

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Perusahaan

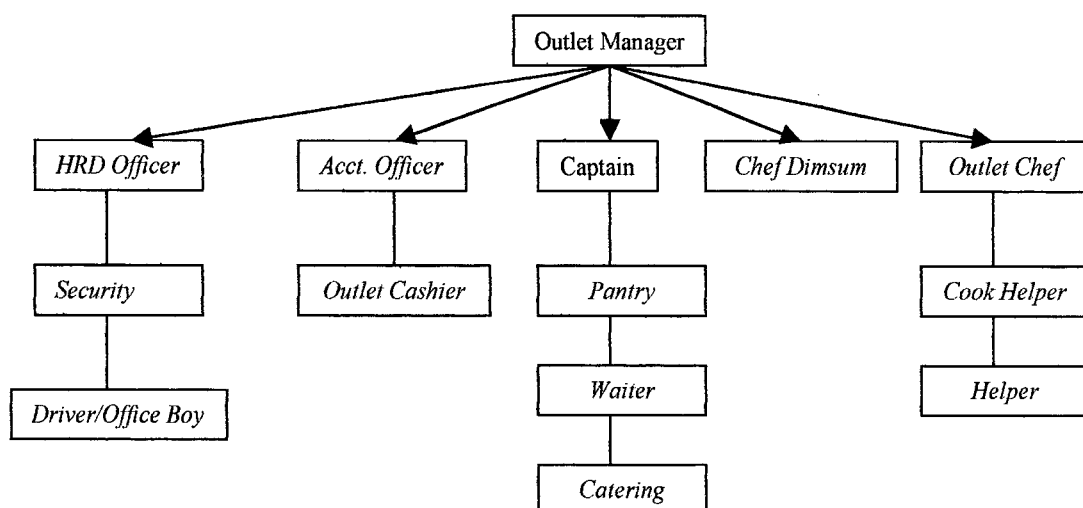
a. Restaurant Ahimsa

Restoran Ahimsa berdiri karena adanya suatu panggilan untuk menyajikan menu makanan yang sehat dan alami. Bapak S. Halim Pranata mempunyai suatu cita-cita dan merasa terpanggil untuk ikut memasyarakatkan makanan *vegetarian* lewat penyajian beraneka raga menu makanan dengan pola hidup yang sama sekali baru pada waktu itu, yakni menu makanan yang tidak menggunakan bahan-bahan hewani dan seratus persen berasal dari bahan nabati. Cita-cita itu tercapai pada tanggal 1 Mei 1996 dengan didirikannya restoran AHIMSA. Ahimsa berarti tidak membunuh, tidak menggunakan kekerasan atau melukai sesama manusia maupun makhluk hidup yang lain, ahimsa sendiri adalah simbol dari perdamaian, keharmonisan dan cinta kasih, sehingga antara makhluk hidup yang satu dengan yang lainnya dapat hidup saling menghormati, saling menolong dalam dunia hijau yang penuh cahaya. Logo ahimsa sendiri dibuat sedemikian rupa untuk menghormati para penganut vegetarian di seluruh dunia. Bapak S. Halim Pranata optimis dengan perkembangan restorannya, karena di masa yang akan datang para penganut *vegetarian* akan tumbuh semakin besar di Indonesia.

Restoran Ahimsa beralamat di jalan Walikota Mustajab 74 Surabaya, mempunyai alamat email ahimsasb@indosat.net.id. dan berstruktur organisasi

sebagai berikut : Ahimsa dikepalai oleh seorang *Outlet manager* yang membawahi *HRD Officer*, *Accounting Officer*, *Outlet Chef*, dan *Chef Dimsum*, dimana *HRD Office* membawahi *Security* yang membawahi *Driver* dan *Office Boy*, *Accountant Officer* membawahi *Outlet Cashier*, *Captain* membawahi *Pantry*, *waiter*, dan *catering*, sedangkan *outlet chef* membawahi *cook helper* dan *helper* gambar yang lebih jelas tentang struktur operasional dari Restaurant Ahimsa adalah sebagai berikut

