

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS MAKANAN, DAN  
LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DI  
CHICKEN CRUSH YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

Nama : Sela Fitta Merdeka

Nomor Mahasiswa : 15311172

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS MAKANAN, DAN  
LINGKUNGAN FISIK TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DI  
CHICKEN CRUSH YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Sela Fitta Merdeka

Nomor Mahasiswa : 15311172

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi



**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 11 November 2019



Sela Fitta Merdeka

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, dan Lingkungan Fisik  
terhadap Kinerja Perusahaan Di Chicken Crush Yogyakarta

Oleh:

Nama : Sela Fitta Merdeka

Nomor Mahasiswa : 15311172


Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 11 November 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

  
Dra. Siti Nurul Ngaini, M.M.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS MAKANAN DAN LINGKUNGAN FISIK  
TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DI CHICKEN CRUSH YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **SELA FITTA MERDEKA**

Nomor Mahasiswa : **15311172**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 17 Desember 2019

Penguji/Pembimbing Skripsi : **Siti Nurul Ngaini, Dra., MM**

Penguji : **Zulian Yamit, Drs., M.Si.**

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



**Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.**

## MOTTO

*“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah  
untuk dirinya sendiri”*

(Q.S Al-Ankabut : 29)

*“Dan hanya kepada Allah hendaknya kamu berharap”*

(Q.S Al-Insyirah : 8)

وَمَا يَكْفُرُ بِاللَّهِ إِلَّا الْيَاقُونَ

## **Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kinerja Perusahaan Di Chicken Crush Yogyakarta**

**Sela Fitta Merdeka**  
**Universitas Islam Indonesia**  
merdekasela@gmail.com

### **ABSTRAK**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik terhadap kinerja perusahaan di Chicken Crush Yogyakarta. Sampel dari penelitian ini sebanyak 96 orang dengan menggunakan *purposive sampling* terdiri dari beberapa responden yang memiliki latarbelakang pekerjaan yang beragam. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer serta menyebarkan kuesioner dan menganalisisnya dengan uji t, uji F, analisis regresi linier. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, dan lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

**Kata kunci** – *Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Lingkungan Fisik dan Kinerja perusahaan.*

### **ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, food quality and physical environment on company performance in Chicken Crush Yogyakarta. The sample of this study were 96 people using purposive sampling consisting of several respondents who have diverse work backgrounds. This type of research is quantitative research. Data collection methods used in this study using primary data and distributing questionnaires and analyzing them by t test, F test, linear regression analysis. The results of this study found that service quality has a positive effect on company performance, food quality has a positive effect on company performance, and the physical environment has a positive effect on company performance.

**Keywords** - *Service Quality, Food Quality, Physical Environment and Company Performance.*

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirabbil'alamin.* Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan petunjuk, rahmat, inayah, dan hidayah-Nya. Tak lupa shalawat serta salam dihaturkan untuk Nabi Muhammas SAW. Nabi pemimpin umat yang menyelamatkan manusia dari zaman jahiliyah yang gelap gulita menuju zaman islamiyah yang terang benderang dan penuh ilmu pengetahuan. Dalam pembuatan dan penulisan skripsi ini tidak sedikit hambatan yang menghadang. Namun, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kinerja Perusahaan Di Chicken Crush Yogyakarta”**.

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, tentunya terdapat perjuangan dan tantangan bagi penulis. Penulis menyadari bahwa kelancaran dalam penyusunan karya ilmiah ini tidak lain berkat doa, usaha, tawakal, dukungan, bantuan serta bimbingan yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT** atas limpahan rahmat, karunia, hidayah-Nya kepada penulis hingga saat ini.
2. **Nabi Muhammad SAW** yang telah menjadi suri tauladan bagi seluruh umat dalam kehidupan sehari-hari sampai akhir nanti.
3. **Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D.**, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.



4. **Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. **Bapak Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. **Ibu Dra.Siti Nurul Ngaini, M.M.**, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan pada penulis selama masa kuliah dan juga telah sabar membimbing penulis skripsi serta memberikan arahan dorongan dan motivasi.
7. Kedua orangtua yang amat saya sayangi dan cintai. Terimakasih banyak untuk ibu **Praptanti Dwi Prasetyani, S.E.** dan ayah **Mofit, S.E.** yang selalu mensupport saya dalam bentuk doa, perhatian, dukungan, kasih sayang, maupun finansial untuk saya selama ini. Semoga **Sela** bisa menjadi anak yang bisa berbakti dan membanggakan ibu ayah di dunia dan akhirat.
8. **Mas Wahyu Jaya Nugraha**, adik **Surya Tegar Pangestu** terimakasih banyak atas support dan candaan saat dirumah. Terimakasih sudah banyak membantu dan juga menghibur dikala saya merasa sedih dan tidak bersemangat. Semoga kelak **Sela** bisa menjadi saudara kandung yang membanggakan dan berguna untuk kalian.
9. Keluarga besar **Hadi Wardoyo** terimakasih banyak karena saya selalu mendapat support penuh ketika saya sedang mencoba mencari peruntungan pada diri sendiri dan dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. **Emaknyus** terimakasih banyak sahabat-sahabatku selama masa perkuliahan ini amat sangat indah akan canda tawa serta travelling yang tidak pernah terduga.
11. Terimakasih **Sri Hajjah** yang sudah banyak membantuku dalam mengerjakan skripsi ini dan memberikan arahan utukku.
12. **Ayi, Salma, Bovier, Sera, Esti, Gadis, Gery, Dhimas, Irfan, Atip, Hammam** terimakasih atas supportnya untuk skripsi ini, kalian selalu mendengarkan keluh kesahku selama di kampus.
13. Teman-teman SMA yang selalu menemaniku sedari dulu hingga sekarang. Terimakasih **Yusita, Gita, Sarah, Salma, Sasa, Uti, Tika, Natita, Marsella dan Kelik's Family.**
14. **SAVA ESPORT** terimakasih banyak atas support kalian untuk skripsi ini, terimakasih sudah menjadi teman game yang selalu menyemangatiku dan memberikan pelajaran yang sangat berarti dalam dunia game.
15. Terimakasih banyak untuk pelanggan seafood dan kerupuk cooleat atas partisipasi kalian membuat saya ingin cepat menyelesaikan skripsi ini dan kembali berjualan.

Yogyakarta, 11 November 2019

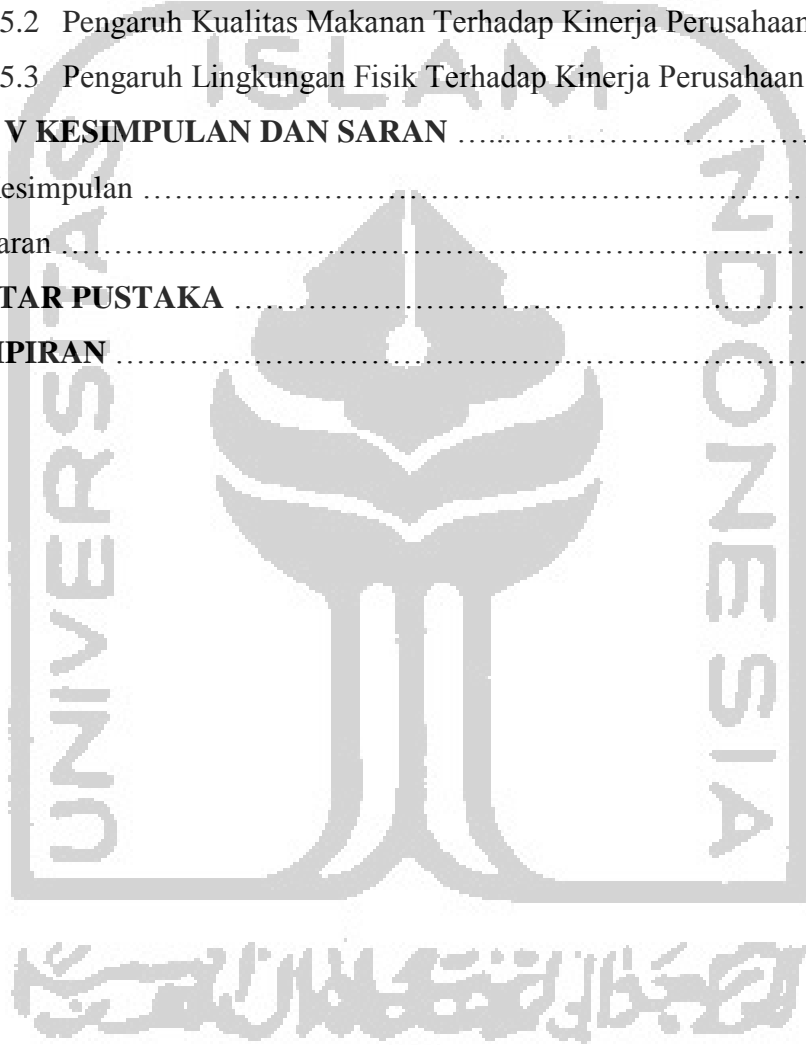
Sela Fitta Merdeka

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Kontribusi Ilmu .....	5
1.4.2 Kontribusi Praktis .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 Kualitas .....	9
2.2.2 Kualitas Layanan .....	11
2.2.3 Kualitas Makanan .....	14
2.2.4 Lingkungan Fisik .....	19
2.2.5 Kinerja Perusahaan .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
2.4 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	26
3.1 Desain Penelitian .....	26
3.2 Variabel dan Definisi Operasional Varabel .....	26

3.2.1	Variabel Penelitian .....	26
3.2.2	Definisi Operasional Variabel .....	27
3.3	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.4	Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1	Populasi .....	30
3.4.2	Sampel .....	31
3.5	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data .....	32
3.5.1	Uji Validitas .....	32
3.5.2	Uji Reliabilitas Data .....	32
3.6	Metode Analisis Data .....	33
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	33
3.6.2	Analisis Statistik .....	34
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>41</b>
4.1	Deskripsi Konsumen .....	41
4.1.1	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.2	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Umur.....	41
4.1.3	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.1.4	Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	43
4.2	Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen .....	43
4.2.1	Uji Validitas .....	43
4.2.2	Uji Reabilitas .....	45
4.3	Analisis Penilaian Variabel Penilaian .....	46
4.3.1	Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan .....	46
4.3.2	Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Makanan .....	47
4.3.3	Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Lingkungan Fisik .....	48
4.3.4	Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Kinerja Perusahaan .....	49
4.4	Analisis Statistika .....	50

4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
4.4.2 Uji Hipotesis .....	52
4.4.3 Uji Asumsi Klasik .....	56
4.5 Pembahasan .....	58
4.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Perusahaan .....	58
4.5.2 Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kinerja Perusahaan .....	59
4.5.3 Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kinerja Perusahaan .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	63
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	65
<b>LAMPIRAN</b> .....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	69
Lampiran 2 .....	73
Lampiran 3 .....	76
Lampiran 4 .....	80
Lampiran 5 .....	81
Lampiran 6 .....	87



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bisnis Restoran adalah bisnis yang selalu mengutamakan kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Sama seperti perusahaan-perusahaan jasa lainnya. Bisnis Restoran juga merupakan bisnis yang selalu berupaya untuk memuaskan konsumen, karena tanpa konsumen maka restoran akan gulung tikar. Di dalam perusahaan jasa seperti Restoran, pelanggan dan karyawan harus berinteraksi untuk dapat menciptakan jasa. Hal inilah yang menyebabkan pelanggan menjadikan interaksi sosial dengan karyawan sebagai suatu pertimbangan dalam menilai suatu perusahaan jasa.

Dalam pengelolaan perusahaan jasa khususnya restoran, diperlukan upaya perbaikan manajemen operasional dalam mengelola restoran untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Manajemen operasional menjadi komponen penting dalam perusahaan jasa. Manajemen operasi sebagai proses yang secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan (Atmaja, 2017).

Salah satu tujuan utama restoran adalah menciptakan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan salah tujuan dari setiap perusahaan, untuk memenuhi kebutuhan konsumen perusahaan bekerja keras menciptakan strategi yang jitu agar produknya mampu memberikan kepuasan serta mampu bersaing di pasar. Menghadapi persaingan yang ada perusahaan

harus mampu menempatkan produknya di tengah - tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Upaya yang dilakukan perusahaan agar dapat memuaskan konsumen dengan harapan konsumen melakukan pembelian ulang. Tentunya memberikan nilai tambah bagi perusahaan di mana produk yang di tawarkan ternyata mampu bersaing di pasar dan perusahaan juga mendapatkan keuntungan. Keuntungan tersebut membawa usaha lebih luas dari hari ke hari, dengan menciptakan produk baru yang menarik dan unik membuat konsumen loyal (Ransulangi, Mandey, & Tumbuan, 2015).

Industri restoran, khususnya, adalah salah satu industri yang memadukan produk dan layanan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kinerja perusahaan yang baik. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi bisnis agar dapat menciptakan rasa senang bagi pelanggannya. Untuk mencapai kinerja perusahaan yang baik di dalam bisnis restoran, ada banyak cara yang bisa digunakan, antara lain menjual makanan dan minuman yang berkualitas dan berinovasi, memberikan layanan yang terbaik, dan juga memperhatikan suasana restoran.

Faktor yang dianggap mempengaruhi dalam meningkatkan kinerja restoran adalah kualitas layanan, kualitas makanan dan kualitas lingkungan



fisik. Kualitas pelayanan harus di fungsikan secara baik dan sesuai prosedur untuk membentuk persepsi pelanggan terhadap rumah makan yang mereka kunjungi. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang di dapatkan oleh konsumen sehingga konsumen dapat memberikan penilaian tentang pelayanan yang mereka dapatkan di suatu rumah makan. Bagi para pengusaha restoran ataupun rumah makanan kunci yang kompetitif adalah dapat menyesuaikan dan memenuhi bahkan melebihi mutu yang diinginkan oleh konsumen, apa bila suatu pelayanan yang di berikan itu baik dan sesuai harapan, maka konsumen akan memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan di rumah makan tersebut. Di pasar bisnis saat ini, bisa di asumsikan bahwa untuk mendapatkan keuntungan yang banyak terletak pada kualitas pelayanan yang tinggi dan memuaskan.

Kualitas tidak hanya terdapat pada produk atau jasa saja, melainkan dalam produk makanan juga terdapat kualitas. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Menurut Fiani & Edwin (2012), kualitas makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Makanan merupakan bagian paling penting dari keseluruhan pengalaman restoran. Kualitas makanan di restoran dapat ditinjau dari segi rasa, tampilan, variasi menu serta suhu (Evirasanti, Rahyuda, & Yasa, 2016).

