BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Setiap responden memiliki respon yang berbeda dalam menjawab instrument penelitian, sehingga diperlukan klasifikasi responden untuk mengetahui secara umum mengenai identitas responden seperti jenis kelamin, usia, serta jenis usahanya. Dalam penelitian ini, responden yang menjawab instrument penelitian ada sebanyak 97 responden.

5.1.1 Deskripsi Umur Responden

Tabel 5.1 Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	<20 Tahun	10	10,30%
2	20-29 Tahun	85	87,62%
3	30-39 Tahun	1	1,03%
4	41-50 Tahun	1	1,03%
5	>50 Tahun	0	0%
Jumlah		97	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah 2023

Berdasarkan table 5.1 diatas diketahui bahwa Sebagian besar umur responden adalah <20 tahun yang berjumlah 10 orang atau 10,30%. Dan untuk umur 20-29 tahun yang berjumlah 85 orang atau 87,62%. Dan umur 30-39 tahun yang berjumlah 1 orang atau 1,03%. Dan umur 41-50 tahun yang berjumlah 1 orang atau 1,03%. Sedangkan untuk umur >50 yang berjumlah 0 orang. Ini menunjukkan Sebagian besar pelanggan mang one didominasi oleh mahasiswa yang berumur 20-29 tahun.

5.1.2 Deskripsi Pekerjaan Responden

Tabel 5.2 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Mahasiswa	85	87,62%
2	Wiraswasta	2	2,06%
3	Pegawai Negeri	0	0%
4	Lainnya	10	10,30%
Jumlah		97	100%

Sumber :Data Kuesioner Diolah 2023

Berdasarkan table 5.2 diatas diketahui bahwa Sebagian besar pekerjaan responden adalah mahasiswa yang berjumlah 85 orang atau 87,62%. Dan untuk pekerjaan wiraswasta yang berjumlah 2 orang atau 2,06%. Dan untuk pekerjaan pegawai yang berjumlah 0. Serta untuk pekerjaan lainnya berjumlah 10 orang atau 10,30%. Ini menunjukkan Sebagian besar pelanggan mang one di dominasi oleh pelanggan yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa.

5.1.3 Deskripsi Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 5.3 Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SD	0	0%
2	SMP	2	2,06%
3	SMA	25	25,77%
4	Diploma	1	1,03%
5	S1	69	71,13%
6	S2	0	0%
7	S3	0	0%
Jumlah		97	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah 2023

Berdasarkan tabel 5.3 diatas diketahui bahwa Sebagian besar tingkat Pendidikan adalah SMP sebanyak 2 orang atau 2,06%. Dan untuk Pendidikan SMA sebanyak 25 orang atau 25,77%. Dan untuk Pendidikan Diploma

sebanyak 1 orang atau 2,03%. Dan untuk Pendidikan S1 sebanyak 69 orang atau 71, 13%. Ini menunjukkan Sebagian besar pelanggan mang one di dominasi oleh pelanggan yang memiliki tingkat Pendidikan S1 sebagai mahasiswa.

5.1.4 Deskripsi Jumlah Kunjungan Responden

Tabel 5.4 Jumlah Kunjungan Responden

No	Berapa kali berkunjung ke mang one	Jumlah	Presentase
1	2 kali	25	25,77%
2	3 kali	7	7,21%
3	4 kali	5	5,15%
4	>dari 6 kali	60	61,85%
Jumlah		97	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah 2023

Berdasarkan table 5.4 diatas diketahui bahwa Sebagian besar jumlah kunjungan responden adalah 2 kali yang berjumlah 25 orang atau 25,77%. Dan 3 kali yang berjumlah 7 orang atau 7,21%. Dan 4 kali sebanyak 5 orang atau 5,15%. Sedangkan >dari 6 kali sebanyak 60 0rang atau 61,85%. Ini menunjukkan Sebagian besar pelanggan mang one didominasi oleh pelanggan yang berkunjung sebanyak >dari 6 kali.

5.1.5 Alasan Responden Makan Di Mang One

Alasan pelanggan mang one makan di mang one karena menu yang ada di mang one ini enak, dan harganya terjangkau, dan memiliki menu yang bervariasi, dan dekat dengan kampus universitas jambi.