Gambar 5 :
Struktur Operasional Restoran Surya Ahimsa



Sumber : Restoran Surya Ahimsa

Penjelasan dari struktur diatas adalah sebagai berikut : *Outlet Manager* bertanggung jawab atas keseluruhan tugas manajerial. *HRD Officer* bertugas untuk mengatur urusan kepegawaian, *security* mengurus keamanan, *Driver* bertugas untuk mengantar makanan katering. *Accountant officer* bertanggung jawab pada aliran keuangan perusahaan dan *outlet cashier* bertugas untuk menerima pembayaran makanan dari pengunjung rumah makan. *Captain* bertugas untuk mengawasi kerja

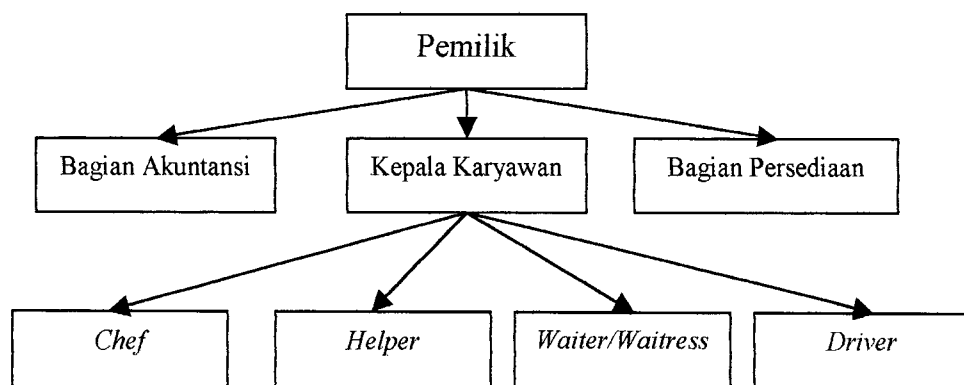
dari pencuci alat makan (*pantry*) dan pelayan (*waiter*) serta mengawasi proses manajerial katering (*catering*). *Outlet chef* bertugas untuk membuat makanan bagi restoran dan dibantu oleh *Cook Helper* serta *Helper*. *Chef Dimsum* bertugas khusus untuk membuat menu makanan dimsum yang dimulai setiap pukul 08.00-13.00.

b. Rumah Makan Sehat

Rumah Makan Sehat pada mulanya didirikan pada bulan september 1994 di jalan Ngaglik 31, melalui delapan orang yang termotivasi untuk menciptakan rumah makan yang bebas dari bahan-bahan hewani, kedelapan orang ini : Bapak S. Tenggara, Bapak Haris, Bapak Lee Pudjana Dewantara, Ibu Tan Mei Ling, Ibu Pek Eng Giok, Ibu Wang Miao Ling, Ibu Wang Siu Jing, serta Bapak Onggo, merupakan murid-murid dari Ibu Ching Hai, seorang supranaturalis yang berasal dari Taiwan yang mengajarkan teknik meditasi. Salah satu syarat dari meditasi tersebut adalah tubuh yang bersih dari makanan hewani, karena sulitnya mencari makanan *vegetarian* pada waktu itu akhirnya mereka berinisiatif untuk membuka rumah makan *vegetarian*, bapak Lee Pudjana Dewantara didaulat oleh ketujuh teman-temannya untuk mengurus rumah makan yang mereka dirikan, dengan alasan Pak Lee mempunyai pengalaman dalam membuka rumah makan. Rumah makan yang dibuka awalnya beralamat di jalan Ngaglik 31 dan merupakan pinjaman dari seorang murid Ching Hai yang lain dengan perjanjian sewa selama dua tahun secara cuma-cuma dan hanya diminta untuk merenovasi gedung tersebut. Setelah lewat dua tahun sewa gedung ini tidak diteruskan dan mereka pindah ke jalan Pasar Besar Wetan 3 dengan alasan tempat yang lebih strategis, perpindahan itu terjadi pada tanggal 1 Mei 1996,

mereka memperoleh sebuah gedung yang beralamat di Pasar Besar Wetan 3 dan langsung dikontrak selama lima tahun. berikut adalah Struktur Operasional di Rumah Makan Sehat :