Bitner (1992) menggambarkan bagaimana lingkungan yang dibangun dapat mempengaruhi baik konsumen maupun pegawai dalam sebuah industry

jasa. Lingkungan fisik (*servicescape*) yang sengaja dibuat memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen pada lingkungan jasa. Berbagai faktor yang dapat berhubungan dengan lingkungan fisik (*servicescape*) antara lain seperti gedung, perabotan, interior, pencahayaan, warna, dekor, karyawan dan sebagainya. Hightower & Shariat (2009) menyebutkan bahwa layanan *servicescape* terdiri dari tiga dimensi utama yaitu, *ambient dimension* merupakan suasana non-visual, kondisi latar belakang dilingkungan pelayanan.

Penelitian ini berusaha menjawab pengaruh kualitas layanan, kualitas makanan, dan lingkungan fisik terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka judul penelitian ini adalah: Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, dan Lingkungan Fisik terhadap Kinerja Perusahaan di Chicken Crush Yogyakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan mendasar pada penjelasan tentang faktor kunci dari kinerja perusahaan, maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah kualitas makanan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
3. Apakah lingkungan fisik berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan yang ada, maka hasil yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kinerja perusahaan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas makanan terhadap kinerja perusahaan.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh lingkungan fisik terhadap kinerja perusahaan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Kontribusi Ilmu**

Penelitian ini meningkatkan pemahaman kita tentang dampak dari berbagai faktor yang berhubungan dengan kinerja perusahaan di restoran.

##### **1.4.2 Kontribusi Praktis**

Penelitian ini bisa mengungkap hal penting bahwa jika kualitas layanan, kualitas makanan, dan lingkungan fisik merupakan faktor kunci dari kinerja perusahaan maka dari situ akan membawa pengaruh baik terhadap konsumen.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kajian Pustaka

Penelitian Cannatelli, Pedrini, & Grumo (2017) meneliti mengenai pengaruh proses manajemen merek dan kualitas produk pada kinerja perusahaan mikro di industri pembuatan bir Italia. Wawancara kualitatif awal dengan delapan pengusaha diwujudkan. Kemudian 92 kuesioner dikumpulkan dari seluruh populasi 3.335 pabrik mikro yang beroperasi di Italia untuk analisis kuantitatif. Temuan menunjukkan kualitas produk intrinsik menjadi penentu paling relevan dari kinerja perusahaan, sementara adopsi proses manajemen merek memberikan dampak negatif yang signifikan.

Penelitian Suchánek, Richter, & Králová (2014) meneliti mengenai analisis kualitas, kepuasan pelanggan dan kinerja bisnis di industri makanan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pada kinerja bisnis dan daya saing. Secara khusus, makalah ini menjawab pertanyaan penelitian berikut: Apakah kualitas produk menghasilkan pelanggan yang puas dan dengan demikian dalam bisnis yang berkinerja baik? Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai kepuasan pelanggan dengan suatu produk dan kinerja bisnis sebagai kemampuan untuk menghasilkan laba. Oleh karena itu, kepuasan diperiksa dengan cara survei menggunakan kuesioner, dan kinerja diukur dengan data keuangan. Kami berhasil menemukan korelasi

antara faktor-faktor utama, meskipun hasil parsial disebabkan oleh lebih banyak faktor yang secara statistik tidak signifikan.

Penelitian Al-Omari & Okasheh (2017) untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja. Sebuah perusahaan teknik diambil sebagai studi kasus dengan ukuran sampel 85 karyawan. Metodologi kuantitatif yang menyiratkan survei cross-sectional digunakan untuk memenuhi tujuan penelitian di samping tinjauan literatur. Dimensi berbeda diperiksa dalam kaitannya dengan faktor lingkungan kerja, termasuk kebisingan; suhu; udara; cahaya dan warna; ruang dan kepuasan pengusaha. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan (SPSS, Versi 22). Temuan mengungkapkan bahwa kendala situasional terdiri dari faktor-faktor seperti kebisingan, perabot kantor, ventilasi dan cahaya, adalah kondisi lingkungan kerja utama yang memiliki dampak negatif pada kinerja pekerjaan dan harus mendapatkan perhatian lebih. Disarankan bahwa pengusaha harus mengambil inisiatif untuk memotivasi karyawan dengan meningkatkan lingkungan kerja mereka. Ketika karyawan termotivasi, kinerja pekerjaan mereka akan meningkat, dan mereka akan mencapai hasil dan tujuan pekerjaan yang diinginkan. Dengan demikian, meningkatkan kinerja pada perusahaan.

Penelitian Tanjaya et al. (2015) meneliti pengaruh Kualitas makanan, layanan dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan secara bersamaan maupun secara parsial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan data dianalisis dengan menggunakan Analisis Regresi Berganda. Data untuk penelitian ini data yang dikumpulkan

menggunakan kuesioner, dengan sampel 130 responden. Hasil yang ditemukan adalah bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan lingkungan fisik memiliki efek signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian Ryu et al. (2012) mengusulkan model terintegrasi yang mengkaji dampak dari tiga elemen dimensi kualitas pelayanan makanan (lingkungan fisik, makanan, dan layanan) pada citra restoran, nilai yang dirasakan pelanggan dan niat perilaku. Data dikumpulkan dari pelanggan di restoran Cina kelas atas otentik yang terletak di negara bagian Tenggara di Amerika Serikat melalui kuesioner yang dikelola sendiri. Pendekatan dua langkah Anderson dan Gerbing digunakan untuk menilai pengukuran dan model struktural. Pemodelan persamaan struktural menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik, makanan, dan layanan merupakan penentu signifikan dari citra restoran. Juga, kualitas lingkungan fisik dan makanan merupakan prediktor signifikan dari nilai yang dirasakan pelanggan. Citra restoran juga ditemukan sebagai anteseden yang signifikan dari nilai yang dirasakan pelanggan. Selain itu, hasilnya memperkuat bahwa nilai yang dirasakan pelanggan memang penentu signifikan kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan adalah prediktor signifikan dari niat perilaku.

Penelitian Kegel (2018) meneliti pengaruh lingkungan tempat kerja terhadap kesejahteraan dan produktivitas pekerja pada pemerintah di Ondo State, Nigeria. Dua pertanyaan penelitian diajukan untuk membantu

penelitian. Penelitian ini mengadopsi desain penelitian survei deskriptif tipe ex-post facto. Teknik pengambilan sampel acak digunakan untuk memilih 350 responden. Kuesioner terstruktur dengan tiga sub-bagian digunakan untuk mengumpulkan data yang dianalisis dengan nilai rata-rata dan persentase sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur tempat kerja dan jaringan komunikasi yang baik di tempat kerja berpengaruh pada kesejahteraan pekerja, kesehatan, moral, efisiensi, dan produktivitas.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Kualitas**

Kualitas dapat berbeda-beda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung konteksnya. Sehingga disini akan dimasukkan definisi kualitas dari beberapa pakar dari tingkat internasional yang sangat populer, yaitu W.Edwards Deming, Philip B. Crosby dan Joseph M.Juran (Yamit, 2013). M. Juran Deming mendefinisikan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Crosby mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. *American Society for Quality Control* (menyatakan bahwa kualitas atau mutu merupakan “keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat” (Tjiptono, 2012). Goeth dan Davis dalam Tjiptono (2012) kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Juran mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi, jika dilihat dari sudut pandang produsen. Sedangkan secara obyektif kualitas menurut Juran, (Yamit, 2013) adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performance*), kendalannya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur. Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk mengukur suatu nilai guna barang atau jasa.

Mengenai arti kualitas ini dapat berbeda-beda tergantung dari rangkaian kata atau kalimat di mana istilah kualitas ini dipakai. Dalam perusahaan manufaktur, istilah kualitas diartikan sebagai faktor-faktor yang terdapat dalam barang yang dihasilkan yang menyebabkan barang tersebut sesuai dengan tujuan apa barang itu dihasilkan. Ditinjau dari pandangan konsumen, secara subyektif kualitas adalah sesuatu yang sesuai dengan selera (*fitness for use*). Kualitas merupakan istilah relatif yang sangat bergantung pada situasi. Berikut ini tentang berbagai definisi kualitas :

1. Kualitas adalah kemampuan suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. (Heizer & Render, 2016).
2. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan. (Ariani, 2004).
3. Ahyari (2002) berpendapat bahwa kualitas dapat di definisikan sebagai jumlah dari atribut atau sifat-sifat sebagaimana dideskripsikan didalam



produk dan jasa yang bersangkutan. Kualitas sangat erat berhubungan dengan produk dan jasa tersebut, karena akan menunjuk langsung terhadap atribut atau sifat-sifat dari produk dan jasa yang bersangkutan.

4. Kualitas adalah suatu standar khusus dimana kemampuan (*availability*), kinerja (*performance*), keandalan (*reability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*), dan karakteristik yang dapat diukur. (Yamit, 2013)
5. Kualitas merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa pemasaran, rekayasa pembinaan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan untuk memenuhi pelanggan. (Feingenbaum, 1992)

Dari uraian tentang pengertian kualitas tersebut di atas, pada prinsipnya mempunyai definisi yang hampir sama dan saling melengkapi satu dengan yang lainnya, yaitu penekanannya pada sifat atau karakteristik yang melekat pada produk. Karakteristik produk sangat dipengaruhi oleh seluruh proses operasi mulai dari kualitas bahan baku, ketrampilan dan kemampuan tenaga kerja, peralatan hingga faktor-faktor yang mendukung sistem operasi seperti penjadwalan, sistem persediaan dan sistem logistik.

## **2.2.2 Kualitas Layanan**

### **1. Pengertian**

Pengertian kualitas pelayanan jasa menurut Collier, yang dikutip oleh (Yamit, 2013) adalah “Kualitas pelayanan jasa adalah lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen

(standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).”

Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka terima atau mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2013).

Kualitas pelayanan adalah salah satu tolak ukur dalam menentukan keputusan pembelian oleh seorang pengguna jasa, karena melalui kualitas pelayanan dapat dinilai kinerja dan puas atau tidaknya konsumen dengan layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Zeithaml (1988) berpendapat bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan layanan secara menyeluruh. Bila penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian yang positif, maka kualitas layanan ini akan berdampak pada terjadinya keputusan pembelian.

Era globalisasi ini pemikiran ilmuwan dan praktisi tertuju pada bagaimana memberikan pelayanan yang berkualitas baik, efektif, dan efisien serta bagaimana mengembangkan strategi pelayanan yang baik kepada masyarakat umum. Pelayanan yang berkualitas, efisien, efektif disini dimaksudkan sebagai pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan

(masyarakat), hemat waktu, tenaga dan biaya serta tepat waktu dan tepat sasaran.

## 2. Dimensi Kualitas Layanan

Dimensi kualitas itu tergantung pada subjek penyedia jasa dengan berfokus pada objek yang dilayani. Dari penelitian Parasuraman, Zaithmal, & Berry, (1988) ada dimensi umum yang mewakili kriteria penilaian yang di gunakan pengguna jasa untuk kualitas pelayanan yaitu :

1. *Tangibles* didefinisikan sebagai penampilan dari fisik, peralatan, personil dan alat – alat komunikasi.
2. *Reliability* didefinisikan sebagai kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah di janjikan dengan tepat.
3. *Responsiveness* di definisikan sebagai kemauan untuk membantu pengguna jasa dengan memberikan pelayanan yang tepat.
4. *Competence* didefinisikan sebagai pengetahuan dan ketrampilan yang di perlukan dalam memberikan pelayanan.
5. *Courtesy* didefinisikan sebagai sikap hormat, sopan santun dan ramah tamah yang di berikan dalam melakukan pelayanan.
6. *Credibility* didefinisikan sebagai kepercayaan yang di berikan kepada pemberi jasa.
7. *Security* didefinisikan sebagai rasa bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
8. *Acess* di definisikan sebagai kemudahan dijangkau dan dihubungi.

9. *Communication* didefinisikan sebagai kemudahan berkomunikasi dengan pengguna jasa, termasuk kesediaan mendengarkan keluhan dari keinginan pengguna jasa.
10. *Understanding the customer* didefinisikan sebagai usaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan pengguna jasa.

Berdasarkan konsep kualitas pelayanan dan 10 dimensi penilaian di atas. Pada tool *ServQual*, 7 dimensi yang terakhir digolongkan ke dalam 2 dimensi yang lebih luas yaitu assurance dan empathy, sehingga dimensi-dimensi dalam *servqual* di sederhanakan menjadi :

1. *Tangibels* : Penampilan fisik, peralatan, Personil, Material-material, Komunikasi.
2. *Reliability* : Kemampuan untuk melaksanakan service yang telah dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan.
3. *Responsiveness* : Kemampuan untuk membantu pengguna jasa dan penyediaan service yang cepat.
4. *Assurance* : Pengetahuan dan kesopanan dan karyawan kemampuan mereka untuk mendapatkan kepercayaan pengguna jasa.
5. *Empathy* : Sikap peduli, perhatian secara individu yang di berikan oleh perusahaan kepada pengguna jasa.

### **2.2.3 Kualitas Makanan**

Kualitas makanan identik dengan kualitas produk. Produk adalah bentuk fisik barang yang ditawarkan dengan seperangkat citra (*image*) dan jasa (*service*) yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan. Produk dibeli

oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu. Karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk (*tangible features*), tetapi juga aspek nonfisik (*intangible features*) seperti citra dan jasa yang tidak dapat dilihat. Kualitas Produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Produk merupakan hasil dari kegiatan produksi. Dalam maknanya yang sempit, produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terakrit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi (Ahyari, 2002)

Menurut Garvin yang dikutip oleh (Gaspersz, 2007) untuk menentukan kualitas produk, dapat dimasukkan ke dalam 8 (delapan) dimensi, yaitu :

- 1) *Performance*; berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
- 2) *Feature*; karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
- 3) *Reliability*; berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
- 4) *Conformance*; berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian

merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

5) *Durability*; berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.

6) *Service Ability*; karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi kemudahan dan akurasi dalam memberikan layanan untuk memperbaiki barang.

7) *Aesthetic*; karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.

8) *Fit and Finish*; karakteristik yang bersifat subyektif yang berkaitan dengan perasaan pelanggan mengenai keberadaan produk sebagai produk yang berkualitas.