5.2 Deskripsi Sub Variabel Penelitian

Deskripsi data penelitian yang menunjukkan rekapitulasi mengenai jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari harga, dan karakteristik kewirausahaan terhadap kepuasan pelanggan terdiri dari beberapa item-item pernyataan dengan 5 skala yaitu : sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju dan sangat setuju. Skor minimum adalah

satu, dimana hal ini menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang ada di dalam kuesioner. Skor maksimum adalah lima, yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan yang ada di kuesioner.

5.2.1 Deskripsi Distribusi Jawaban Responden

Deskripsi hasil jawaban responden diperoleh dari pernyataan kuesioner yang diberikan kepada 97 orang responden. Deskripsi tersebut terdiri atas 30 item pernyataan, hasilnya sebagai berikut:

A. Kuesioner Harga (X1)

Tabel 5.5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kapasitas Untuk Berbayar (X1.1)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Harga yang saat ini ditawarkan oleh mang one sudah dapat dijangkau oleh semua kalangan	1	4	15	43	34	97	396	97	4,08	Baik
2	Mang one menawarkan layanan pengantaran dengan harga yang sepadan dengan kualitas produk yang mereka sediakan	3	5	13	43	33	97	389	97	4,01	Baik
	Rata-rata									4,04	Baik

Berdasarkan table 5.5 diatas dapat dilihat bahwa indikator kapasitas untuk berbayar memiliki rata-rata nilai sebesar 4,04 di mata pelanggan berada pada kategori baik. Hasil tersebut menggambarkan bahwa di mata pelanggan berada pada kategori baik.

Tabel 5.6 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Penentuan Harga Berdasarkan Kemampuan Atau Persaingan Harga (X1.2)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Mang one memiliki harga yang bervariasi sesuai dengan pilihan menu yang tersedia	1	0	10	46	40	97	415	97	4,27	Sangat Baik
2	Mang one menetapkan harga yang lebih tinggi dari pada pesaing lainnya yang sejenis dalam industry kuliner	9	23	34	21	10	97	291	97	3	Kurang Baik
	Rata-rata									3,63	Baik

Berdasarkan table 5.6 diatas terlihat bahwa indikator penentuan harga berdasarkan kemampuan atau persaingan harga (X1.2) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,63. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik mang one memiliki penentuan harga berdasarkan kemampuan atau persaingan harga yang baik.

Tabel 5.7 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Hubungan Antara Harga Dan Kualitas Produk (X1.3)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Harga yang diberlakukan sejalan dengan kualitas produk yang tersedia	0	4	12	52	29	97	397	97	4,09	Baik
2	Produk yang ditawarkan tidak mengecewakan harga	0	3	14	44	36	97	404	97	4,16	Baik

	yang dibayar oleh pelanggan										
	Rata-rata									4,12	Sangat Baik

Berdasarkan table 5.7 diatas terlihat bahwa indikator hubungan antara harga dan kualitas produk (X1.3) memiliki rata-rata nilai sebesar 4,12. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik mang one memiliki hubungan antara harga dan kualitas produk yang sangat baik.

Tabel 5.8 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Yang Diberikan Oleh Layanan (X1.4)

No	**Item Pernyataan**	**Nilai**					**Jml**	**Jml Skor**	**N**	**Rata-rata**	**ket**
		1	**2**	**3**	**4**	**5**					
1	Harga yang mang one kenakan sesuai dengan mutu layanan yang mereka berikan	0	3	15	53	26	97	393	97	4,05	Baik
2	Harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan layanan yang diberikan	14	29	18	19	17	97	287	97	2,95	Kurang Baik
	Rata-rata									3,5	Cukup Baik

Berdasarkan table 5.8 diatas terlihat bahwa indikator kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh layanan (X1.4) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,5. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik mang one cukup baik dalam memberikan kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh layanan.