Gambar 6
Struktur Operasional Rumah Makan Sehat



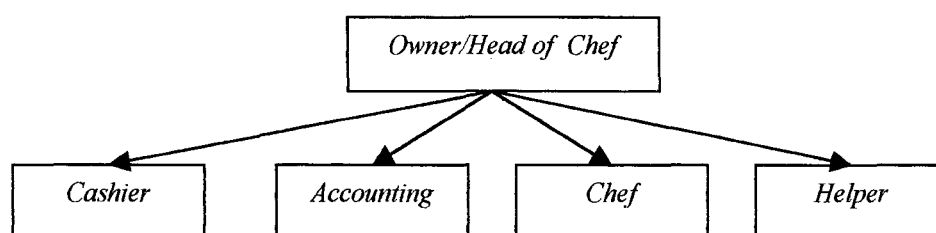
Penjelasannya adalah sebagai berikut : Pemilik Rumah Makan Sehat yang diwakili oleh bapak Lee Pudjana Dewantara membawahi tiga bagian yaitu bagian akuntansi, bagian karyawan yang dikepalai oleh seorang kepala karyawan, dan bagian persediaan. Kepala karyawan memiliki porsi tugas yang cukup besar karena membawahi koki (*chef*), pembantu koki (*helper*), pelayan, dan pengantar masakan. Seluruh karyawan di depot Sehat berjumlah ± 30 orang yang dibagi menjadi dua shift yakni shift pertama mulai pukul 07.00-16.00 dan shift kedua mulai pukul 11.30-21.30. Melalui misi utama rumah makan Sehat yakni “memasyarakatkan *vegetarian* dan memudahkan orang bervegetarian”, Pemilik rumah makan Sehat bertekad untuk memberikan yang terbaik bagi konsumennya termasuk resep-resep masakan *vegetarian* yang bisa dipelajari secara gratis, karena dengan semakin banyaknya

rumah makan vegetarian yang tumbuh di Surabaya, akan semakin memudahkan konsumen *vegetarian* untuk memilih menu makanan yang beraneka ragam.

c. Rumah Makan Meta

Rumah Makan Meta didirikan pada tanggal 22 Februari 1998. Pembukaan rumah makan ini diprakarsai oleh lima orang yang saling berteman dan berasal dari satu wadah keagamaan, mereka memiliki cita-cita yang sama yakni mengembangkan pola hidup sehat tanpa daging dan menyediakan makanan *vegetarian* yang terjangkau harganya oleh seluruh lapisan masyarakat, selain itu mereka juga melihat peluang bisnis dari rumah makan *vegetarian* yang konsumennya semakin lama semakin meningkat. Dalam perjalanan waktunya rumah makan Meta akhirnya dikelola secara menyeluruh oleh bapak Wahyudi pada tahun 2000. Rumah makan Meta memiliki kekhususan pada harga yang murah dan masakan yang lezat, selain itu masakan yang disajikan lebih mengarah pada masakan khas Jawa Timur dengan harga yang terjangkau, harga yang terjangkau menjadi poin penting dan menjadi misi dari pemilik rumah makan Meta. Gambaran yang lebih jelas mengenai struktur operasional dari rumah makan meta akan disimpulkan berikut ini :

Gambar 7
Struktur Operasional Rumah Makan Meta



Penjelasan dari gambar diatas adalah : Pemilik merangkap sebagai kepala koki dan membawahi langsung bagian kasir, bagian akunting, koki dan pembantu koki. Pada tahun 2000, ketika pak Wahyudi mulai mengontrol rumah makan Meta secara keseluruhan, diadakan perombakan manajemen operasional secara menyeluruh yang pelaksanaannya telah digambarkan diatas, dan hasilnya omset rumah makan meningkat dalam jangka pendek, situasi ini membuat pak Wahyudi semakin optimis dan mendorong penggunaan bahan baku nabati yang dibuat dari perusahaan dalam negeri (*Home Made Industry*) untuk menekan harga menu sehingga dapat terjangkau, diharapkan dalam jangka panjang omset rumah makan akan terus meningkat.