Kualitas tidak hanya terdapat pada produk atau jasa saja, melainkan dalam produk makanan juga terdapat kualitas. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Kualitas makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga. Kualitas makanan menurut Knight & Kotschevar (2007) yaitu tingkat konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan standar untuk produk dan kemudian mengecek *point-point* yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Point-point tersebut meliputi resep dan pengukuran yang benar, persiapan, temperatur, peralatan, kondisi produk selama persiapan, kebersihan, porsi dan faktor lainnya. Setiap produk makanan akan mempunyai standar sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan. Kualitas makanan didefinisikan sebagai sebuah konsep kualitas yang dapat memberikan

wawasan tentang bagaimana mempertahankan kualitas produk dan bagaimana pelanggan melihat produk disajikan.

Menurut Marsum (2005), hal – hal yang harus diterapkan dalam kualitas makanan, antara lain:

1) *Flavour* (rasa)

Dalam menyediakan suatu hidangan harus diperhatikan dalam hal rasa, makanan harus mempunyai rasa yang enak dengan baunya yang sedap. Meskipun rasa bersifat relatif namun makanan dengan rasa yang enak dapat menjadi unsur penting dalam kualitas makanan.

2) *Consistency* (kemantapan/ketetapan)

Mutu hidangan/menu yang disajikan harus dijaga dan sesuai dengan standar yang ada, supaya mantap atau tetap dalam kondisi yang terstandar, baik mutu, aroma maupun rasanya.

3) *Texture/Form/Shape* (susunan/bentuk/potongan)

*Texture*/susunan disini menjelaskan tentang upaya menyusun suatu hidangan yang lengkap yang harus memperhatikan adanya hidangan:

Sedangkan yang dimaksud dengan *Form/Shape* adalah irisan/potongan dari makanan yang disajikan. Baiknya irisan/potonganyang akan disajikan tidak monoton namun bervariasi untuk semua hidangan yang akan disajikan.

4) *Nutritional Content* (kandungan gizi)

Makanan yang akan disajikan harus diperhatikan pula kandungan gizinya. Walaupun disuatu *Food service industry* yang bersifat komersial, penyajian makanan lebih diutamakan, gizi dinomor duakan. Akan tetapi dalam

penyusunan menu boleh mengabaikan kandungan gizi. Seperti dalam satu hidangan terdiri dari karbohidrat, lemak, protein, serat dan kandungan gizi penting lainnya yang sesuai untuk porsi dewasa.

5) *Visual appeal* (Daya penarik lewat ketajaman mata)

Hidangan yang disajikan harus diatur, disusun dengan rapi dan menarik sehingga menimbulkan selera makan bagi pelanggan yang datang.

6) *Aromatic appeal* (Daya penarik lewat aroma)

Di dalam menyusun suatu hidangan perlu diperhatikan juga dari aromanya. Hidangan yang disajikan harus sedap/harum aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan pelanggan. Menurut penyelidikan ternyata daya penarik lewat mata jauh lebih kuat dari pada daya penarik lewat aroma. Hidangan yang disajikan harus sedap/harum aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan pelanggan. Menurut penyelidikan ternyata daya penarik lewat mata jauh lebih kuat dari pada daya penarik lewat aroma.

7) *Temperature* (Suhu)

Dalam menyajikan makanan harus diperhatikan suhu hidangan tersebut. Bila makanannya panas maka harus disajikan dalam keadaan yang panas, bila memungkinkan dengan piring yang panas. Begitu juga untuk makanan yang dingin.

#### **2.2.4 Lingkungan Fisik**

Lingkungan fisik adalah salah satu unsur yang harus di dayakan oleh organisasi sehingga menimbulkan rasa nyaman, tenang, dan dapat meningkatkan hasil kerja yang baik untuk meningkatkan kinerja organisasi



tersebut. Lingkungan fisik adalah sesuatu yang berada disekitar para pekerja yang meliputi cahaya, warna, udara, suara serta musik yang mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan (Moekijat, 1995). Lingkungan fisik merupakan segenap faktor fisik yang bersama-sama merupakan suatu suasana fisik yang meliputi suatu tempat kerja.

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan lingkungan fisik adalah segala sesuatu yang berada disekitar pengunjung restoran yang meliputi suhu udara, pencahayaan, suara, penghawaan, kebersihan serta sikap kerja yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan dalam menikmati produk yang disajikan. Fokus perhatian pada metode ini adalah suasana atau karakteristik yang ada di lingkungan restoran agar mampu memberikan suasana kenyamanan pengunjung dalam menikmati produk yang berujung pada kinerja perusahaan.

Bitner (1992) *servicescape* adalah “*The way the physical setting is created in organic nations has barely been tapped as a tangible organizational resource*” artinya pengaturan lingkungan fisik diciptakan supaya mendukung layanan yang diberikan oleh suatu organisasi. Bitner (1992) *Servicescape* memiliki dimensi kunci yang terdiri atas kondisi lingkungan (*ambient conditions*), ruang dan fungsi (*space and functionality*), dan penggunaan tanda-tanda, symbol dan artefak (*the use of signs, symbols, and artefaks*). Kondisi lingkungan dapat mempengaruhi perasaan konsumen dan memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan perilaku konsumen yang sesuai dengan harapan produsen. Kondisi lingkungan terdiri dari

pencahayaannya (*lighting*), musik (*music*), warna (*colour*), suhu udara (*temperature*), dan wewangian/aroma (*scent*).

Ruang dan fungsi meliputi pemasangan mebel dan peralatan ke dalam ruangan, membangun jalur sirkulasi untuk aktivitas yang tepat, penyusunan rencana pekerjaan yang terintegrasi, mebel, peralatan dan perabot yang harus dimiliki dan disediakan. Jalur sirkulasi ini sangat penting tidak hanya untuk lalu lintas dalam pekerjaan dan arah bagi pengguna, tetapi juga memungkinkan ruang yang cukup bagi benda-benda, peralatan dan perabot agar dapat digunakan secara efisien dan aman. Penggunaan tanda-tanda, simbol, dan artefak (*the use of signs, symbols, and artefaks*) oleh penyedia layanan untuk memberitahu pelanggan di dalam melalui proses pemberian layanan. Tanda, simbol dan artefak memberi sinyal kepada pelanggan tentang bagaimana perilaku yang biasa berlaku dan arah kemana pelanggan harus pergi. Pelanggan baru atau musiman mungkin akan bingung jika tidak ada simbol-simbol tersebut.

Menurut Bitner (1992) terdiri dari tiga dimensi *servicescape* yaitu:

1. *Ambient Conditions* (Kondisi Lingkungan)

Merupakan karakteristik lingkungan yang berkenaan dengan kelima panca indera. Latar belakang dari lingkungan seperti suhu, pencahayaan, musik, warna, bau dan gangguan suara). Beberapa gangguan kecil mungkin tidak akan mengganggu pelanggan namun jika kondisi lingkungan menjadi ekstrim dapat menjadi masalah serius dan membuat pelanggan tertekan.

2. *Spatial Layout And Functionality* (Tata Ruang Dan Fungsi)

Merupakan denah ruangan, ukuran, dan bentuk dari perlengkapan perabot, meja-meja, mesin dan peralatan yang berpotensi dan cara mereka diatur juga kemampuan benda-benda tersebut untuk memfasilitasi kegiatan transaksi jasa. Pengaturan peralatan dan interior untuk visual dari tampilan fisik dan fungsi-fungsi yang bermanfaat untuk penyerahan atau pelayanan jasa. Tata ruang (*spatial layout*) mengacu pada bagaimana ruangan tersebut digunakan dan dimana furnitur dan peralatan ditempatkan dalam kamar. Skala dan ukuran properti perhotelan mempengaruhi tata ruang. Fungsionalitas mengacu pada efektivitas tata ruang untuk memfasilitasi pelayanan yang efisien dan memberikan kinerja perusahaan yang baik. Tata ruang harus mencapai keseimbangan optimal antara persyaratan operasional dan harapan pelanggan.

3. *Signs, symbols, and artifacts* (tanda, symbol, dan artefak)

Tanda-tanda atau simbol juga bentuk bangunan yang mampu mengkomunikasikan tampilan bagi pelanggan. Segala sesuatu yang ada di lingkungan jasa yang berperan sebagai sinyal secara langsung maupun tidak langsung untuk mengkomunikasikan citra perusahaan, membantu pelanggan menemukan arahnya, dan untuk menyampaikan proses pelayanan jasa.

### **2.2.5 Kinerja Perusahaan**

Penilaian kinerja merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh

perusahaan. Menurut Bohlander & Snell (2010), penilaian kinerja dapat didefinisikan sebagai suatu proses penilaian yang dirancang untuk membantu karyawan mengerti peran, tujuan, ekspektasi, dan kesuksesan kinerja yang diadakan secara berkala

Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar seperti biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya. Beberapa ahli mengungkapkan bahwa ukuran kinerja perusahaan yang paling sering digunakan dalam penelitian empiris adalah kinerja keuangan (*financial performance*), kinerja operasional (*operational performance*), dan kinerja berbasis pasar (*market-based performance*) (Asghar Afshar Jahanshahi, Rezaei, Nawaser, Ranjbar, & Pitamber, 2012). Berikut adalah kinerja yang dapat di tinjau:

a. Kinerja Keuangan

Kinerja biasanya dinilai menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Kekurangan dari semua pengukuran berbasis data akuntansi adalah fokusnya pada kinerja yang sudah lalu. Data dari tahun-tahun sebelumnya sangat sedikit dapat menunjukkan potensi masa depan dari sebuah perusahaan.

b. Kinerja Operasional

Selain mengukur kinerja perusahaan berdasarkan kinerja keuangan, penting pula untuk mengukur berdasarkan kinerja non-keuangan.

Penggunaan konsep *balanced scorecard* yang semakin bertambah menunjukkan bahwa kinerja non-keuangan juga merupakan aspek yang penting dalam pengukuran kinerja perusahaan. Kinerja non-keuangan ini juga dikenal sebagai kinerja operasional dimana aspek-aspeknya mampu mengukur kinerja ketika informasi yang tersedia terkait dengan peluang sudah ada, namun belum terealisasi secara keuangan (Carton, 2004).

#### c. Kinerja Berbasis Pasar

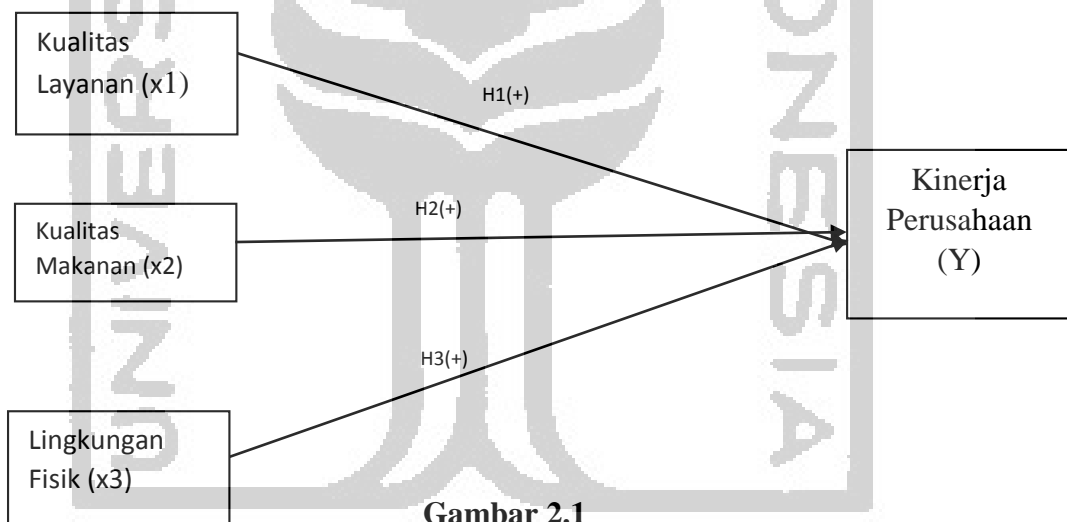
Kinerja berbasis pasar secara keseluruhan akan terpengaruh ketika pasar mengetahui informasi mengenai operasional perusahaan yang tidak termasuk dalam hasil kinerja keuangan (Carton, 2004). Ukuran kinerja berbasis pasar ini meliputi: tingkat pengembalian pada pemegang saham, *market value added* dan keuntungan tahunan (Carton, 2004).

Kinerja merupakan terjemahan dari kata *performance*. Adapun pengertian kinerja adalah sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun, sebenarnya kinerja mempunyai makna luas, tidak hanya hasil kerja, tetapi bagaimana proses suatu pekerjaan berlangsung. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis organisasi, kemajuan perusahaan, dan memberikan kontribusi pada ekonomi.

Kinerja pasar dapat diturunkan sebagai sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kinerja perusahaan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan dll (Oh, Cho, & Kim, 2015). Konsep-konsep operasi pada dasarnya menyarankan bahwa kinerja yang superior adalah hal yang diperlukan untuk kinerja yang unggul dari pasar

dan keuangan (kinerja subyektif) dari perusahaan. Kinerja pasar dan kinerja keuangan tidak dapat direalisasikan tanpa kinerja inovasi. Kinerja inovasi dapat memfasilitasi perusahaan untuk menghasilkan kinerja pasar dalam berbagai cara melalui membantu untuk mengidentifikasi kemungkinan teknologi dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan dan produk nilai superior kepada pelanggan dapat membantu untuk mendapatkan pelanggan baru. Dengan demikian kinerja perusahaan meningkatkan posisi pasar organisasi (Hogan & Coote, 2014).

### 2.3 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

### 2.4 Hipotesis Penelitian

H1 : kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H2 : kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H3 : lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan studi formal dengan metode pendekatan penelitian kuantitatif, pengumpulan data berdasarkan variabel-variabel dari teori yang telah dijelaskan sebelumnya dan kemudian ditetapkan indikator-indikator untuk pembuatan kuesioner. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner tersebut dianalisis dan diinterpretasikan melalui pengolahan data yang sesuai dengan penelitian ini (Cooper & Schindler, 2017).

#### **3.2 Variabel dan Definisi Operasional variabel**

##### **3.2.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen adalah variabel yang mengambil variabel terikat, entah secara positif maupun secara negative. (Sekaran dan Bougie, 2013). Dalam penelitian ini variabel independen adalah kualitas layanan (X1), kualitas makanan (X2), dan lingkungan kerja (X3).
2. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran dan Bougie, 2013). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kinerja perusahaan (Y).

