaik untuk menikmati makanan cepat saji karena pelayanan yang diberikan pada layanan <i>dine in</i> lebih baik diantara restoran sejenis lain nya.	0	0	12	63	25	100
Valid Percent		0	0	12%	63%	25%	100
Kesediaan Merekomendasi							
Y.7	Bersedia mengajak kerabat untuk melakukan <i>dine in</i> di restoran McDonald's karena pengalaman yang didapat sangat memuaskan.	0	0	5	68	27	100
Valid Percent		0	0	5%	68%	27%	100%
Y.8	Bersedia memberikan penilaian yang baik di ulasan atau merekomendasikan restoran kepada kerabat.	0	0	6	61	33	100
Valid Percent		0	0	6%	61%	33%	100%
Y.9	Bersedia memperkenalkan restoran McDonald's sebagai restoran makanan cepat saji yang bersih dengan aturan kesehatan, nyaman dan aman dikunjungi selama masa <i>new normal</i> .	0	0	3	67	31	100
Valid Percent		0	0	3%	67%	31%	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.5 terdapat beberapa butir

pertanyaan yang memiliki tingkat jawaban S (setuju) yang tinggi pada indikator kesesuaian harapan yaitu pada pernyataan pihak restoran mampu menyeimbangkan kuota pengunjung khususnya pengguna layanan *dine in* agar tetap menjaga jarak (Y.3) yaitu sebesar 74%.

Sementara itu pada indikator kesediaan merekomendasi pada pernyataan bersedia memberikan penilaian yang baik di ulasan atau merekomendasikan restoran kepada kerabat (Y.8) dengan tingkat jawaban S (setuju) dan SS (sangat setuju) sebesar 61% dan 33%.

4.3 Hasil Uji Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari setiap butir-butir pertanyaan yang disusun dalam kuesioner penelitian. Pada uji ini akan menggunakan *software SPSS 22 for windows* dengan syarat apabila hasil uji menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel maka alat ukur atau indikator yang ditetapkan sudah valid, dimana r tabel akan ditentukan dengan menggunakan persamaan di bawah ini:

$$df = (n-2)$$

$$df = (100-2) = 98$$

Pada persamaan di atas diperoleh nilai df sebesar 98 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,025. Maka nilai r tabel nya adalah sebesar 0,1654. Berikut ini merupakan hasil uji validitas pada setiap variabel seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Pre-Test

No	Variabel	Indikator	No Butir	R Hitung	R Tabel	Ket
1	Kualitas Layanan	<i>Tangible</i> (berwujud)	X.1	0,939	0,3061	VALID
			X.2	0,939	0,3061	VALID
			X.3	0,939	0,3061	VALID
		<i>Reliability</i> (kehandalan)	X.4	0,926	0,3061	VALID
			X.5	0,926	0,3061	VALID
			X.6	0,746	0,3061	VALID
		<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	X.7	0,939	0,3061	VALID
			X.8	0,939	0,3061	VALID
			X.9	0,926	0,3061	VALID

		<i>Assurance</i> (jaminan)	X.10	0,939	0,3061	VALID
			X.11	0,926	0,3061	VALID
			X.12	0,939	0,3061	VALID
		<i>Empathy</i> (empati)	X.13	0,926	0,3061	VALID
			X.14	0,939	0,3061	VALID
			X.15	0,926	0,3061	VALID
2	Kepuasan Konsumen	Kesesuaian Harapan	Y.1	0,907	0,3061	VALID
			Y.2	0,688	0,3061	VALID
			Y.3	0,472	0,3061	VALID
		Minat Berkunjung Kembali	Y.4	0,907	0,3061	VALID
			Y.5	0,581	0,3061	VALID
			Y.6	0,907	0,3061	VALID
		Kesediaan Merekomendasi	Y.7	0,431	0,3061	VALID
			Y.8	0,521	0,3061	VALID
			Y.9	0,907	0,3061	VALID

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel 4.6 ditunjukkan bahwa hasil uji pre-test dengan menggunakan r tabel sebesar 0,3061 dan apabila dikembalikan pada ketentuan pengujian yaitu jika r hitung memiliki nilai positif dan lebih besar dari 0,3061 maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada variabel bebas dan variabel terikat yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen dinyatakan valid.