2. Analisis dan Pembahasan Hasil Analisis Deskripsi

Dalam penelitian ini terdapat beberapa jenis data deskriptif yang diteliti antara lain sebagai berikut :

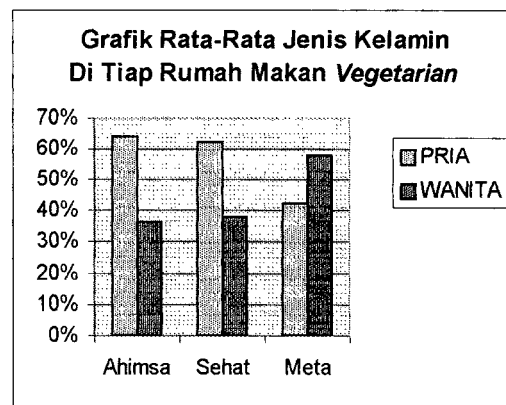
a. Data Jenis Kelamin Responden

Peneliti menyebarkan 150 lembar kuisisioner ke tiga rumah makan *vegetarian* yang ada di Surabaya, restoran Ahimsa, rumah makan Sehat, rumah makan Meta dengan jumlah responden masing-masing rumah makan adalah 50 responden, di restoran Ahimsa responden yang berjenis kelamin pria sebesar 64% dan sejumlah 36% berjenis kelamin wanita, pada rumah makan Sehat responden pria sebesar 62% dan 38% berjenis kelamin wanita, sedangkan di rumah makan Meta responden pria sebesar 42% dan responden wanita berjumlah 58%.

Tabel 8
Rata-Rata Jenis Kelamin Responden Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian*

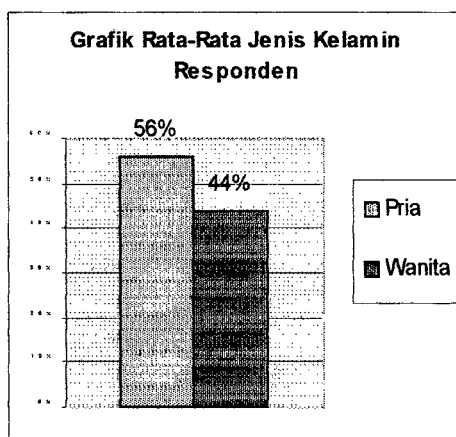
	Pria	Wanita	Total
Ahimsa	32	18	50
Sehat	31	19	50
Meta	21	29	50

Gambar 8
Grafik Rata-Rata Jenis Kelamin Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian*



Rata-rata jenis kelamin responden antara pria dan wanita di tiga rumah makan *vegetarian* adalah, responden pria sebesar 56% dan responden wanita sebesar 44% dari total keseluruhan responden.

Gambar 9
Grafik Rata-Rata Jenis Kelamin Responden



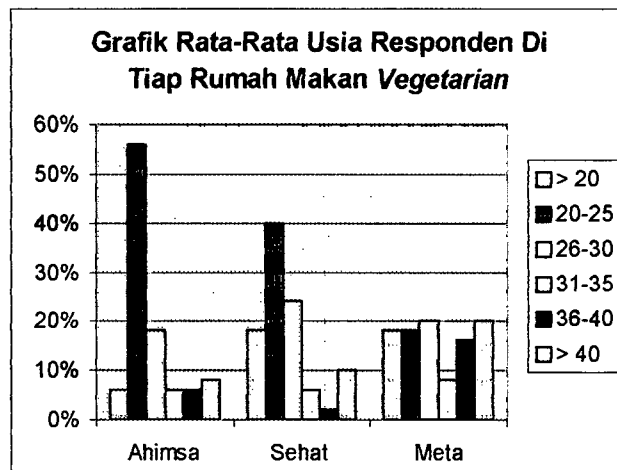
b. Data Usia Responden

Data Usia responden dibagi menjadi enam bagian yaitu < 20; 20-25; 26-30; 31-35; 36-40; > 40. Data usia responden yang mengunjungi restoran Ahimsa tertinggi adalah usia antara 20-25 sebesar 56%. Data usia responden yang mengunjungi rumah makan Sehat tertinggi adalah usia antara 20-25 yakni sebesar 40%. Data usia responden yang mengunjungi rumah makan Meta tertinggi adalah usia antara 26-30 dan usia > 40 sebesar 20%.