### 3.2.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel dan definisi operasional variable digunakan untuk memudahkan penelitian dan membuat persamaan persepsi tentang variable yang digunakan.

#### 1. Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan jasa menurut Collier, yang dikutip oleh (Yamit, 2013) adalah “Kualitas pelayanan jasa adalah lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan). Kualitas Pelayanan diukur dengan menggunakan indikator-indikator sebagai berikut (Ryu et al., 2012):

1. Karyawan memberi saya makanan persis seperti yang saya pesan
2. Karyawan menyediakan layanan cepat dan tepat
3. Karyawan memberikan layanan dengan sopan dan ramah
4. Karyawan membuat saya merasa nyaman dalam berurusan dengan mereka
5. Karyawan memberikan layanan yang baik kepada pelanggan tanpa membedakan status
6. Kemudahan dalam proses pembayaran



## **2. Kualitas Makanan**

Kualitas makanan menurut Knight & Kotschevar (2007) yaitu tingkat konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan standar untuk produk dan kemudian mengecek point-point yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Kualitas makanan diukur dengan menggunakan indicator-indikator sebagai berikut (Ryu et al., 2012):

1. Makanan lezat
2. Makanan bergizi
3. Restoran menawarkan berbagai item menu
4. Restoran menawarkan makanan segar
5. Bau makanan menarik
6. Presentasi makanan secara visual menarik

## **3. Lingkungan Fisik**

Lingkungan fisik adalah sesuatu yang berada disekitar para pekerja yang meliputi cahaya, warna, udara, suara serta musik yang mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan (Moekijat, 1995).

Lingkungan fisik diukur dengan menggunakan indicator-indikator sebagai berikut (Ryu et al., 2012):

1. Restoran memiliki desain interior yang menarik
2. Musik latar belakang menyenangkan
3. Area makan sangat bersih
4. Karyawan berseragam serta berpakaian rapi
5. Tata letak fasilitas operasi tidak membatasi ruang gerak pelanggan

6. Fasilitas fisik untuk keperluan restoran sangat lengkap

#### 4. Kinerja Perusahaan

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis organisasi dan memberikan kontribusi pada ekonomu. Kinerja dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut (Asghar Afshar Jahanshahi et al., 2012).

1. Omset penjualan yang selalu meningkat dari tahun ke tahun
2. Laba yang dihasilkan selalu meningkat
3. Jumlah tenaga kerja yang semakin banyak
4. Jumlah produk yang dihasilkan semakin variatif
5. Jumlah outlet yang semakin meningkat
6. Jumlah pengunjung di setiap outlet semakin banyak

Penilaian masing-masing jawaban responden dilakukan dengan skala Likert. Skala yang digunakan dalam penelitian ini merupakan skala yang diadaptasi dari beberapa penelitian. Skala tersebut dimodifikasi dan disesuaikan dengan penelitian ini. Pengukuran skala tersebut menggunakan skala Likert dengan jumlah 5 butir, yaitu: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Tinggi rendahnya skor variabel tersebut bergerak dari angka 1-5, dengan ketentuan: sangat tidak setuju diberi skor 1, tidak setuju diberi skor 2, netral diberi skor 3, setuju diberi skor 4, dan sangat setuju diberi skor 5.

### **3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini terdapat 2 jenis data, diantaranya data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran (2006) Data bisa diperoleh dari dua sumber yaitu primer dan sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari pihak pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan spesifik studi. Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada.

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik ini merupakan suatu bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring.

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang berupa serangkaian daftar pertanyaan untuk dijawab responden. Kuesioner atau angket merupakan alat pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan yang disusun sedemikian rupa untuk dijawab responden, pertanyaan-pertanyaan tersebut harus cukup terperinci dan lengkap. Jenis pertanyaan yang akan diajukan dalam penelitian boleh jadi bersifat tertutup atau terbuka.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh objek yang diteliti. Sampel adalah besaran karakteristik tertentu dari sebagian populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasi. Populasi adalah

seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen..

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil atau ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Untuk menarik sifat karakteristik populasi, suatu sampel harus benar-benar dapat mewakili populasinya. Oleh karena itu, diperlukan tata cara yang digunakan dalam memilih bagian sampel sehingga dapat diperoleh sampel penelitian yang representatif seperti karakteristik populasinya. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Chicken Crush Yogyakarta. Adapun cara pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yaitu kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut (Sekaran dan Bougie, 2013). Dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang akan diteliti mengikuti rumus di bawah ini (Djarwanto & Subagyo, 2006) :

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right)^2$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

$Z \frac{1}{2} \alpha$  : Batas luar daerah. Nilai  $Z \frac{1}{2} \alpha$  adalah sebesar 1,96. Angka ini didapat dari tabel *t*, karena pada kondisi dimana nilai deviasi standar rata-rata tidak diketahui. Maka tabel-tabel tidak

berdistribusi normal langsung sehingga untuk jumlah populasi yang tidak terbatas atau yang berjumlah besar akan mengikuti nilai *tabel Z*.

E : Kesalahan maksimum yang mungkin dialami.

Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% dan kesalahan maksimum yang mungkin dialami (E) adalah sebesar 10% sedangkan deviasi standar rata-ratanya tidak diketahui, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak:

$$n = \frac{1}{4} \left( \frac{1,96}{0,1} \right)^2 = 96,04$$

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampelnya adalah 96 orang.

### **3.5 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data**

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan apa yang akan diukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan signifikansi dengan tingkat kesalahan penelitian, jika  $\text{sig} < \alpha$  (0,05) dan r hitung bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika  $\text{sig} > \alpha$  (0,05), maka variabel tersebut tidak valid (Ghozali, 2016).

#### **3.5.2 Uji Reliabilitas Data**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kestabilan dan konsistensi alat ukur yang digunakan untuk mengukur konsep bias dapat diminimalkan (Sekaran & Bougie, 2013). Suatu kuesioner dikatakan reliabel

atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Indikator untuk uji reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*, apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 menunjukkan instrumen yang digunakan reliabel. Langkah-langkah pengujian uji reliabilitas sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis kerja

$H_0$  = kuesioner tidak reliabel.

$H_a$  = kuesioner reliabel.

2) Menghitung harga statistik *Alpha Cronbach*.

3) Menentukan standar *Alpha Cronbach* sebesar 0,60.

4) Keputusan Pengujian

a) Apabila harga *Alpha Cronbach* yang dihasilkan kurang dari 0,60, maka  $H_0$  diterima artinya kuesioner tidak reliabel.

b) Apabila harga *Alpha Cronbach* yang dihasilkan lebih dari 0,60, maka  $H_0$  ditolak artinya kuesioner reliabel.

### **3.6. Metode Analisis Data**

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Penelitian akan dilakukan terhadap 100 responden, baru kemudian dilakukan analisis data. Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Analisis ini bertujuan untuk mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Data yang terkumpul dari kuesioner, biasanya memiliki

nilai yang beragam sehingga akan sulit untuk mengartikan nilai yang diperoleh. Maka dari itu digunakan suatu nilai yang cenderung merupakan nilai sentral yang mewakili semua data dalam kuesioner. Data tersebut biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisis berdasarkan data dalam tabel tersebut.

### 3.6.2 Analisis Statistik

Analisis statistik yaitu analisis dengan menggunakan teknik statistika untuk membuktikan hipotesis tertentu yang diajukan sebelumnya. Analisis statistika dapat dihitung dengan bantuan software statistik, yaitu SPSS.

#### 3.6.2.1 Uji Regresi Linier

Metode regresi linier dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen yang digunakan untuk menguji hubungannya dengan variabel dependen. Dalam hal ini, analisis regresi linier berganda merupakan teknik yang tepat untuk digunakan.

Model dalam analisis regresi berganda ini adalah:

$$Y = \alpha_1 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kinerja Perusahaan

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, = Koefisien regresi dari variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>,

X<sub>1</sub> = Kualitas Layanan

X<sub>2</sub> = Kualitas Makanan

X<sub>3</sub> = Lingkungan Fisik

$\alpha$	= Konstanta
E	= Error

### 3.6.2.2 Pengujian Hipotesis dengan Uji F (Simultan)

Hipotesis merupakan dugaan secara logis hubungan antara dua variabel atau lebih yang ditunjukkan dalam pernyataan yang dapat diuji kebenarannya. Pengujian secara simultan, Uji F ini digunakan untuk menunjukkan semua variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) (Ghozali, 2015), maka digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi secara keseluruhan.

Langkah-langkah pengujiannya adalah :

1) Merumuskan hipotesis.

$H_0$  : Tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

$H_a$  : Ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

2) Menetapkan taraf signifikan ( $\alpha$ ) dan atau derajat kebebasan (df) pengujian. Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%.

3) Melakukan kriteria perhitungan. Sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

$H_0$  diterima jika probabilitasnya  $\geq \alpha$

$H_0$  ditolak jika probabilitasnya  $< \alpha$

4) Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS



- 5) Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir (3) dan (4).

### 3.6.2.3 Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji T)

Pembuktian hipotesis dapat pula menggunakan uji t untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individu (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2015).

Langkah-langkah pengujiannya adalah :

- 1) Merumuskan hipotesis operasional.

Ho : Tidak ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

Ha : Ada pengaruh positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y)

- 2) Menetapkan taraf signifikan ( $\alpha$ ) dan atau derajat kebebasan (df) pengujian. Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%.
- 3) Melakukan kriteria perhitungan. Sehingga kriteria pengujian hipotesisnya :

Ho diterima jika probabilitasnya  $\geq \alpha$

Ho ditolak jika probabilitasnya  $< \alpha$

- 4) Melakukan perhitungan dengan bantuan program SPSS.
- 5) Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir (3) dan (4).

### 3.6.2.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar telah memenuhi asumsi-asumsi yang mendasari regresi. Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa merupakan metode regresi yang menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik. Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang biasa disebut dengan asumsi klasik (Ghozali, 2015).

### 1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variable bebas (independen) atau tidak. Kriteria penentuan bebas atau tidaknya model regresi linier berganda tersebut dari multikolonieritas dengan melihat nilai Variance Inflation Faktor (VIF) dan toleransi (Ghozali, 2015).

Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ .

Prosedur pengujian multikolonieritas adalah sebagai berikut :

1) Menentukan hipotesis operasional :

Ho : tidak ada pengaruh multikolonieritas.

Ha : ada pengaruh multikolonieritas.

2) Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :

Ho diterima jika  $VIF \leq 10$  dan toleransi  $\geq 0,1$

Ho ditolak jika  $VIF > 10$  dan toleransi  $< 0,1$

3) Menghitung nilai VIF dan toleransi

Perhitungan nilai VIF dan toleransi dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS.

- 4) Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3).

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedasitas atau tidak terjadi heteroskedasitas (Ghozali, 2015).

Uji heterokedasitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Deteksi adanya heteroskedasitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu Y adalah residual yang telah distudentized (Ghozali, 2015).

Langkah pengujian heteroskedasitas adalah sebagai berikut :

- 1) Menentukan hipotesis operasional :

Ho : Tidak ada pengaruh heteroskedasitas pada model regresi berganda.

Ha : Ada pengaruh heteroskedasitas pada model regresi berganda.

- 2) Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :

Ho diterima jika residual pada gambar Scatterplot terlihat menyebar secara acak.

$H_0$  ditolak jika residual pada gambar Scatterplot terlihat tidak menyebar secara acak.

- 3) Membuat gambar Scatterplot.

Pembuatan gambar Scatterplot dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

- 4) Menarik kesimpulan sesuai dengan butir (2) dan (3).

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan SPSS.

#### 3.6.2.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2015). Uji  $R^2$  digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independennya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen sangat terbatas.

Nilai  $R^2$  diperoleh dari output hasil regresi. Jika  $R^2 = 1$ , berarti suatu kecocokan yang sempurna. Jika  $R^2 = 0$ , berarti tidak ada hubungan antara

variabel independen dan variabel dependen. Semakin besar nilai  $R^2$  maka semakin baik model untuk digunakan.



## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Konsumen

Data primer yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti kemudian dianalisis. Analisis karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur dan pendidikan.

##### 4.1.1 Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil karakteristik responden konsumen berdasarkan jenis kelamin bisa dilihat dalam tabel 4.1

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	60	62,5%
Laki-Laki	36	37,5%
Total	96	100%

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang mengisi kuisioner mayoritas adalah responden perempuan yaitu berjumlah 60 responden atau sebesar 62,5% dan responden laki-laki berjumlah 36 responden atau sebesar 37,5%.

##### 4.1.2 Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Umur

Hasil tentang deskripsi responden konsumen berdasarkan karakteristik usia dapat dilihat seperti yang tertera dalam tabel 4.2 :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Umur	Jumlah	Persentase
<20 tahun	22	22,9%
21-30 tahun	58	60,4%
>30 tahun	16	16,7%
<b>Total</b>	96	100%

Sumber : Data Primer, 2019

Dengan melihat struktur usia responden dapat diketahui bahwa mayoritas berusia antara 21-30 tahun yaitu sebanyak 58 orang atau 60,4%. Sedangkan secara berturut-turut adalah mereka dengan umur < 20 tahun sebesar 22 orang atau 22,9%, dan mereka dengan umur > 30 tahun sebesar 16 orang atau 16,7%.

#### 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil tentang deskripsi responden konsumen berdasarkan karakteristik pekerjaan dapat dilihat seperti yang tersaji dalam tabel 4.3 :

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/TNI/POLRI	7	7,3%
Wiraswasta	18	18,8%
Pelajar/Mahasiswa	26	27,1%
Pegawai swasta	23	24,0%
Buruh	12	12,5%
Lain-lain	10	10,4%
<b>Total</b>	96	100%

Sumber : Data Primer, 2019

Dengan melihat pendidikan responden dapat diketahui bahwa mayoritas mempunyai pekerjaan Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 26 orang atau 27,1%. Sedangkan secara berturut-turut adalah mereka dengan pekerjaan pegawai swasta sebesar 23 orang atau 24%, wiraswasta sebesar 18 orang atau

18,8%, buruh sebesar 12 orang atau 12,5%, karyawan perusahaan sebesar 10 responden atau 10,4% dan PNS/TNI/POLRI sebesar 7 responden atau 7,3%.