Setelah dilakukan uji pre-test dan indikator variabel valid maka dapat dilakukan uji validitas data akhir menggunakan sampel sebesar 100 seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Post Test

No	Variabel	Indikator	No Butir	R Hitung	R Tabel	Ket
1	Kualitas Layanan	<i>Tangible</i> (berwujud)	X.1	0,251	0,1654	VALID
			X.2	0,405	0,1654	VALID
			X.3	0,458	0,1654	VALID
		<i>Reliability</i> (kehandalan)	X.4	0,451	0,1654	VALID
			X.5	0,591	0,1654	VALID
			X.6	0,599	0,1654	VALID
		<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	X.7	0,501	0,1654	VALID
			X.8	0,628	0,1654	VALID
			X.9	0,485	0,1654	VALID
		<i>Assurance</i>	X.10	0,484	0,1654	VALID

2	Kepuasan Konsumen	(jaminan)	X.11	0,345	0,1654	VALID
			X.12	0,367	0,1654	VALID
		<i>Empathy</i> (empati)	X.13	0,545	0,1654	VALID
			X.14	0,488	0,1654	VALID
			X.15	0,488	0,1654	VALID
		Kesesuaian Harapan	Y.1	0,652	0,1654	VALID
			Y.2	0,626	0,1654	VALID
			Y.3	0,537	0,1654	VALID
		Minat Berkunjung Kembali	Y.4	0,432	0,1654	VALID
Y.5	0,441		0,1654	VALID		
Y.6	0,514		0,1654	VALID		
Kesediaan Merekomendasi	Y.7	0,342	0,1654	VALID		
	Y.8	0,652	0,1654	VALID		
	Y.9	0,626	0,1654	VALID		

Sumber: Data diolah (2022)

Pada uji validitas di tabel 4.7 ditunjukkan bahwa nilai r tabel sebesar 0,1654 dan bernilai positif. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada variabel bebas dan terikat yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen dinyatakan valid karena setiap butir pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,1654 dan bernilai positif. Sehingga kesimpulan yang diambil dalam uji ini adalah bahwa setiap variabel dalam kuesioner layak mengukur variabel penelitian.

4.3.2 Uji Realibilitas

Uji ini digunakan untuk melakukan pengukuran konsistensi dari sebuah alat ukur atau instrumen yang digunakan dengan metode *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,6; maka alat ukur / instrumen penelitian / kuesioner yang digunakan sudah reliabel.

Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Pre-test

No	Variabel	Indikator	No Butir	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Ket
1	Kualitas Layanan	<i>Tangible</i> (berwujud)	X.1	0,984	0,985	0,6	Reliabel
			X.2	0,984	0,985	0,6	Reliabel
			X.3	0,984	0,985	0,6	Reliabel
		<i>Reliability</i> (kehandalan)	X.4	0,984	0,985	0,6	Reliabel
			X.5	0,984	0,985	0,6	Reliabel
			X.6	0,987	0,985	0,6	Reliabel

2	Kepuasan Konsumen	<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	X.7	0,984	0,985	0,6	Reliabel	
			X.8	0,984	0,985	0,6	Reliabel	
			X.9	0,984	0,985	0,6	Reliabel	
		<i>Assurance</i> (jaminan)	X.10	0,984	0,985	0,6	Reliabel	
			X.11	0,984	0,985	0,6	Reliabel	
			X.12	0,984	0,985	0,6	Reliabel	
		<i>Empathy</i> (empati)	X.13	0,984	0,985	0,6	Reliabel	
			X.14	0,984	0,985	0,6	Reliabel	
			X.15	0,984	0,985	0,6	Reliabel	
		Kesesuaian Harapan	Minat Berkunjung Kembali	Y.1	0,835	0,874	0,6	Reliabel
				Y.2	0,861	0,874	0,6	Reliabel
				Y.3	0,891	0,874	0,6	Reliabel
			Kesesediaan Merekomendasi	Y.4	0,835	0,874	0,6	Reliabel
				Y.5	0,872	0,874	0,6	Reliabel
				Y.6	0,835	0,874	0,6	Reliabel
Kesesediaan Merekomendasi	Y.7		0,886	0,874	0,6	Reliabel		
	Y.8		0,876	0,874	0,6	Reliabel		
	Y.9		0,835	0,874	0,6	Reliabel		

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel 4.8 menunjukkan hasil uji reliabilitas pre-test yakni setiap indikator dalam variabel bebas dan terikat yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 9 Hasil Relibilitas Post-Test