B. Kuesioner Karakteristik Kewirausahaan

Tabel 5.9 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Percaya Diri Yang Tinggi (X2.1)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Pemilik mang one adalah sosok yang memiliki jiwa wirausaha	0	1	25	40	31	97	392	97	4,04	Baik
2	Pemilik mang one memiliki kepercayaan diri untuk terjun langsung melayani pelanggan	4	7	37	29	20	97	345	97	3,55	Baik
	Rata-rata									3,79	Baik

Berdasarkan table 5.9 diatas terlihat bahwa indikator percaya diri yang tinggi (X2.1) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,79 di mata pelanggan berada pada kategori baik. Hasil tersebut menggambarkan bahwa di mata pelanggan berada pada kategori baik.

Tabel 5.10 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Berorientasi Pada Pencapaian Tugas Dan Hasil (X2.2)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Pemilik dan karyawan Nampak professional dalam menjalankan tugasnya	0	5	13	57	22	97	387	97	3,98	Baik
2	Terkadang, baik pemilik maupun	7	17	33	29	11	97	311	97	3,20	Cukup Baik

	karyawan mang one berbincang-bincang dengan pelanggan saat mereka memiliki waktu luang										
	Rata-rata									3,59	Cukup Baik

Berdasarkan table 5.10 diatas terlihat bahwa indikator berorientasi pada pencapaian tugas dan hasil (X2.2) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,59. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik mang one memiliki orientasi pada pencapaian tugas dan hasil yang cukup baik.

Tabel 5.11 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kecenderungan Untuk Mengambil Resiko (X2.3)

No	**Item Pernyataan**	**Nilai**					**Jml**	**Jml Skor**	**N**	**Rata-rata**	**ket**
		1	**2**	**3**	**4**	**5**					
1	Mang selalu tetap optimis dalam mencari keuntungan, bahkan dalam situasi ekonomi yang sulit	1	2	27	49	18	97	372	97	3,83	Baik
2	Pemilik mang one selalu tampak mempertimbangkan risiko Ketika membuat keputusan dengan cara mendengarkan pendapat para pelanggan	1	2	29	47	18	97	370	97	3,81	Baik

	Rata-rata	3,82	Baik

Berdasarkan tabel 5.11 diatas terlihat bahwa indikator kecenderungan untuk mengambil resiko (X2.3) memiliki rata-rata sebesar 3,82. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik mang one memilik jiwa untuk mengambil resiko yang baik.

Tabel 5.12 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kemampuan Dalam Kepemimpinan (X2.4)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Pemilik mang one selalu menerima keritik dan saran dari pelanggan	0	2	31	46	18	97	371	97	3,82	Baik
2	Pemilik mang one memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan preferensi dan perilaku konsumen	0	5	26	47	19	97	371	97	3,82	Baik
	Rata-rata									3,82	Baik

Berdasarkan table 5.12 diatas terlihat bahwa indikator kemampuan dalam kepemimpinan (X2.4) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,82. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pemilik mang one memiliki jiwa kepemimpinan yang baik.

Tabel 5.13 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Orientasi Ke Depan (X2.5)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Pemilik mang one menunjukkan orientasi	0	2	33	45	17	97	368	97	3,79	Baik

	jangka Panjang dalam berbicara dengan pelanggan mencerminkan sikapnya terhadap masa depan										
2	Mang one selalu memiliki inovasi baru dalam perancangan tata letak ruangan	0	5	29	45	18	97	367	97	3,78	Baik
	Rata-rata									3,78	Baik

Berdasarkan table 5.13 diatas dapat terlihat bahwa indikator orientasi ke depan (X2.5) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,78. Hasil tersebut menggambarkan bahwa mang one memiliki orientasi ke depan yang baik.

Tabel 5.14 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kemampuan Berinovasi Dan Kreativitas (X2.6)

No	**Item Pernyataan**	**Nilai**					**Jml**	**Jml Skor**	**N**	**Rata-rata**	**ket**
		1	**2**	**3**	**4**	**5**					
1	Mang one menawarkan beberapa hidangan yang unik dan tidak dapat ditemukan di rumah makan lain	1	4	27	43	22	97	372	97	3,83	Baik
2	Tata letak ruangannya di mang one bersifat lebih fleksibel dari pada yang biasa ada di rumah makan lain	0	2	29	50	16	97	371	97	3,82	Baik

	Rata-rata	3,82	Baik

Berdasarkan table 5.14 diatas dapat terlihat bahwa indikator kemampuan berinovasi dan kreativitas (X2.6) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,82. Hasil tersebut menggambarkan bahwa mang one memiliki kemampuan berinovasi dan kreativitas yang baik.