Tabel 9
Rata-Rata Usia Responden Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian*

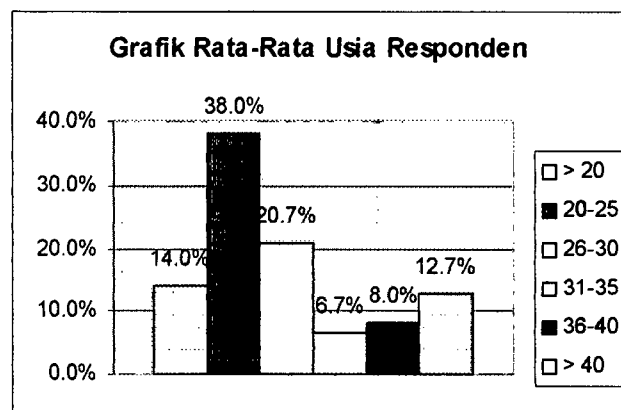
	Ahimsa	Sehat	Meta
> 20	3	9	9
20-25	28	20	9
26-30	9	12	10
31-35	3	3	4
36-40	3	1	8
> 40	4	5	10
Total	50	50	50

Gambar 10
Grafik Rata-Rata Usia Responden Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian*



Rata-rata Usia responden yang mengunjungi ketiga rumah makan *vegetarian* tertinggi adalah usia antara 20-25, yakni sebesar 38%.

Gambar 11
Grafik Rata-Rata Usia Responden



c. Data Status Responden

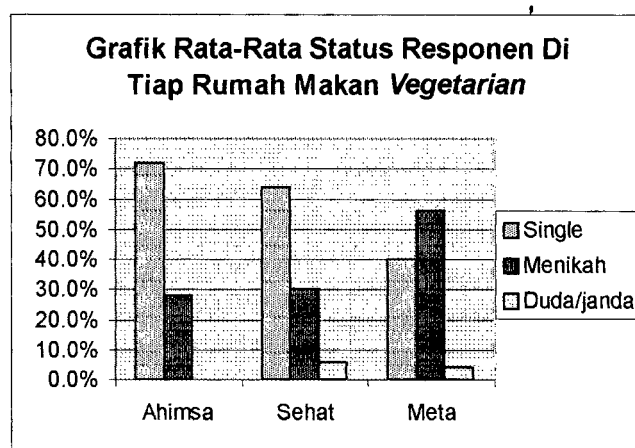
Data status responden dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kategori yakni single (belum pernah menikah), menikah dan duda/janda, dari hasil data yang didapat

di tiga tempat rumah makan *vegetarian* ternyata di restoran Ahimsa tertinggi adalah responden yang berstatus single setinggi 72%, di rumah makan Sehat tertinggi sebesar 64% adalah responden yang berstatus single, sedangkan di rumah makan Meta tertinggi sebesar 56% responden yang berstatus menikah.

Tabel 10
Rata-Rata Status Responden Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian*

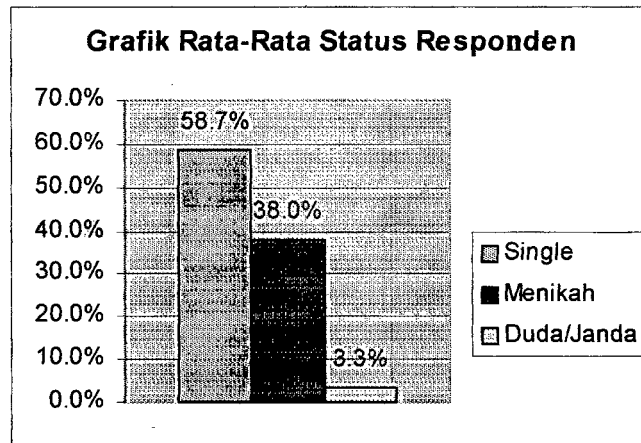
	Ahimsa	Sehat	Meta
Single	36	32	20
Menikah	14	15	28
Duda/janda	0	3	2
Total	50	50	50

Gambar 12
Grafik Rata-Rata Status Responden Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian*



Rata-rata status responden di tiga rumah makan *vegetarian* itu adalah sebesar 58,7% responden single, 38% responden menikah, dan sisanya sebesar 3,3% responden duda/janda.