#### 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Hasil tentang deskripsi responden konsumen berdasarkan karakteristik pendapat dapat dilihat seperti yang tersaji dalam tabel 4.4 :

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< 1 juta	35	36,6%
1,1 juta sampai 2 juta	48	50%
2,1 juta sampai 3 juta	6	6,3%
< 3 juta	7	7,3%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer, 2019

Dengan melihat pendapatan responden dapat diketahui bahwa mayoritas mempunyai pendapatan 1 juta sampai 2 juta yaitu sebanyak 48 orang atau 50%. Sedangkan secara berturut-turut adalah mereka dengan pendapatan  $\leq$  1 juta sebesar 35 orang atau 36,6%, 2 sampai 3 juta sebesar 6 orang atau 6,3%, dan diatas 3 juta sebesar 7 responden atau 7,3%.

#### 4.2 Uji Validitas dan Reabilitas Intrumen

##### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrument penelitian benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititikberatkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh



dengan instrument pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti.

Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$  ( $r_{x-y}$ ) pada taraf signifikansi 5%. Nilai  $r_{tabel}$  dengan jumlah responden sebanyak 96 responden diperoleh nilai sebesar 0.201. Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
<b>Kualitas Layanan</b>	X1.1	0.903	0.201	Valid
	X1.2	0.882		Valid
	X1.3	0.907		Valid
	X1.4	0.713		Valid
	X1.5	0.858		Valid
	X1.6	0.690		Valid
<b>Kualitas Makanan</b>	X2.1	0.896	0.201	Valid
	X2.2	0.908		Valid
	X2.3	0.916		Valid
	X2.4	0.815		Valid
	X2.5	0.630		Valid
	X2.6	0.675		Valid
<b>Lingkungan Fisik</b>	X3.1	0.904	0.201	Valid
	X3.2	0.879		Valid
	X3.3	0.892		Valid
	X3.4	0,767		Valid
	X3.5	0.804		Valid
	X3.6	0.858		Valid
<b>Kinerja Perusahaan</b>	Y1	0,715	0,201	Valid
	Y2	0,728		Valid
	Y3	0,874		Valid
	Y4	0,885		Valid

	Y5	0,875		Valid
	Y6	0,864		Valid

Sumber : Data Diolah

Seperti dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ( $r_{\text{tabel}} = 0.201$ ) atau lebih, maka butir instrumen dinyatakan valid. Dan hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir instrumen pernyataan variabel penelitian dapat dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik Alpha Cronbach. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliabel. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alfa	Kesimpulan
Kualitas Layanan	0.904	Reliabel
Kualitas Makanan	0.894	Reliabel
Lingkungan Fisik	0.924	Reliabel
Kinerja Perusahaan	0.897	Reliabel

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan reabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

#### **4.3 Kriteria Penilaian Variabel Penelitian**

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat tidak puas/Sangat tidak baik

1,81 – 2,60 = tidak puas/tidak baik

2,61 – 3,40 = cukup puas/cukup baik

3,41 – 4,20 = puas/baik

4,21 – 4,00 = Sangat puas/sangat baik

##### **4.3.1 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan**

Hasil penilaian responden terhadap variabel kualitas layanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.7**  
**Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan**

<b>Indikator</b>	<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Kriteria</b>
Karyawan memberi saya makanan persis seperti yang saya pesan	96	4,31	Sangat Baik
Karyawan menyediakan layanan cepat dan tepat	96	4,37	Sangat Baik
Karyawan memberikan layanan dengan sopan dan ramah	96	4,27	Sangat Baik
Karyawan membuat saya merasa nyaman dalam berurusan dengan mereka	96	4,32	Sangat Baik
Karyawan memberikan layanan yang baik kepada pelanggan tanpa membedakan status dalam melayani	96	4,36	Sangat Baik
Kemudahan dalam proses pembayaran	96	4,30	Sangat Baik
Penilaian Responden	96	4,32	Sangat Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 4,32 dan nilai tersebut kategori sangat baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mampu memberikan pengaruh sangat baik terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan penilaian responden pada variabel kualitas layanan tertinggi adalah pada indikator menyediakan layanan cepat dan tepat dengan rata – rata sebesar 4,37 dan penilaian terendah adalah pada indikator memberikan layanan dengan sopan dan ramah dengan rata – rata sebesar 4,27.

#### **4.3.2 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Makanan**

Hasil penilaian responden terhadap variabel kualitas makanan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Makanan**

<b>Indikator</b>	<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Kriteria</b>
Makanan yang disajikan sangat lezat	96	4.24	Baik
Makanan yang disajikan bergizi tinggi dan sehat	96	4.42	Sangat Baik
Restoran menawarkan berbagai item menu	96	4.34	Sangat Baik
Restoran menawarkan makanan segar	96	4,33	Sangat Baik
Bau makanan menarik	96	3,95	Baik
Presentasi makanan secara visual menarik	96	4,11	Baik
Penilaian Responden	96	4.24	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 4,24 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan mampu memberikan pengaruh baik terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan penilaian responden pada variabel kualitas makanan yang tertinggi adalah pada indikator Makanan yang disajikan bergizi tinggi dan sehat dengan rata – rata sebesar 4.42 dan penilaian terendah adalah Bau makanan menarik dengan rata – rata sebesar 3,95.

#### **4.3.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Lingkungan Fisik**

Hasil penilaian responden terhadap variabel lingkungan fisik dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.9**  
**Penilaian Responden Terhadap Variabel Lingkungan Fisik**

<b>Indikator</b>	<b>N</b>	<b>Mean</b>	<b>Kriteria</b>
Restoran memiliki desain interior yang menarik	96	4,28	Sangat baik
Musik latar belakang menyenangkan	96	4,34	Sangat Baik
Area makan sangat bersih	96	4,24	Baik
Karyawan berseragam serta berpakaian rapi	96	4,31	Sangat Baik
Tata letak tidak membatasi ruang gerak pelanggan	96	4,63	Sangat baik
Fasilitas fisik untuk keperluan restoran sangat lengkap	96	4,64	Sangat Baik
<b>Penilaian Responden</b>	<b>96</b>	<b>4,41</b>	<b>Sangat baik</b>

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 4,41 dan nilai tersebut kategori sangat baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel lingkungan fisik mampu memberikan pengaruh baik terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan penilaian responden pada variabel kualitas produk tertinggi adalah pada indikator Tata letak tidak membatasi ruang gerak pelanggan dengan rata – rata sebesar 4,63 dan penilaian terendah adalah pada indikator Area makan sangat bersih yaitu dengan rata – rata sebesar 4,24.

#### **4.3.4 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Kinerja Perusahaan**

Hasil penilaian responden terhadap variabel kinerja perusahaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.10**

### Penilaian Responden Terhadap Variabel Kinerja Perusahaan

Indikator	N	Mean	Kriteria
Omset penjualan yang selalu meningkat dari tahun ke taun	96	3,89	Baik
Laba yang dihasilkan selalu meningkat	96	3,90	Baik
Jumlah outlet yang semkain meningkat	96	4,59	Sangat Baik
Jumlah tenaga kerja yang semakin banyak	96	4,59	Sangat Baik
Jumlah produksi (kapasitas produksi yang semakin meningkat	96	4,58	Sangat Baik
Jumlah pegunjung semakin banyak	96	4,61	Sangat Baik
Penilaian Responden	96	4,36	Sangat Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 4,36 dan nilai tersebut kategori sangat baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa konsumen merasa kinerja perusahaan dalam kondisi sangat baik.

#### 4.4 Analisis Statistika

##### 4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji analisis regresi linier berganda pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel 4.10, berikut ini:

**Tabel 4.11**

### Hasil Uji Koefisien Regresi Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen

Variabel Independent	Koefisien Regresi	t-hitung	Signifikan	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X1)	0,256	2,327	0,022	Signifikan
Kualitas Makanan (X2)	0,278	4,107	0,000	Signifikan
Lingkungan Fisik (X3)	0,328	2,991	0,004	Signifikan
Konstanta	0,631	2,229	0,029	Signifikan
F hitung	59,259		0,000	Signifikan
R	0,812			
Adjusted R <sup>2</sup>	0,648			

Sumber : Data SPSS diolah

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan bantuan paket program SPSS, dapat diketahui bahwa semua variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent, dengan persamaan garis regresinya adalah:

$$Y = 0,631 + 0,256X_1 + 0,278X_2 + 0,328X_3 + e$$

Dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut;

- a. Nilai Konstanta sebesar 0,631. Hal ini berarti jika tidak ada perubahan seluruh variabel independent maka besarnya kinerja perusahaan akan sebesar 0,631 satuan.
- b. Variabel kualitas layanan merupakan variabel yang mempengaruhi kinerja perusahaan dengan koefisien positif sebesar 0,256. Berarti bila pada variabel kualitas layanan meningkat sebesar satu satuan kinerja perusahaan akan meningkat sebesar 0,256 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan. Adanya koefisien regresi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel kualitas layanan maka semakin besar kinerja perusahaan.



- c. Variabel kualitas makanan merupakan variabel yang mempengaruhi kinerja perusahaan dengan koefisien positif sebesar 0,278. Berarti bila pada variabel kualitas makanan meningkat sebesar satu satuan maka kinerja perusahaan akan meningkat sebesar 0.278 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan. Adanya koefisien regresi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel kualitas makanan maka semakin besar kinerja perusahaan.
- d. Variabel lingkungan fisik merupakan variabel yang mempengaruhi kinerja perusahaan dengan koefisien positif sebesar 0,328. Berarti bila pada variabel lingkungan fisik meningkat sebesar satu satuan kinerja perusahaan akan meningkat sebesar 0.328 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan. Adanya koefisien regresi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel lingkungan fisik maka semakin besar kinerja perusahaan.

#### 4.4.2 Uji Hipotesis

##### a. Uji Serentak (Uji F)

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis, digunakan uji F, yaitu dengan menguji koefisien regresi linear berganda secara serentak sehingga dapat diketahui variabel kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kinerja perusahaan (Y). Uji statistiknya adalah uji statistik F dan hipotesis yang diajukan yaitu :

- a.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$ , berarti tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Y).
- b.  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$ , berarti ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria pengambilan keputusan pengujian ini adalah :

- b. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.
- c. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS pada Tabel 4.10 dapat diketahui nilai probabilitas  $F_{hitung}$  sebesar 0.000, karena nilai probabilitas  $F_{hitung} < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

#### **b. Uji Parsial (Uji T)**

Untuk menguji pengaruh secara parsial variabel independen terhadap kinerja perusahaan digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi linear berganda secara parsial. Hipotesa yang diajukan yaitu:

- a.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen
- b.  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$  : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis ini adalah

- a. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

### 1. Uji Hipotesis 1

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.10, pada variabel kualitas layanan (X1) didapatkan nilai probabilitas  $t_{hitung}$  sebesar 0.022. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau  $0.000 < 0.05$  dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa ada kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

### 2. Uji Hipotesis 2

Hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.10 juga menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan didapatkan nilai probabilitas  $t_{hitung}$  sebesar 0.000. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau  $0.000 < 0.05$  dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak,  $H_a$  ditolak. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa ada kualitas makanan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

### 3. Uji Hipotesis 3

Hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.10 juga menunjukkan bahwa variabel lingkungan makanan didapatkan nilai probabilitas  $t_{hitung}$  sebesar 0.004. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau  $0.004 < 0.05$  dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak,  $H_a$  ditolak. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa ada lingkungan fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

#### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar antara 0-1. Artinya, semakin mendekati nol (0) maka pengaruh variabel (X) makin kecil, sebaliknya semakin mendekati angka satu maka pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) semakin besar.

Berdasarkan hasil analisis Tabel 4.10 dapat diketahui nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,648. Dengan nilai koefisien determinasi maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas layanan, kualitas makanan dan lingkungan fisik terhadap kinerja perusahaan sebesar 64,8% dapat dijelaskan sedang sisanya sebesar 35,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### 4.4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.4.3.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variable bebas (independent). Criteria penentuan bebas atau tidaknya model regresi linier berganda tersebut dari multikolonieritas adalah dengan menghitung nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*.

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.11:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
X1	.269	3.718
X2	.655	1.526
X3	.282	3.548

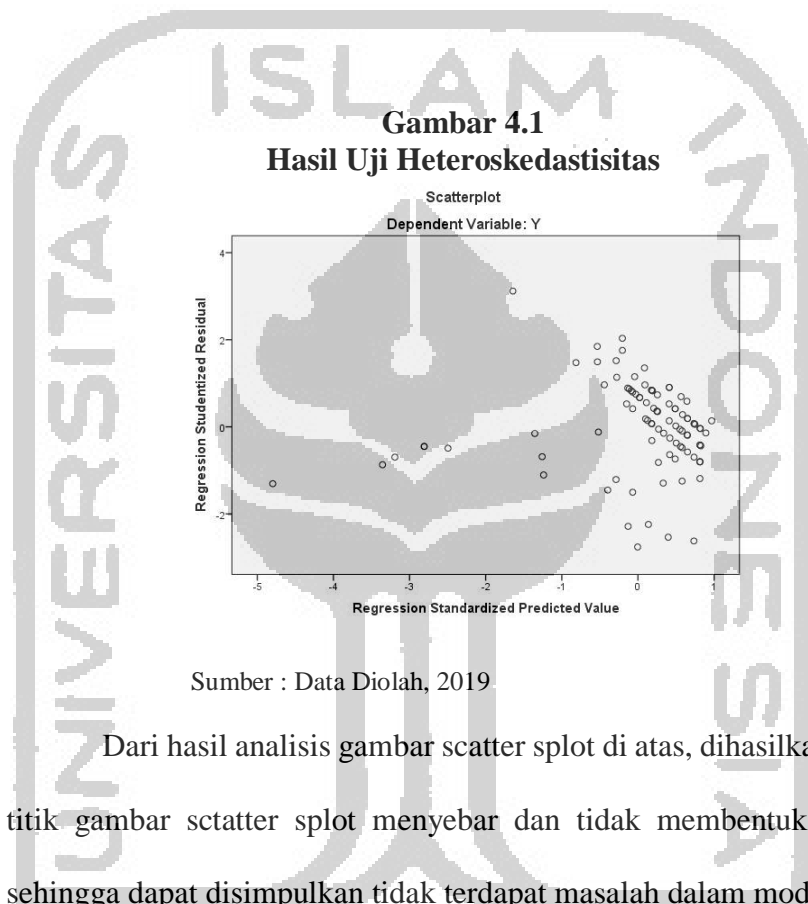
Sumber : Data Diolah, 2019

Berdasarkan uji multikolinieritas di atas, dihasilkan nilai tolerance masing-masing variabel lebih dari 0,1 dan nilai VIF masin-masing variabel kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi ini.