C. Kuesioner Kepuasan Pelanggan

Tabel 5.15 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kepuasan Pelanggan Secara Keseluruhan (Y.1)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Saya merasa puas dengan harga mang one yang sangat terjangkau dan sebanding dengan rasanya	1	1	16	47	32	97	399	97	4,11	Sangat Baik
2	Pelanggan merasa puas secara keseluruhan setelah mengkonsumsi menu di mang one	0	4	13	53	27	97	394	97	4,06	Baik
	Rata-rata									4,08	Baik

Berdasarkan table 5.15 diatas dapat terlihat bahwa indikator kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Y.1) memiliki rata-rata nilai sebesar 4,08. Hasil tersebut menggambarkan bahwa mang one memiliki kepuasan pelanggan secara keseluruhan yang baik.

Tabel 5.16 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan (Y.2)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5					
1	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan mang one	1	3	17	53	23	97	385	97	3,96	Baik
2	Saya merasa puas setelah menikmati makanan dan minuman di mang one	0	3	11	51	32	97	403	97	4,15	Sangat Baik
	Rata-rata									4,05	Baik

Berdasarkan table 5.16 diatas dapat terlihat bahwa indikator aspek-aspek kepuasan pelanggan (Y.2) memiliki rata-rata nilai sebesar 4,05. Hasil tersebut menggambarkan bahwa mang one memiliki aspek-aspek kepuasan pelanggan yang baik.

Tabel 5.17 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Konfirmasi Ekspektasi (Y.3)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	Ket
		1	2	3	4	5					
1	Seberapa puas anda dengan kualitas rasa pada menu mang one	0	1	10	53	33	97	409	97	4,21	Sangat Baik
2	Menu mang one sesuai denga napa yang saya inginkan	0	4	14	48	31	97	397	97	4,09	Baik
	Rata-rata									4,15	Sangat Baik

Berdasarkan table 5.17 diatas dapat terlihat bahwa indikator konfirmasi ekspektasi (Y.3) memiliki rata-rata nilai sebesar 4,15. Hasil tersebut menggambarkan bahwa mang one memiliki konfirmasi ekspektasi yang sangat baik.

Tabel 5.18 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Niat Untuk Melakukan Pembelian Kembali (Y.4)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Saya ingin membeli Kembali ke mang one karena harganya lebih terjangkau dibandingkan dengan rumah makan sejenis	1	5	24	42	25	97	376	97	3,87	Baik
2	Saya ingin Kembali mengunjungi mang one karena produk yang mereka tawarkan sangat memuaskan	0	5	27	38	27	97	378	97	3,89	Baik
	Rata-rata									3,88	Baik

Berdasarkan table 5.18 diatas dapat terlihat bahwa indikator niat untuk melakukan pembelian kembali (Y.4) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,88. Hasil tersebut menggambarkan bahwa mang one memiliki niat untuk melakukan pembelian kembali yang baik.

Tabel 5.19 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Indikator Kemampuan Untuk Memberi Rekomendasi (Y.5)

No	Item Pernyataan	Nilai					Jml	Jml Skor	N	Rata-rata	ket
		1	2	3	4	5					
1	Saya bersedia untuk merekomendasikan mang one kepada teman-teman saya secara gratis	2	4	20	36	35	97	389	97	4,01	Baik
2	Saya merekomendasikan mang one sebagai salah satu tujuan kuliner kepada kenalan saya karena pelayanannya sangat memuaskan	0	5	27	38	27	97	278	97	2,86	Kurang Baik
	Rata-rata									3,43	Cukup Baik

Berdasarkan table 5.19 diatas dapat terlihat bahwa indikator kemampuan untuk memberi rekomendasi (Y.5) memiliki rata-rata nilai sebesar 3,43. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pelanggan mang one memiliki kemampuan untuk memberi rekomendasi yang cukup baik.