Gambar 13
Total Status Responden



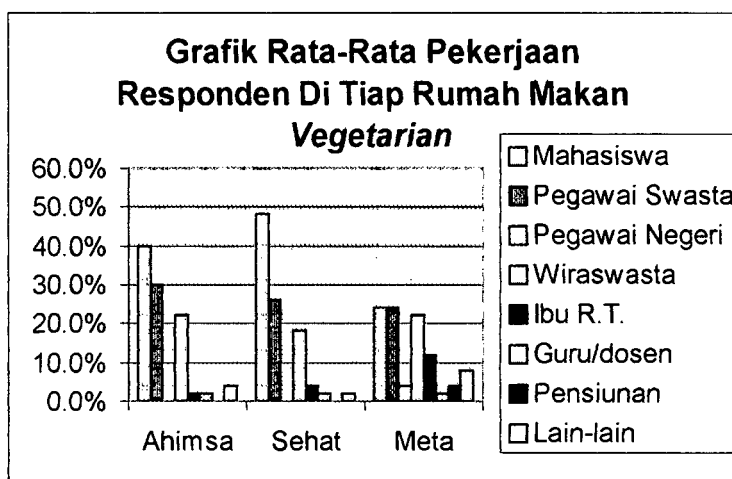
d. Data Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden yang didata dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bagian yakni mahasiswa/pelajar, pegawai swasta, pegawai negeri, wiraswasta, ibu rumah tangga, guru/dosen, pensiunan dan lain-lain. Responden Ahimsa yang tertinggi adalah responden mahasiswa/pelajar sebesar 40%. Responden Sehat yang tertinggi adalah mahasiswa/pelajar sebesar 48% responden. Responden Meta tertinggi adalah mahasiswa/pelajar dan pegawai swasta sebesar 24% responden.

Tabel 11
Rata-Rata Pekerjaan Responden Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian*

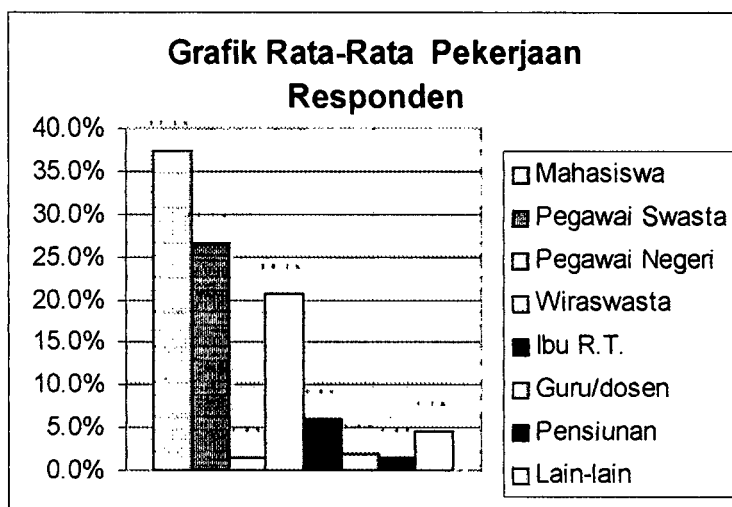
	Ahimsa	Sehat	Meta
Mahasiswa	20	24	12
Pegawai Swasta	15	13	12
Pegawai Negeri	0	0	2
Wiraswasta	11	9	11
Ibu R.T.	1	2	6
Guru/dosen	1	1	1
Pensiunan	0	0	2
Lain-lain	2	1	4
Total	50	50	50

Gambar 14
Grafik Rata-Rata Pekerjaan Responden Di Tiap Rumah Makan Vegetarian



Sebesar 37% dari responden yang mengunjungi tiga rumah makan yang diteliti adalah pelajar/mahasiswa.

Gambar 15
Grafik Rata-Rata Pekerjaan Responden



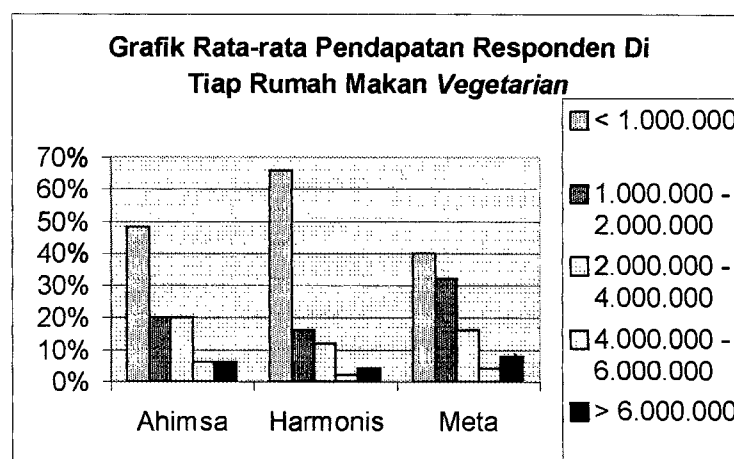
e. Data Penghasilan Rata-rata Responden Dalam Sebulan