#### 4.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu pengujian untuk menemukan kondisi dimana nilai residu (perbedaan antara nilai sesungguhnya dengan nilai pendugaannya) tetapi konstan untuk semua nilai variable bebas (X). Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskesdasitas dengan melihat gambar scatterplot antara nilai prediksi variable terikat (dependen) yaitu ZEPRED

dengan residualnya SRESID. Suatu model persamaan regresi linier berganda dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila residual pada gambar scatterplot terus menyebar. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :



Sumber : Data Diolah, 2019

Dari hasil analisis gambar scatter plot di atas, dihasilkan bahwa titik-titik gambar scatter plot menyebar dan tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah dalam model regresi ini.

#### 4.4.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu salah satunya dengan analisis statistik. Hasil analisis uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.12.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.43012050
	Absolute	.069
Most Extreme Differences	Positive	.062
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.679
Asymp. Sig. (2-tailed)		.746

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas di atas, dapat disimpulkan bahwa sig 0,746 diatas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

## 4.5 Pembahasan

### 4.5.1 Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kualitas layanan maka kinerja perusahaan akan semakin baik.

Kualitas layanan diartikan sebagai derajat mutu dari layanan yang dihasilkan perusahaan, dimana kualitas layanan dikembangkan secara internal, artinya pengembangan kualitas layanan ditentukan oleh perusahaan. Menurut Zeithaml (1988) kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen dan kualitas layanan dibentuk oleh

perbandingan ideal dan persepsi dari kinerja kualitas. Kualitas layanan adalah salah satu bagian yang berhubungan dengan penciptaan superior value bagi pelanggan yang merupakan batu loncatan bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Semakin tinggi kualitas layanan yang tercermin dalam kecepatan dan keakuratan kinerja layanan, kecepatan dan keakuratan dalam merespon dan menyelesaikan komplain dari pelanggan, perhatian pada pelanggan akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan kemampulabaan perusahaan

Hasil ini sesuai penelitian Suchánek, Richter, & Králová (2014) meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan pada kinerja perusahaan industry makanan

#### **4.5.2 Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kinerja Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kualitas makanan maka kinerja perusahaan akan semakin baik.

Kualitas makanan identik dengan kualitas produk. Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan kepada pasar atau konsumen untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk yang mempunyai kondisi baik yang akan memuaskan konsumen, begitu sebaliknya jika produk dalam kondisi buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada konsumen. Semakin



tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula (Kotler dan Amstrong, 2012). Kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kinerja perusahaan. Sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga kinerja akan meningkat.

Produk yang mempunyai kualitas tinggi akan menjadi incaran konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Kompleksitas persaingan suatu industri menyebabkan setiap perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya agar dapat menarik minat para pelanggan. Kualitas merupakan sesuatu yang memuaskan konsumen, sehingga setiap upaya pengembangan kualitas harus dimulai dari pemahaman terhadap persepsi dan kebutuhan konsumen. Kualitas produk yang ingin ditingkatkan harus memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas produk telah mendapatkan perhatian yang sangat besar dalam praktek perusahaan maupun untuk kepentingan penelitian. Salah satu alasan untuk menaruh perhatian yang besar terhadap kualitas produk adalah karena kualitas produk merupakan faktor yang vital dalam menciptakan *superior value* untuk pelanggan. Terciptanya *superior value* bagi pelanggan merupakan batu loncatan bagi perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja pasar perusahaan.

Hasil ini sesuai penelitian Cannatelli, Pedrini, & Grumo (2017) meneliti mengenai pengaruh proses manajemen merek dan kualitas produk pada kinerja perusahaan mikro di industri pembuatan bir Italia.

#### **4.5.3 Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Kinerja Perusahaan**

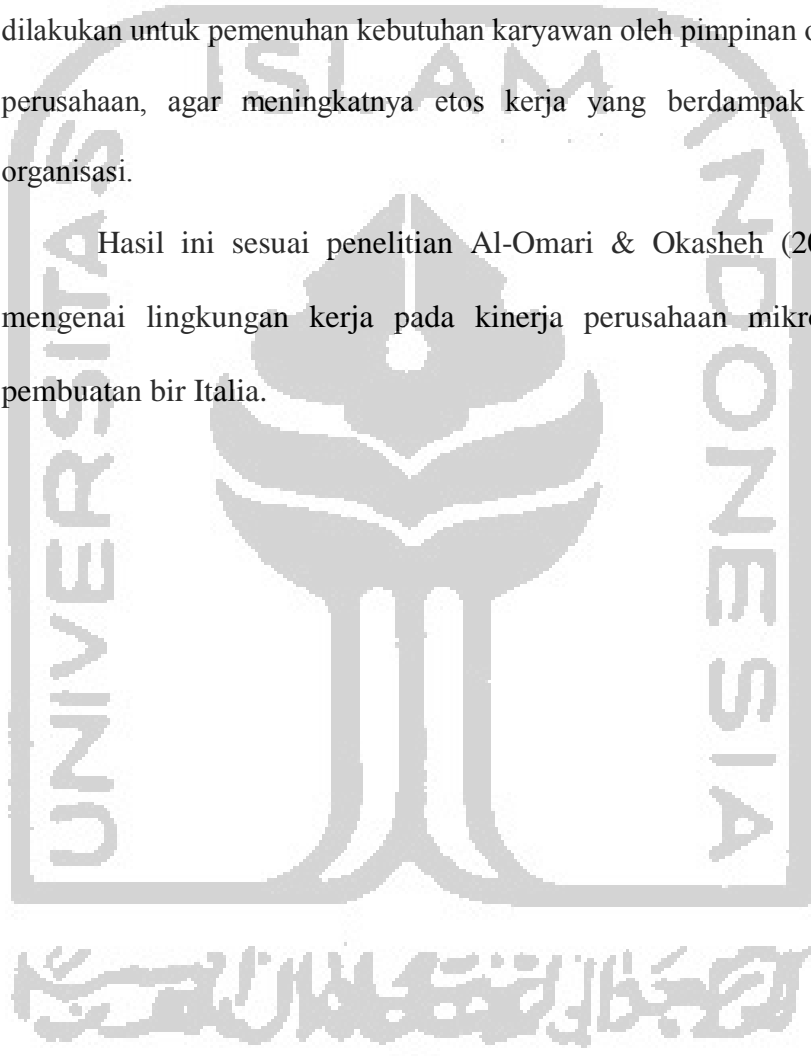
Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar lingkungan fisik maka kinerja perusahaan akan semakin baik.

Menurut Robbins & Judge (2014), kinerja adalah akumulasi hasil akhir semua proses dan kegiatan kerja organisasi. Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tapi berhubungan dengan kepuasan kerja dan tingkat imbalan, dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan sifat-sifat individu.

Salah satu peran penting yang harus ditekankan oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai tujuannya adalah dengan menciptakan lingkungan kerja. Seperti persepsi dari para karyawan mengenai lingkungan kerja yang mereka dapatkan sehingga karyawan dapat memberikan penilaian yang berbeda atas segala aspek dari lingkungan kerja. Apabila persepsi yang ditunjukkan karyawan itu baik pula karena dapat membuat para karyawan merasa lebih nyaman dan menyenangkan dengan keadaan lingkungan kerja yang baik sedangkan apabila persepsi yang ditunjukkan karyawanburuk maka kinerja dari karyawan tersebut juga akan berkurang. Maka dari itu organisasi harus menyediakan lingkungan kerja yang memadai seperti lingkungan fisik (tata ruang kantor yang nyaman, lingkungan yang bersih, pertukaran udara yang baik, warna, penerangan pencahayaan yang baik), Lingkungan kerja yang nyaman dan baik merupakan

hal yang sangat disenangi oleh karyawan pada umumnya, karena ini akan mempengaruhi kinerja karyawan yang diharapkan disetiap organisasi, bertujuan tidak lain ialah mengarah ke suatu kinerja yang positif terhadap organisasi dimana karyawan bekerja. Dan dalam pencapaian itu perlu proses yang tepat dilakukan untuk pemenuhan kebutuhan karyawan oleh pimpinan organisasi atau perusahaan, agar meningkatnya etos kerja yang berdampak pada kinerja organisasi.

Hasil ini sesuai penelitian Al-Omari & Okasheh (2017) meneliti mengenai lingkungan kerja pada kinerja perusahaan mikro di industri pembuatan bir Italia.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan maka kinerja perusahaan akan semakin baik.
2. Kualitas makanan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas makanan maka kinerja perusahaan akan semakin besar.
3. Lingkungan fisik berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi lingkungan fisik maka kinerja perusahaan akan semakin besar.

#### **5.2 Saran**

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan yang melakukan restrukturisasi.

1. Dengan adanya pengaruh kualitas produk, kualitas makanan dan lingkungan fisik yang signifikan terhadap kinerja perusahaan maka pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk, kualitas makanan dan lingkungan fisik.
2. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas makanan merupakan variable dengan penilaian terendah. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan

harus meningkatkan kualitas makanan dengan cara meningkatkan kelezatan makanan, kesehatan makanan, dan tingkat kehalalan.

3. Dari penilaian responden dapat disimpulkan bahwa makanan yang di sajikan serta presentasi makanan bisa di tingkatkan dengan penyajian yang lebih baik.
4. Karyawan harus memperhatikan area kebersihan di restoran agar suasananya menjadi lebih terlihat bersih dan rapi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, A. (2002). *Manajemen Produksi : Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta: BPFE.
- Al-Omari, K., & Okasheh, H. (2017). The influence of work environment on job performance: A case study of engineering company in Jordan. *International Journal of Applied Engineering Research*, 12(24), 15544–15550.
- Ariani, D. A. (2004). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Kuantitatif dalam Manajemen Kualitas)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Asghar Afshar Jahanshahi, Rezaei, M., Nawaser, K., Ranjbar, V., & Pitamber, K. B. (2012). Analyzing the effects of electronic commerce on organizational performance: Evidence from small and medium enterprises. *African Journal of Business Management*, 6(22), 6486–6496. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.1768>
- Atmaja, E. H. (2017). Manajemen Operasional Paket Wisata City Tour Surakarta di PT. Kirana Surya Gemilang Yogyakarta (Studi Kasus Rombongan Ikatan Wanita Bank Yogyakarta). *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(2), 140–155.
- Bitner, M.J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(April 1992), 57–71.
- Bitner, Mary Jo. (1992). Servicespaes : The Impact of Physical Surroundings on Customer and Employees. *Journal of Marketing*, 56, 57–71.
- Bohlander, G., & Snell, S. (2010). *Principles of Human Resource Management* (15th ed.). South-Western: Mason.
- Cannatelli, B., Pedrini, M., & Grumo, M. (2017). The Effect of Brand Management and Product Quality on Firm Performance: The Italian Craft Brewing Sector. *Journal of Food Products Marketing*, 23(3), 303–325. <https://doi.org/10.1080/10454446.2014.949989>
- Carton, R. (2004). *Measuring Organizational Performance: An Exploratory Study*.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2017). *Business research methods* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Djarwanto, P., & Subagyo, P. (2006). *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Evirasanti, M., Rahyuda, K., & Yasa, N. N. K. (2016). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Dan Behavioral Intentions (Studi Di Métis Restaurant). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*

*Universitas Udayana*, 5(12), 4331–4358.

- Feinguenbaum, A. (1992). *Kendali Mutu Terpadu* (3rd ed.). Jakarta: Erlangga.
- Fiani, M., & Edwin, J. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep ' S Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–6.
- Gaspersz, V. (2007). *Total Quality Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Structural Equation Modeling Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 24*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Heizer, J., & Render, B. (2016). *Operations Management* (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Hightower, R., & Shariat, M. (2009). Servicescape ' S Hierarchical Factor Structure Model. *Global Review of Business and Economic Research*, 5(2), 375–398.
- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 67(8), 1609–1621. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.09.007>
- Kegel, P. (2018). the Impact of the Physical Work Environment on Organizational Outcomes: a Structured Review of the Literature. *Journal of Facility Management Education and Research*, 1(1), 19–29. <https://doi.org/10.22361/jfmer/76637>
- Knight, J. ., & Kotschevar, L. . (2007). *Quantity food Production and Planning*. New York: John Wiley and Sons.
- Marsum, A. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya* (5th ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Moekijat. (1995). *Manajemen Kepegawaian*. Bandung: Alami.
- Oh, C., Cho, Y., & Kim, W. (2015). The effect of a firm's strategic innovation decisions on its market performance. *Technology Analysis and Strategic Management*, 27(1), 39–53. <https://doi.org/10.1080/09537325.2014.945413>
- Parasuraman, A., Zaithmal, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of*

*Retailing*, 64(1), 12–40.

Ransulangi, M. S., Mandey, S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Rumah Makan Ocean 27 Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 839–848.

Robbins, S. P., & Judge, T. (2014). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200–223. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.

Suchánek, P., Richter, J., & Králová, M. (2014). Customer satisfaction, product quality and performance of companies. *Review of Economic Perspectives*, 14(4), 329–344. <https://doi.org/10.1515/revecp-2015-0003>

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Tanjaya, S. C., Lapian, S. L. H. V. J., & Tumiwa, J. (2015). Analyzing The Effect of Quality Of Food, Service, And Physical Environment On Customer Satisfaction Case Study Of Cabal Dining. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 99–108.

Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: PT Andi.