5.3 Instrumen Uji Penelitian

5.3.1 Uji Validitas

Uji validitas menguji masing-masing variable yang digunakan dalam penelitian ini, menampilkan hasil uji validitas terhadap responden dengan menggunakan analisis factor berdasarkan perhitungan IBM SPSS 26. Validitas dimana keseluruhan variable penelitian memuat 30 pernyataan yang harus dijawab oleh 97 responden. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur)itu valid.

Kriteria instrument valid apabila r hitung (untuk tiap butir dapat dilihat dari coorected item – total correlation) > r table. Dalam hal ini 97 responden dan nilai probabilita korelasi taraf signifikan (α) sebesar 0,05 (5%) pada table, maka diperoleh angka = 0,199. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas sebagai berikut:

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	97	100,0

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

Sumber : Hasil pengolahan data IBM SPSS versi 26, 2023

Dari table 5.20 diatas dapat dilihat validitas data dari 97 responden yang diproses dengan menggunakan spss 26. Tidak ada yang hilang atau missing sehingga tingkat kevalidannya 100%.

Tabel 5.20 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	r- Tabel (n=97)	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,638	0,199	Valid
	X1.2	0,748	0,199	Valid
	X1.3	0,628	0,199	Valid
	X1.4	0,548	0,199	Valid
	X1.5	0,769	0,199	Valid
	X1.6	0,594	0,199	Valid
	X1.7	0,643	0,199	Valid
	X1.8	0,466	0,199	Valid
Karakteristik Kewirausahaan (X2)	X2.1	0,683	0,199	Valid
	X2.2	0,673	0,199	Valid
	X2.3	0,675	0,199	Valid
	X2.4	0,748	0,199	Valid

	X2.5	0,682	0,199	Valid
	X2.6	0,777	0,199	Valid
	X2.7	0,796	0,199	Valid
	X2.8	0,746	0,199	Valid
	X2.9	0,773	0,199	Valid
	X2.10	0,699	0,199	Valid
	X2.11	0,620	0,199	Valid
	X2.12	0,684	0,199	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,786	0,199	Valid
	Y.2	0,836	0,199	Valid
	Y.3	0,793	0,199	Valid
	Y.4	0,833	0,199	Valid
	Y.5	0,733	0,199	Valid
	Y.6	0,833	0,199	Valid
	Y.7	0,776	0,199	Valid
	Y.8	0,880	0,199	Valid
	Y.9	0,777	0,199	Valid
	Y.10	0,795	0,199	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data IBM SPSS versi 26, 2023

Hasil dari data diatas menunjukkan bahwa seluruh nilai koefiensi lebih besar dari pada nilai r-Tabel pada jumlah sampel (N) sebanyak 97 dan nilai signifikansi sebesar 0,05. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

5.3.2 Uji Reliabilitas

Instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 5.21 Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach`s alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,748	Reliabel
Karakteristik Kewirausahaan (X2)	0,909	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,937	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data IBM SPSS versi 26, 2023

Hasil uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan SPSS dihasilkan bahwa koefisien *cronbanch`alpha* > 0,70 untuk harga, karakteristik kewirausahaan dan kepuasan pelanggan lebih besar dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat reliabilitas data relatif baik dan dapat diterima.

5.4 Uji Asumsi Klasik

5.4.1 Uji Normalitas

Tabel 5.22 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,13765627
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,054
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil pengolahan data IBM SPSS versi 26. 2023

Berdasarkan uji normalitas dengan kolmogrov-Smirnov Test diperoleh nilai Kolmogrov-Smirnov sebesar 0,71 nilai Asymp. Sig adalah 0,200 yang nilainya sudah diatas 0,05 yang menunjukkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi. Jika nilai Asymp Sig dibawah 0,05 maka diinterprestasikan bahwa asumsi normalitas belum terpenuhi.

5.4.2 Uji Multikoleniaritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka, terdapat problem multikoleniaritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independennya. Ada tidaknya multikoleniritas di dalam model regresi adalah dilihat dari besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance. Regresi yang terbebas dari problem multikolinearitas apabila VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,10, maka data tersebut tidak ada multikoleniaritas.