No	Variabel	Indikator	No Butir	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Ket
1	Kualitas Layanan	<i>Tangible</i> (berwujud)	X.1	0,761	0,760	0,6	Reliabel
			X.2	0,752	0,760	0,6	Reliabel
			X.3	0,749	0,760	0,6	Reliabel
		<i>Reliabilit</i>	X.4	0,751	0,760	0,6	Reliabel

		y (kehanda lan)	X.5	0,738	0,760	0,6	Reliabel		
			X.6	0,735	0,760	0,6	Reliabel		
		<i>Respon</i> <i>si</i> <i>venes</i> (ketangg apan)	X.7	0,745	0,760	0,6	Reliabel		
			X.8	0,732	0,760	0,6	Reliabel		
			X.9	0,741	0,760	0,6	Reliabel		
		<i>Assuranc</i> <i>e</i> (jaminan)	X.10	0,747	0,760	0,6	Reliabel		
			X.11	0,761	0,760	0,6	Reliabel		
			X.12	0,756	0,760	0,6	Reliabel		
		<i>Empathy</i> (empati)	X.13	0,741	0,760	0,6	Reliabel		
			X.14	0,747	0,760	0,6	Reliabel		
			X.15	0,747	0,760	0,6	Reliabel		
		2	Kepua san Konsu men	Kesesuai an Harapan	Y.1	0,626	0,683	0,6	Reliabel
					Y.2	0,633	0,683	0,6	Reliabel
					Y.3	0,654	0,683	0,6	Reliabel
				Minat Berkunju ng Kembali	Y.4	0,686	0,683	0,6	Reliabel
Y.5	0,686				0,683	0,6	Reliabel		
Y.6	0,666				0,683	0,6	Reliabel		
Kesediaa n Rekome ndasi	Y.7			0,696	0,683	0,6	Reliabel		
	Y.8			0,627	0,683	0,6	Reliabel		
	Y.9			0,633	0,683	0,6	Reliabel		

Sumber: Data diolah (2022)

Pada tabel 4.9 menunjukkan hasil uji reliabilitas dengan total 100 responden

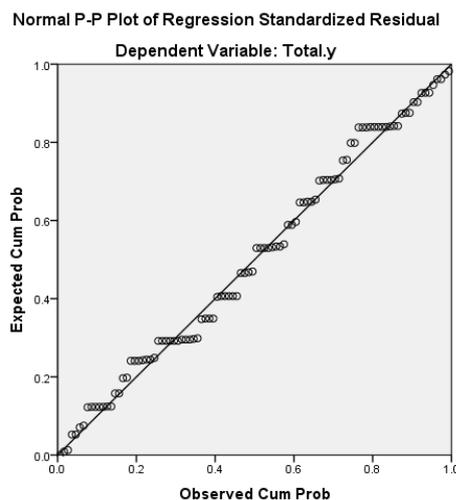
dan pengolahan data dengan software SPSS 22. Pengujian ini menunjukkan hasil yang reliabel pada kedua variabel bebas dan terikat yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen dimana *Cornbach's Alpha if Item Deleted* lebih dari 0,6 dan setiap *Cronbach's Alpha* variabel memiliki nilai reliabilitas lebih dari 0,6; maka setiap variabel dapat dinyatakan memiliki nilai reliabilitas yang baik.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan atau pengaruh dari dua variabel bebas dan terikat yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini akan menggunakan uji normalitas sebagai untuk melihat hubungan atau pengaruh kedua variabel tersebut.

4.4.1 Uji Normalitas

Uji ini akan menunjukkan hasil pengukuran apakah variabel bebas dan terikat yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen berdistribusi normal atau tidak.



Gambar4. 1 Hasil Uji Normalitas

Pada pengujian ini keputusan data dapat dinyatakan berdistribusi normal atau tidak normal mengacu pada standar pengambilan keputusan dimana apabila data menyebar di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal atau garis histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan data yang disajikan pada Gambar4.1, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dan terikat yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen telah berdistribusi normal.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15679519
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.062
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122 ^c

4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana pada penelitian ini bertujuan untuk menetapkan hubungan yang linear yang tercipta antara satu variabel bebas yaitu kualitas layanan (X) dan satu variabel terikat yaitu kualitas layanan (Y) seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	16.955	2.924		5.798	.000
	Total.X	.337	.047	.588	7.189	.000

a. Dependent Variable: Total.y

Pada tabel 4.11 di atas hasil pengolahan uji regresi sederhana memperoleh persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = 16.955 + 0,337X + e$$

1. Konstanta pada uji regresi linear sederhana ini sebesar 16.955 dan dapat dijelaskan bahwa nilai kualitas layanan sebesar 16.955 apabila kualitas layanan dengan kondisi yang konstan dan memiliki nilai nol maka

kepuasan konsumen sebesar 16.955.