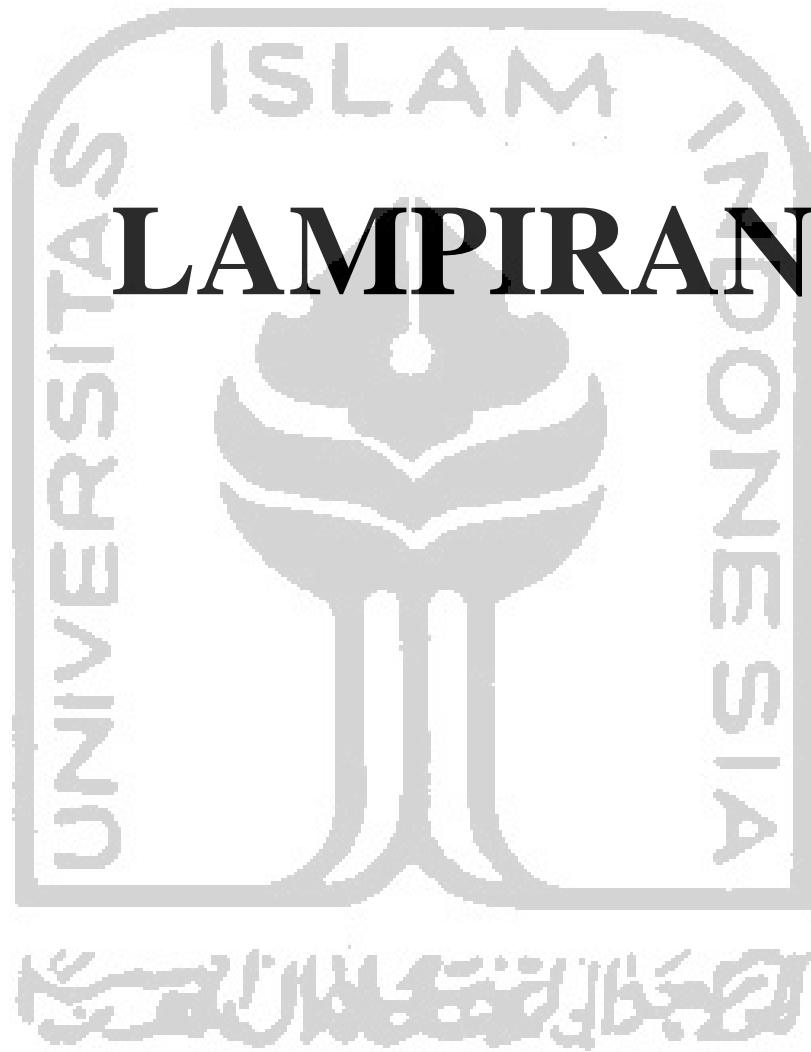
Yamit, Z. (2013). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Yee, R. W. Y., Yeung, A. C. L., & Edwin Cheng, T. C. (2010). An empirical study of employee loyalty, service quality and firm performance in the service industry. *International Journal of Production Economics*, 124(1), 109–120. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2009.10.015>

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(July 1988), 2–22.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6th ed.). Boston: McGraw-Hill.





## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Saudara

di tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dengan hormat, Saya mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang sedang menyusun tugas akhir berupa skripsi. Dalam rangka mencari data guna menyusun Skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Makanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Kinerja Perusahaan”**, maka saya memohon bantuan serta kesediaannya untuk mengisi angket ini. Atas partisipasi dan kesediaan dalam mengisi angket tersebut saya mengucapkan banyak terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*



Hormat Saya,  
Peneliti

Sela Fitta Merdeka

## DATA RESPONDEN

1. Jenis kelamin :

1. Laki-laki                      2. Perempuan

2. Usia :

- a. < 20 tahun  
b. 21 - 30 th  
c. > 30 tahun

3. Pekerjaan

- a. PNS/TNI/POLRI  
b. Wiraswasta  
c. Pelajar/Mahasiswa  
d. Pegawai swasta  
e. Buruh  
f. Lain-lain

4. Pendapatan

- a. < 1 juta  
b. 1,1 juta sampai 2 juta  
c. 2,1 juta sampai 3 juta  
d. > 3 juta



Petunjuk : Beri tanda centang (√) atau tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dan benar menurut Anda, serta isi pada tempat yang telah disediakan.

Kriteria penilaian kuesioner :

SS = SANGAT SETUJU

S = SETUJU

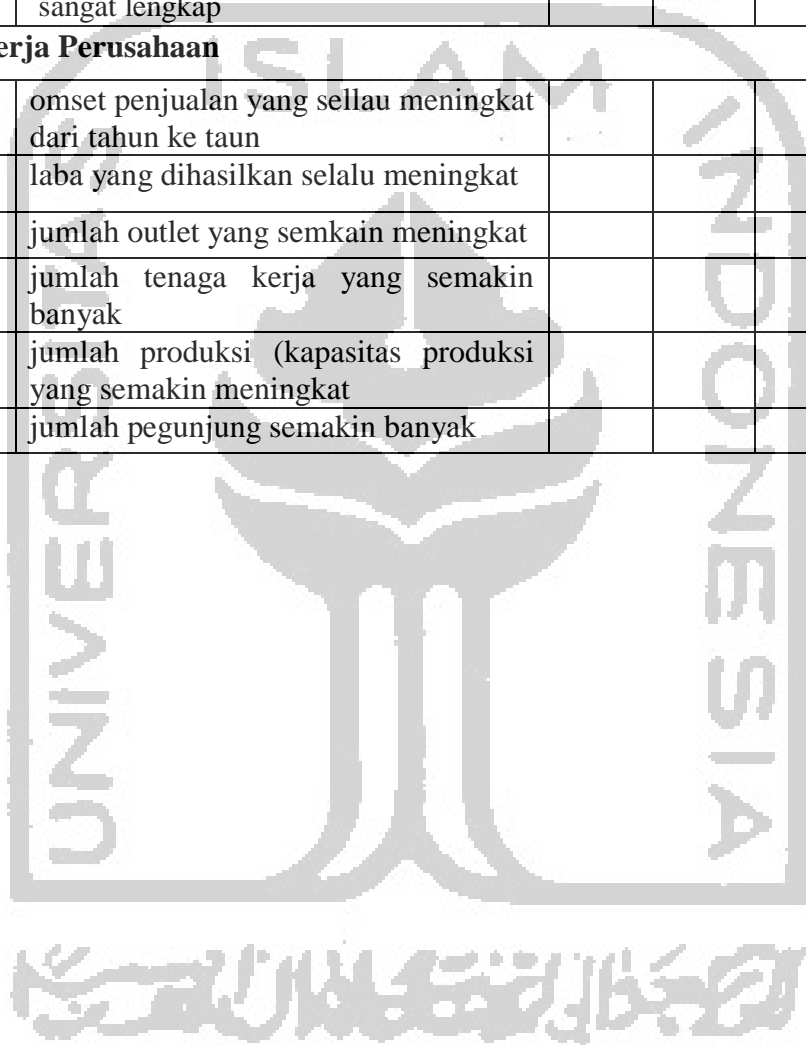
N = NETRAL

TS = TIDAK SETUJU

STS = SANGAT TIDAK SETUJU

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
<b>Kualitas Layanan</b>						
1	Karyawan memberi saya makanan persis seperti yang saya pesan					
2	Karyawan menyediakan layanan cepat dan tepat					
3	Karyawan memberikan layanan dengan sopan dan ramah					
4	Karyawan membuat saya merasa nyaman dalam berurusan dengan mereka					
5	Karyawan memberikan layanan yang baik kepada pelanggan dengan tidak membedakan status dalam melayani					
6	Kemudahan dalam proses pembayaran					
<b>Kualitas Makanan</b>						
1	Makanan yang disajikan sangat lezat					
2	Makanan yang disajikan bergizi tinggi dan sehat					
3	Restoran menawarkan berbagai item menu					
4	Restoran menawarkan makanan segar					
5	Bau makanan menarik					
6	Presentasi makanan secara visual menarik					
<b>Lingkungan Fisik</b>						
1	Restoran memiliki desain interior yang menarik					
2	Musik latar belakang menyenangkan					

3	Area makan sangat bersih					
4	Karyawan rapi dan berpakaian rapi					
5	Tata letak fasilitas operasi tidak membatasi ruang gerak pelanggan					
6	Fasilitas fisik untuk keperluan restoran sangat lengkap					
<b>Kinerja Perusahaan</b>						
1	omset penjualan yang sellau meningkat dari tahun ke taun					
2	laba yang dihasilkan selalu meningkat					
3	jumlah outlet yang semkain meningkat					
4	jumlah tenaga kerja yang semakin banyak					
5	jumlah produksi (kapasitas produksi yang semakin meningkat					
6	jumlah pengunjung semakin banyak					



## LAMPIRAN 2

### Tabulasi Data Mentah

Responde	Kualitas Layanan (X1)						Mean	Kualitas Makanan (X2)						Mean
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	4	4	4	5	4	4	4.17	5	5	5	5	3	5	4.67
4	5	4	5	4	5	5	4.67	2	2	2	2	3	5	2.67
5	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	4	3	2	2	3.17
6	2	2	2	3	2	2	2.17	2	2	2	2	2	2	2
7	3	3	3	5	3	5	3.67	4	5	5	4	5	5	4.67
8	4	4	4	4	3	3	3.67	5	5	5	5	4	5	4.83
9	2	2	2	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
10	4	5	5	5	5	5	4.83	5	5	5	5	4	4	4.67
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4.67
12	5	4	5	5	5	5	4.83	5	5	5	5	4	4	4.67
13	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4.5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4.83
15	5	4	4	5	3	5	4.33	4	5	5	5	4	4	4.5
16	5	5	5	4	5	5	4.83	2	2	2	2	4	4	2.67
17	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4.67
18	5	4	5	4	5	5	4.67	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4.5
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	5	4	4	5	5	5	4.67	4	5	5	5	5	5	4.83
22	5	5	5	4	5	5	4.83	5	5	5	5	4	4	4.67
23	4	4	4	5	4	4	4.17	5	5	5	5	4	4	4.67
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4.67
25	5	5	5	5	5	3	4.67	3	3	3	5	4	4	3.67
26	5	5	5	4	5	5	4.83	5	5	5	3	4	4	4.33
27	5	5	4	5	4	5	4.67	5	5	5	5	3	4	4.5
28	5	4	5	4	5	5	4.67	2	2	2	2	5	5	3
29	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	4	5	2	2	3.5
30	4	5	4	5	5	5	4.67	4	5	4	4	5	5	4.5
31	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4.67
32	5	5	5	4	5	3	4.5	5	5	5	5	2	2	4
33	4	4	4	5	4	4	4.17	2	2	2	2	2	2	2
34	5	4	5	5	5	3	4.5	5	5	5	4	5	5	4.83
35	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	3	4	4	2.83
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4.5
37	4	5	5	4	5	3	4.33	5	5	5	5	3	4	4.5
38	5	5	4	5	4	5	4.67	2	2	2	2	4	4	2.67
39	5	4	5	4	5	3	4.33	5	5	5	5	4	5	4.83
40	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	4	5	4	4	4.17
41	4	5	4	4	5	2	4	4	5	4	4	4	5	4.33
42	5	4	4	4	5	5	4.5	4	5	5	4	4	5	4.5
43	4	4	4	4	4	5	4.17	5	5	5	5	4	4	4.67

44	4	4	4	5	4	5	4.33	5	5	5	5	4	4	4.67
45	5	4	5	4	5	4	4.5	5	5	5	5	4	4	4.67
46	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	4	5	4	4	4.17
47	4	5	4	3	5	5	4.33	4	5	4	4	5	5	4.5
48	3	3	3	5	3	2	3.17	4	5	5	4	5	5	4.67
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4.83
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4.5
51	4	5	5	4	5	5	4.67	5	5	5	5	4	4	4.67
52	5	5	4	5	4	5	4.67	5	5	5	5	3	5	4.67
53	5	4	5	4	5	3	4.33	4	4	4	5	4	4	4.17
54	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	4	4	5	5	4.33
55	4	5	4	4	5	3	4.17	3	3	3	4	5	5	3.83
56	5	4	4	5	3	5	4.33	4	5	5	3	5	4	4.33
57	5	5	5	4	5	5	4.83	5	5	5	5	4	4	4.67
58	4	4	4	5	4	4	4.17	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4.67
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
62	5	5	4	5	4	5	4.67	5	5	5	5	5	5	5
63	5	4	5	4	5	5	4.67	5	5	5	5	4	4	4.67
64	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	4	5	4	4	4.17
65	4	5	4	4	5	5	4.5	4	5	4	4	4	4	4.17
66	4	4	4	5	3	3	3.83	4	5	5	4	4	4	4.33
67	5	5	5	4	5	5	4.83	5	5	5	5	4	4	4.67
68	4	4	4	5	4	5	4.33	5	5	5	5	5	5	5
69	5	4	5	4	5	5	4.67	5	5	5	5	5	5	5
70	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	4	5	5	5	4.5
71	4	5	4	5	5	5	4.67	4	5	4	4	4	4	4.17
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4.5
73	2	2	2	3	2	3	2.33	3	3	3	5	5	5	4
74	4	5	5	4	5	5	4.67	5	5	5	3	3	3	4
75	5	5	4	5	4	5	4.67	5	5	5	5	3	5	4.67
76	5	4	5	4	5	5	4.67	5	5	5	5	4	4	4.67
77	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	4	5	5	3	4.17
78	4	5	4	5	5	5	4.67	4	5	4	4	5	5	4.5
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4.67
80	5	5	5	5	5	3	4.67	5	5	5	5	4	5	4.83
81	4	5	5	4	5	5	4.67	5	5	5	5	2	5	4.5
82	5	5	4	5	4	3	4.33	3	3	3	5	4	4	3.67
83	5	4	5	5	5	4	4.67	5	5	5	3	5	5	4.67
84	5	5	5	4	4	3	4.33	4	4	4	5	4	3	4
85	4	5	4	5	5	5	4.67	4	5	4	4	4	4	4.17

86	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4.67
87	5	5	5	2	5	3	4.17	5	5	5	5	4	4	4.67
88	2	2	2	5	4	5	3.33	5	5	5	5	4	4	4.67
89	5	5	5	5	5	3	4.67	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	3	4.67	5	5	5	5	2	2	4
91	4	5	5	5	5	4	4.67	5	5	5	5	4	4	4.67
92	5	5	5	5	5	4	4.83	5	5	5	5	4	5	4.83
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4.67
94	5	5	5	4	5	5	4.83	4	4	4	5	4	4	4.17
95	2	2	2	3	2	2	2.17	4	5	4	4	2	2	3.5
96	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4.33
Mean	4.3	4.3	4.2	4.3	4.3	4.3	4.32	4.2	4.4	4.3	4.3	3.9	4.1	4.24