Tabel 5.23 Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,204	3,164		1,329	,187		
	HARGA	,516	,120	,361	4,315	,000	,622	1,608
	KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN	,450	,076	,493	5,891	,000	,622	1,608

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Hasil pengolahan data IBM SPSS versi 26, 2023

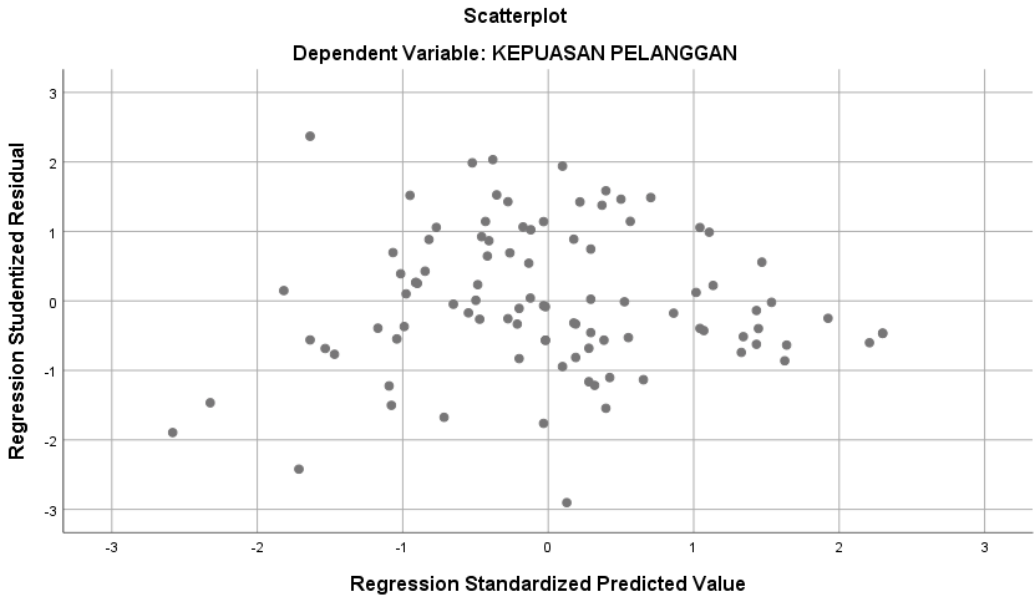
Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF dan tolerance dari variabel independen yaitu harga dan karakteristik kewirausahaan nilai VIF nya sebesar 1,608 untuk nilai

Tolerance nya sebesar 0,622. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolnearitas antar variabel independen dalam model regresi.

5.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain dengan menggunakan grafik Scatterpplot. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Dasar pengambilannya, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengidentifikasikan bahwa telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 5.24 Hasil Uji Heterokedastisitas



*Sumber :*Hasil pengolahan data IBM SPSS versi 26, 2023

Hasil pengujian *Scatterplot* pada gambar dapat dilihat titik-titik terjadi penyebaran secara acak (random) baik diatas angka 0 (nol) maupun dibawah angak 0 (nol) pada sumbu Y. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu harga dan karakteristik kewirausahaan dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

5.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5.25 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,204	3,164		1,329	,187
	HARGA	,516	,120	,361	4,315	,000
	KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN	,450	,076	,493	5,891	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Hasil pengolahan data IBM SPSS versi 26, 2023

Berdasarkan data diatas, maka dapat dibuat model persamaan regresi linier berganda seperti dibawah ini, yaitu:

$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$

Y = 4,204 + 0,516 X1 + 0,450 X2

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstantan

β_1, β_2 = Koefisien regresi berganda

X_1 = Harga

X_2 = Karakteristik Kewiausahaan

Dari rumusan diatas didapatkan sebuah penjelasan dari persamaan sebagai berikut:

1. Nilai konstan (α) = 4,204

   Artinya jika nantinya semua variabel bebas meliputi harga dan karakteristik kewirausahaan memiliki nilai nol (0) maka besarnya variabel terikat yang meliputi kepuasan pembelian ini sebesar 4,204