2. Standar koefisien regresi dari kualitas layanan (X) adalah sebesar 0,337 dan memiliki nilai positif, hal ini berarti jika variabel kualitas layanan (X) *dine in McDonald's* pada masa *new normal* meningkat satu poin dan konstanta memiliki nilai nol, maka kepuasan konsumen (Y) akan layanan *dine in McDonald's* pada masa *new normal* meningkat sebesar 0,337.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Signifikansi t

Uji signifikansi dengan uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh secara signifikan dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat yakni kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dengan satu ketentuan apabila uji t menghasilkan nilai signifikansi $<0,05$; maka variabel bebas tersebut secara signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat maka H1 diterima, apabila terjadi sebaliknya atau apabila nilai signifikansi $>0,05$ maka H1 ditolak. Berikut ini persamaan yang diperoleh pada uji ini:

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= \frac{\alpha}{2} : (n - K - 1) \\ &= \frac{0,05}{2} : (100 - 1 - 1) \\ &= 0,025 ; 98 \end{aligned}$$

Keterangan:

α = Tingkat Kepercayaan

n = Jumlah Sampel

K = Jumlah Variabel X

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel Y sebesar 100 responden dengan jumlah variabel bebas (X) yang diteliti adalah satu arah sehingga berdasarkan ketentuan t tabel dengan tingkat signifikansi 0,025 adalah sebesar 1,984.

Tabel 4. 12 Hasil Uji t

Coefficients ^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.955	2.924		5.798	.000
Total.X	.337	.047	.588	7.189	.000

Dependent Variable: Total.y

Berdasarkan tabel 4.12 di atas maka dapat disimpulkan nilai t hitung sebesar 7,189 dengan hipotesis penelitian yaitu H1 kualitas layanan *dine in* McDonald's pada masa *new normal* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Apabila tabel uji t hitung disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku maka dapat disimpulkan H1 diterima dimana kualitas layanan berpengaruh parsial terhadap kepuasan konsumen karena t hitung kualitas layanan sebesar $7,189 > 1,984$ dan t tabel memiliki signifikansi sebesar $0,0 < 0,05$.

4.6.2 Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Pada uji ini koefisien determinasi menghitung total persentase varian variabel terikat (Y) yang ditunjukkan oleh variabel bebas (X) di dalam garis regresi seperti yang disajikan pada data hasil uji koefisien determinasi berikut:

Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.345	.339	2.16777

a. Predictors: (Constant), Total.X

b. Dependent Variable: Total.y

Berdasarkan sajian data pada tabel 4.13 maka dapat disimpulkan bahwa nilai R-square yang dihasilkan adalah sebesar 0,345 atau sebesar 34,5% sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas layanan (X) secara simultan berpengaruh

positif terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 34,5% dan sisanya sebesar 65,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi linear sederhana ini atau variabel yang tidak diteliti.

4.7 Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan *dine in* McDonald's pada masa *new normal* terhadap kepuasan konsumen. Setelah melakukan penelitian diperoleh data bahwa karakteristik responden nya menunjukkan angka 53% untuk responden perempuan dan 47% laki-laki maka dapat disimpulkan bahwa responden dominan berkarakteristik perempuan. Penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, pernyataan tersebut didasari oleh penelitian dan pengujian yang dilakukan. Adapun instrumen penelitian yang digunakan telah dinyatakan valid sehingga mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang memiliki nilai ukur dan kuesioner yang digunakan dinyatakan baik.

Hasil penelitian yang menunjukkan terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh dari hasil analisis uji regresi linear sederhana. Hasil uji t menunjukkan adanya pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan nilai T hitung lebih besar dari T tabel yakni $7,189 > 1,984$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan H1 diterima dimana terdapat pengaruh antara kualitas layanan *dine in* McDonald's pada masa *new normal* terhadap kepuasan konsumen. Pada hasil uji regresi linear sederhana, menunjukkan standar koefisien kualitas layanan (X) sebesar 0,337 dan memiliki nilai positif. Sehingga apabila variabel kualitas layanan (X) meningkat 1 poin, maka kepuasan konsumen naik atau meningkat sebesar 0,337.

Nilai R-Square yang dihasilkan pada uji determinasi R-Square adalah sebesar 34,5% sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas layanan (X) secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 34,5% sementara sisanya sebesar 65,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar persamaan regresi atau variabel yang tidak diteliti. Hasil pada penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu oleh (Nanincova, 2019) yang

menunjukkan hasil bahwa variabel kualitas memiliki pengaruh pada variabel kepuasan konsumen.