Responden	Lingkungan Fisik (X3)							Kinerja (Y)						
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Mean	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Mean
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2.5
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2.5
3	4	4	4	5	5	5	4.5	4	4	5	5	5	4	4.5
4	5	4	5	4	5	4	4.5	4	4	5	5	5	5	4.67
5	4	5	4	4	5	4	4.33	5	5	5	5	4	5	4.83
6	2	2	2	3	2	2	2.17	2	2	2	2	2	3	2.17
7	3	3	3	5	5	4	3.83	2	2	4	3	5	5	3.5
8	5	5	5	5	4	4	4.67	2	2	4	5	4	4	3.5
9	2	2	2	2	4	3	2.5	2	2	4	4	4	4	3.33
10	4	5	5	5	5	5	4.83	3	4	5	5	5	5	4.5
11	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4.33
12	5	4	5	5	5	5	4.83	5	4	5	5	5	5	4.83
13	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4.83
14	2	2	2	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5
15	5	4	4	5	5	4	4.5	4	4	4	5	5	5	4.5
16	5	5	5	4	5	5	4.83	5	4	4	5	5	5	4.67
17	4	4	4	5	5	5	4.5	5	3	5	5	5	5	4.67
18	5	4	5	4	5	4	4.5	4	4	5	5	5	5	4.67
19	4	4	4	3	5	5	4.17	3	4	5	5	5	5	4.5
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	5	4	4	5	5	5	4.67	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	4	5	4	4.67	3	4	5	5	5	5	4.5
23	4	4	4	5	5	5	4.5	4	4	3	5	5	5	4.33
24	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4.5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4.67
26	5	5	5	4	5	5	4.83	5	3	5	5	5	5	4.67



27	5	5	4	5	5	5	4.83	3	4	5	5	5	5	4.5
28	5	4	5	4	5	5	4.67	5	5	5	4	5	5	4.83
29	4	5	4	4	5	5	4.5	2	2	5	3	5	5	3.67
30	4	5	4	5	5	5	4.67	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4.5
32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	4	4	3.5
33	4	4	4	5	3	5	4.17	2	2	3	4	4	4	3.17
34	5	4	5	5	5	5	4.83	5	4	5	5	5	5	4.83
35	5	5	5	5	4	5	4.83	2	2	4	4	4	4	3.33
36	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4.5
37	4	5	5	4	5	5	4.67	4	4	5	4	4	4	4.17
38	5	5	4	5	4	5	4.67	4	5	4	4	5	5	4.5
39	5	4	5	4	4	5	4.5	5	4	5	4	3	3	4
40	4	5	4	4	5	5	4.5	4	4	5	5	5	5	4.67
41	4	5	4	4	5	5	4.5	5	4	5	5	5	5	4.83
42	5	4	4	4	5	5	4.5	4	5	5	4	5	5	4.67
43	4	4	4	4	5	5	4.33	4	5	5	5	5	5	4.83
44	4	4	4	5	5	5	4.5	3	5	5	5	5	5	4.67
45	5	4	5	4	5	5	4.67	4	4	5	5	4	4	4.33
46	4	5	4	4	5	5	4.5	5	3	5	5	5	5	4.67
47	4	5	4	3	5	5	4.33	5	5	5	5	5	5	5
48	3	3	3	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4
49	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4.83
50	5	5	5	5	5	4	4.83	5	3	5	5	5	5	4.67
51	4	5	5	4	5	4	4.5	2	2	4	5	4	4	3.5
52	5	5	4	5	5	4	4.67	5	4	5	5	5	5	4.83
53	5	4	5	4	4	4	4.33	2	2	4	4	5	5	3.67
54	4	5	4	4	5	5	4.5	3	4	5	5	5	5	4.5
55	4	5	4	4	5	5	4.5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	4	4	5	5	5	4.67	4	5	5	5	5	5	4.83
57	5	5	5	4	5	5	4.83	5	4	5	5	5	5	4.83
58	4	4	4	5	5	5	4.5	4	5	4	4	5	5	4.5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4.67
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
62	5	5	4	5	5	5	4.83	2	2	5	5	4	4	3.67
63	5	4	5	4	5	5	4.67	4	4	5	5	4	4	4.33
64	4	5	4	4	4	5	4.33	4	4	5	5	5	5	4.67
65	4	5	4	4	3	5	4.17	4	4	5	5	5	5	4.67
66	4	4	4	5	5	5	4.5	4	4	5	5	5	5	4.67
67	5	5	5	4	5	5	4.83	4	4	5	5	5	5	4.67
68	4	4	4	5	5	5	4.5	5	4	5	5	5	5	4.83

69	5	4	5	4	5	5	4.67	5	5	5	5	5	5	5
70	4	5	4	4	5	5	4.5	4	5	5	5	5	5	4.83
71	4	5	4	5	5	5	4.67	4	4	5	5	5	5	4.67
72	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4.83
73	2	2	2	3	5	5	3.17	5	5	5	5	4	4	4.67
74	4	5	5	4	3	5	4.33	3	4	3	3	3	3	3.17
75	5	5	4	5	5	5	4.83	4	4	5	5	5	5	4.67
76	5	4	5	4	5	5	4.67	4	5	5	5	5	5	4.83
77	4	5	4	4	4	5	4.33	5	4	5	5	4	4	4.5
78	4	5	4	5	5	5	4.67	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4.5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4.83
81	4	5	5	4	5	5	4.67	3	5	5	5	5	5	4.67
82	5	5	4	5	5	5	4.83	3	5	5	5	5	5	4.67
83	5	4	5	5	5	5	4.83	4	3	5	5	5	5	4.5
84	5	5	5	4	5	5	4.83	3	4	5	5	5	5	4.5
85	4	5	4	5	5	5	4.67	5	4	5	5	5	5	4.83
86	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4.67
87	5	5	5	2	5	5	4.5	5	4	5	5	5	5	4.83
88	2	2	2	5	4	5	3.33	4	5	4	4	5	5	4.5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4.67
90	5	5	5	5	4	5	4.83	3	4	5	5	5	5	4.5
91	4	5	5	5	5	5	4.83	3	4	4	4	5	5	4.17
92	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4.83
93	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4.83
94	5	5	5	4	5	5	4.83	3	4	5	5	5	5	4.5
95	2	2	2	3	2	2	2.17	4	4	2	2	2	2	2.67
96	4	4	4	4	5	5	4.33	4	4	5	5	5	5	4.67
Mean	4.28	4.3	4.2	4.31	4.63	4.65	4.41	3.89	3.9	4.5	4.5	4.58	4.61	4.36

### LAMPIRAN 3

#### Hasil Uji Validitas

##### 1. Kualitas Layanan

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	Pearson Correlation	1	.780**	.906**	.602**	.735**	.470**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
X1.2	N	96	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.780**	1	.806**	.558**	.725**	.508**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.906**	.806**	1	.535**	.832**	.434**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.602**	.558**	.535**	1	.455**	.423**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	.735**	.725**	.832**	.455**	1	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.6	Pearson Correlation	.470**	.508**	.434**	.423**	.507**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.903**	.882**	.907**	.713**	.858**	.690**
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96

### Correlations

		TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	.903
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.2	Pearson Correlation	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.3	Pearson Correlation	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.4	Pearson Correlation	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.5	Pearson Correlation	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X1.6	Pearson Correlation	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
TOTAL	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	96

## 2. Kualitas Makanan

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1	Pearson Correlation	1	.928**	.955**	.776**	.288**	.363**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.004	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.928**	1	.964**	.704**	.360**	.414**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.955**	.964**	1	.736**	.349**	.406**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000

	N	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.776**	.704**	.736**	1	.342**	.370**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000
X2.5	N	96	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.288**	.360**	.349**	.342**	1	.754**
X2.6	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.001		.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.363**	.414**	.406**	.370**	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.896**	.908**	.916**	.815**	.630**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96

**Correlations**

		TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	.896
	Sig. (2-tailed)	.000
X2.2	N	96
	Pearson Correlation	.908**
X2.3	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
X2.4	Pearson Correlation	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000
X2.5	N	96
	Pearson Correlation	.815**
X2.6	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
TOTAL	Pearson Correlation	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

3. Lingkungan Fisik

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
X3.1	Pearson Correlation	1	.788**	.908**	.610**	.622**	.650**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
X3.2	N	96	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.788**	1	.812**	.566**	.592**	.696**
X3.3	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.908**	.812**	1	.543**	.596**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000

	N	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.610**	.566**	.543**	1	.571**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
X3.5	N	96	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.622**	.592**	.596**	.571**	1	.774**
X3.6	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.650**	.696**	.651**	.655**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.904**	.879**	.892**	.767**	.804**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96

		Correlations		TOTAL
X3.1	Pearson Correlation			.904
	Sig. (2-tailed)			.000
X3.2	N			96
	Pearson Correlation			.879**
X3.3	Sig. (2-tailed)			.000
	N			96
X3.4	Pearson Correlation			.892**
	Sig. (2-tailed)			.000
X3.5	N			96
	Pearson Correlation			.767**
X3.6	Sig. (2-tailed)			.000
	N			96
TOTAL	Pearson Correlation			.804**
	Sig. (2-tailed)			.000
	N			96
TOTAL	Pearson Correlation			.858**
	Sig. (2-tailed)			.000
	N			96

#### 4. Kinerja Perusahaan

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation	1	.597**	.479**	.502**	.402**	.410**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
Y2	N	96	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.597**	1	.486**	.486**	.454**	.465**
Y3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.479**	.486**	1	.859**	.794**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	N	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.502**	.486**	.859**	1	.808**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
Y5	N	96	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.402**	.454**	.794**	.808**	1	.966**
Y6	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.410**	.465**	.755**	.771**	.966**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
	Pearson Correlation	.715**	.728**	.874**	.885**	.875**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96

**Correlations**

		TOTAL
Y1	Pearson Correlation	.715
	Sig. (2-tailed)	.000
Y2	N	96
	Pearson Correlation	.728**
Y3	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
Y4	Pearson Correlation	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000
Y5	N	96
	Pearson Correlation	.885**
Y6	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
TOTAL	Pearson Correlation	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96
	Pearson Correlation	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	96

**LAMPIRAN 4**

**Hasil Uji Reliabilitas**

**1. Kualitas Layanan**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
---------------------	------------

.904	6
------	---

**2. Kualitas Makanan**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	6

**3. Lingkungan Fisik**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	6

**4. Kinerja Perusahaan**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	6

**LAMPIRAN 5**

**Hasil Uji Statistik**

**Regression**

**Notes**

Output Created	15-OCT-2019 17:13:57
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0
	Filter <none>

	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		96
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.	
Syntax		<pre> REGRESSION   /MISSING LISTWISE   /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL   /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)   /NOORIGIN   /DEPENDENT VAR00004   /METHOD=ENTER VAR00001 VAR00002 VAR00003   /SCATTERPLOT=(*SRESID *ZPRED)   /SAVE RESID. </pre>	
Resources	Processor Time		00:00:01,92
	Elapsed Time		00:00:03,46
	Memory Required	1956 bytes	
	Additional Memory Required for Residual Plots	224 bytes	
Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual	

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**



Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 <sup>a</sup>	.659	.648	.43708

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33.962	3	11.321	59.259	.000 <sup>b</sup>
	Residual	17.575	92	.191		
	Total	51.537	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.631	.284		2.222	.029
	X1	.256	.110	.273	2.327	.022
	X2	.278	.068	.309	4.107	.000
	X3	.328	.110	.343	2.991	.004

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		

X1	.269	3.718
X2	.655	1.526
X3	.282	3.548

a. Dependent Variable: Y

#### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.959	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.019	14.468	.85	.09	.00	.06
	3	.018	14.982	.13	.03	.99	.04
	4	.005	28.973	.01	.88	.01	.89

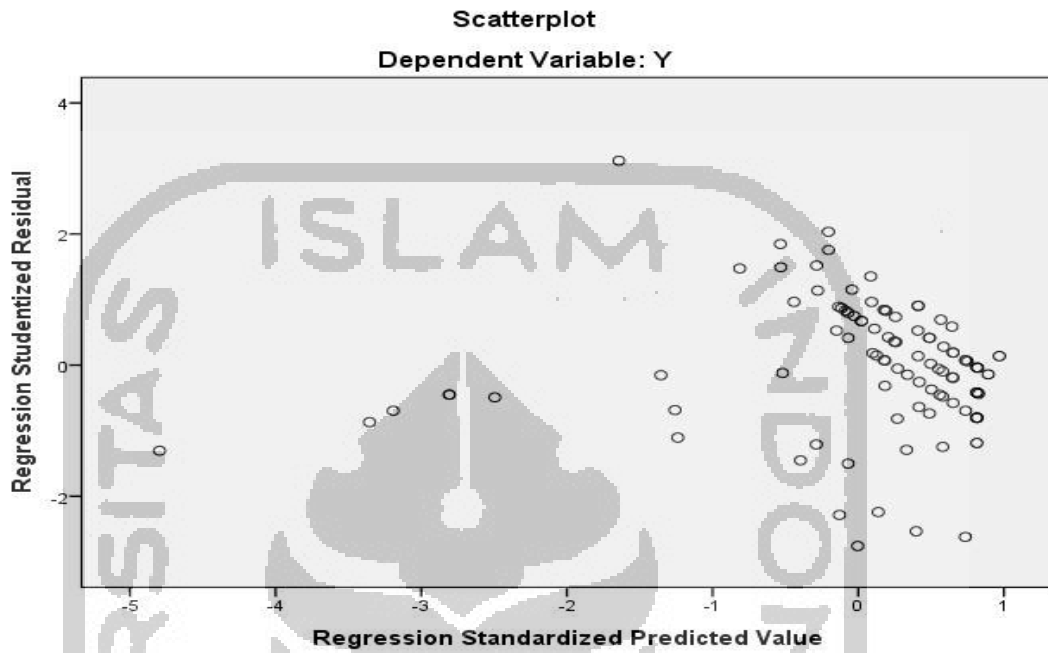
a. Dependent Variable: Y

#### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.4929	4.9405	4.3611	.59791	96
Std. Predicted Value	-4.797	.969	.000	1.000	96
Standard Error of Predicted Value	.046	.281	.078	.044	96
Adjusted Predicted Value	1.6607	4.9392	4.3613	.58834	96
Residual	-1.19198	1.28822	.00000	.43012	96
Std. Residual	-2.727	2.947	.000	.984	96
Stud. Residual	-2.760	3.118	.000	1.014	96
Deleted Residual	-1.22058	1.44166	-.00021	.45829	96
Stud. Deleted Residual	-2.866	3.279	-.002	1.032	96
Mahal. Distance	.047	38.352	2.969	5.799	96
Cook's Distance	.000	.376	.017	.053	96
Centered Leverage Value	.000	.404	.031	.061	96

a. Dependent Variable: Y

## Charts



## NPar Tests

### Notes

Output Created		15-OCT-2019 17:14:07
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,00

Elapsed Time	00:00:00,01
Number of Cases Allowed <sup>a</sup>	196608

a. Based on availability of workspace memory.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.43012050
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.062
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.679
Asymp. Sig. (2-tailed)		.746

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