2. $\beta_1 X_1 = 0{,}516$

   Nilai koefisien regresi variabel harga (X_1) sebesar 0,516 artinya apabila variabel harga (X_1) mengalami kenaikan sebesar 1% sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,516 atau 51,6%

3. $\beta_2 X_2 = 0{,}450$

   Nilai koefisien regresi variabel karakteristik Kewirausahaan (X_2) sebesar 0,450 artinya apabila variabel karakteristik Kewirausahaan (X_2) mengalami kenaikan sebesar 1% sedangkan variabel lainnya dianggap konstan, maka variabel kepuasan pelanggan mengalami peningkatan sebesar 0,450 atau 45%.

5.6 Uji Hipotesis

5.6.1 Uji Statistik f (Uji Simultan)

Tabel 5.26 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2378,399	2	1189,200	68,015	,000[b]
	Residual	1643,539	94	17,484		
	Total	4021,938	96			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, HARGA

Sumber : Hasil pengolahan data IBM SPSS versi 26, 2023

Berdasarkan tabel diats menunjukkan bahwa nilai F- Hitung 68,015 > F Tabel 3,09 (df = 97 – 2 = 95) dan nilai signifikansi pengujian pada tabel diatas sebesar 0.000 < 0.05. hal ini menunjukkan bahwa varaibel X1 Dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap varaibel Y.

5.6.2 Uji Statistik t (Uji Parsial)

Tabel 5.27 Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4,204	3,164		1,329	,187
	HARGA	,516	,120	,361	4,315	,000
	KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN	,450	,076	,493	5,891	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Hasil Pengolahan Data IBM SPSS Versi 26, 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diperoleh hasil uji-t tiap variabel sebagai berikut:

A. Berdasarkan hasil uji (parsial) pada model regresi, diperoleh hasil bahwa nilai t-hitung sebesar 4,315 > 1,985 (df = 97- 3 = 94 α = 5%) dan nilai signifikan sebesar 0.000 α < 0,05 (α = 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel X1 terhadap variabel Y.

B. Berdasarkan hasil uji (parsial) pada model regresi, diperoleh hasil bahwa nilai t-hitung sebesar 5,891 > 1,985 (df = 97- 3 = 94 α = 5%) dan nilai signifikan sebesar 0.000 α < 0,05 (α = 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel X2 terhadap variabel Y.

Jadi berdasarkan Uji t diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa 2 variabel independent yaitu harga dan karakteristik kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan mang one.

5.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,769[a]	,591	,583	4,181

a. Predictors: (Constant), KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Hasil pengolahan data IBM SPSS versi 26, 2023

Menurut widarjono, Uji Koefisien Determinasi (R-Squqre) adalah uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi variable dependen yang dijelaskan oleh variable independent. Selain itu, uji koefisien determinasi juga bisa digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang kita miliki. Apabila nilai koefisien determinasi (R-sqyqre) pada sustu estimasi mendekati angka satu (1), maka dapat dikatakan bahwa variable dependen dijelaskan dengan baik oleh variable independennya. Dan sebaliknya, apabila koefisien determinasi (R-square) menjauhi angka satu (1) atau mendekati

angka nol (0), maka semakin kurang baik variable independent menjelaskan variable dependennya.

Hasil yang diperoleh melalui uji determinasi ini menunjukkan bahwa nilai dar R Square yang ada pada tabel Model Summary berisikan sebesar 0,591 atau setara dengan 59,1%, hal ini menunjukkan bahwa variasi dari variabel karakteristik kewirausahaan dan harga sebagai variabel bebas dapat menjelaskan bahwa mempengaruhi variabel terikat, dalam hal ini keputusan pelanggan sebesar 59,1% untuk sisanya yang sebesar 40,9% dipengaruhi oleh faktor lain dari luar varaibel bebas yang diteliti pada penelitian kali ini.

5.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan karakteristik kewirausahaan terhadap kepuasan pelanggan. pembahasan masing-masing variable disajikan sebagai berikut:

A. Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian signifikansi parameter individual (uji statistic t) dengan nilai signifikan yaitu 0,000. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probability (0,000 < 0,05) dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, harga rumah makan mang one memiliki harga yang bervariasi sesuai dengan pilihan menu yang tersedia. Harga yang ditetapkan mang one harus mampu bersaing dengan harga rumah makan lainnya. Berdasarkan hasil kuesioner dari 97 responden, terdapat 1 responden memilih sangat tidak setuju bahwa harga yang ditetapkan mang one kurang sesuai dengan produk dan pelayanan yang diberikan. Terdapat 10 responden memilih kurang setuju bahwa harga yang ditetapkan mang one kurang sesuai dengan produk dan pelayanan yang diberikan. Terdapat 46 responden memilih setuju bahwa harga yang ditetapkan mang one sesuai dengan produk dan pelayanan yang diberikan

sehingga pelanggan merasa puas dengan harga yang diberikan. Terdapat 40 responden memilih sangat setuju bahwa harga yang ditetapkan mang one sesuai dengan produk dan pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan merasa puas dengan harga yang diberikan. Dalam hal ini berarti harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu harga yang terjangkau dapat menarik minat konsumen untuk menikmati kembali produk yang ditawarkan. Oleh karena itu harga menjadi salah satu factor penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Lina (2017), ditemukan adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan temuan Melya (2016), yang juga menyatakan bahwa harga memiliki dampak pada kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian Setyo (2017) yang berjudul ‘‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ‘‘Best Autoworks’’ menjelaskan bahwa harga secara positif memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di Best Autoworks.

Selain itu penelitian dari Im Mardizal dan Hayu Yolanda (2017) yang berjudul ‘‘Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen’’ menjelaskan bahwa pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga memiliki dampak terhadap tingkat kepuasan konsumen.

B. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian signifikansi parameter individual (uji statistic t) dengan nilai signifikan yaitu 0,000. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probability (0,000 < 0,05) dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan karakteristik kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Ada beberapa konsumen yang sering datang ke mang one dan saya tanyakan kepada mereka alasan sering ke mang one, sebagian besarnya menjawab karena menu yang ada di mang one ini enak, dan harganya terjangkau, dan memiliki menu yang bervariasi, dan dekat dengan kampus universitas jambi.

Karakteristik kewirausahaan merupakan variable bebas yang diteliti dan diuji. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Heri Jumaedi (2012) yang menyatakan beberapa karakteristik kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha yang secara tak langsung mengarah pada kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian Andi Wijayanto yang berjudul ‘‘Pengaruh Karakteristik Wirausahawan Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Studi Pada Sentra Usaha Kecil Pengasapan Ikan Di Krobokan Semarang’’ menjelaskan bahwa Karakteristik Kewirausahaan mampu meningkatkan keberhasilan usaha pada sentra usaha kecil pengasapan ikan di krobokan Surabaya.

Selain itu penelitian dari Ardiansyah (2017) yang berjudul ‘‘Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Para Pelaku Usaha Kuliner Di Seputaran Universitas Mulawarman Samarinda’’ menjelaskan bahwa Karakteristik Kewirausahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

C. Variable karakteristik kewirausahaan yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan mang one

Dapat dilihat variable karakteristik kewirausahaan hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan tingkat signifikansi dan besarnya pengaruh karakteristik kewirausahaan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan adalah percaya diri yang tinggi, hasil ini sesuai dengan penelitian Heri Jumaedi (2012) yang hasil Analisa menunjukkan bahwa karakteristik kewirausaha (Percaya Diri Yang Tinggi, Kecenderungan Untuk Mengambil Resiko, dan Kemampuan Dalam Kepemimpinan) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Lia (2015) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan.

Karakteristik kewirausahaan yang paling dominan di atas juga dipengaruhi oleh beberapa factor seperti :

1. Pemilik rumah makan yang terjun langsung melayani konsumennya.
2. Ramahnya sikap pemilik dan juga pelayanannya.
3. Kemudian penampilan percaya diri yang tinggi dengan gaya berpakaian dan cara melayani konsumen dengan gaya tersendiri yang tidak dimiliki rumah makan lainnya.