Data penghasilan rata-rata responden dibagi menjadi lima bagian yaitu < 1.000.000; 1.000.000-2.000.000; 2.000.000-4.000.000; 4.000.000-6.000.000; > 6.000.000. Sebagian besar responden Ahimsa berpenghasilan rata-rata < 1.000.000 dalam sebulan, yaitu sebanyak 48% responden, begitu pula dengan pengunjung rumah makan Sehat yakni sebesar 66%, dan juga responden Meta sebesar 40% responden.

Tabel 12
Rata-Rata Pendapatan Responden Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian*

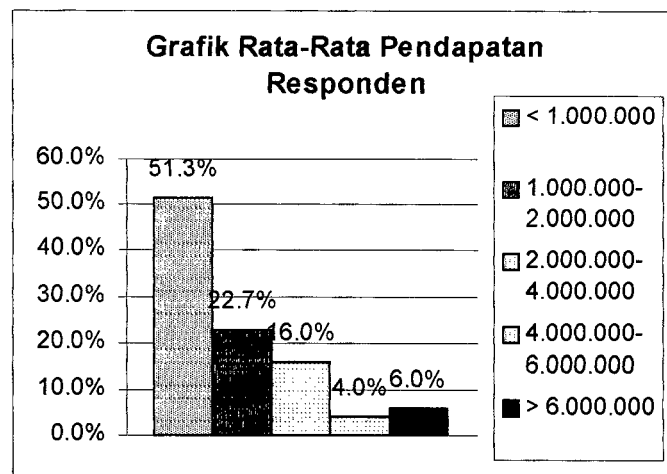
	Ahimsa	Harmonis	Meta
< 1.000.000	24	33	20
1.000.000 - 2.000.000	10	8	16
2.000.000 - 4.000.000	10	6	8
4.000.000 - 6.000.000	3	1	2
> 6.000.000	3	2	4
Total	50	50	50

Gambar 16
Grafik Rata-Rata Pendapatan Responden Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian*



Keseluruhan penghasilan rata-rata responden di tiap rumah makan *vegetarian* tertinggi adalah responden yang berpenghasilan kurang dari 1.000.000 dalam sebulan yakni sebesar 51,3% responden.

Gambar 17
Grafik Rata-Rata Pendapatan Responden



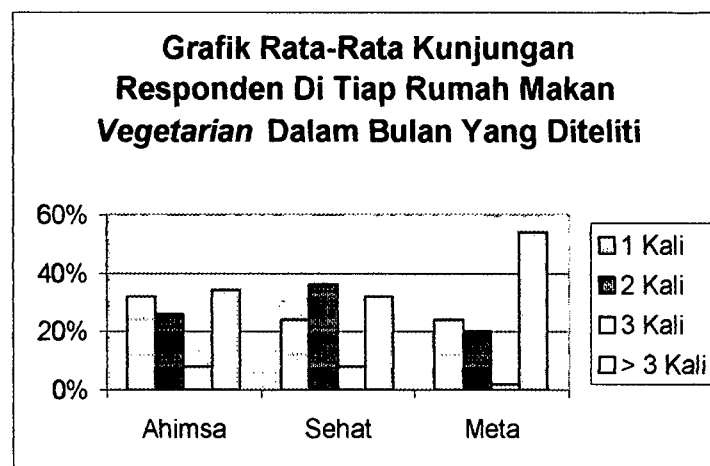
f. Data Rata-rata Kunjungan Responden ke Rumah Makan *Vegetarian* Dalam Sebulan

Rata-rata kunjungan responden ke rumah makan *vegetarian* dalam sebulan dibagi menjadi empat bagian yaitu 1 kali kunjungan, 2 kali kunjungan, 3 kali kunjungan, dan >3 kali kunjungan. Rata-rata kunjungan responden ke restoran Ahimsa tertinggi adalah kunjungan > 3 kali dalam sebulan, yakni sebesar 34% responden. Rata-rata kunjungan responden ke rumah makan Sehat tertinggi adalah 2 kali dalam sebulan, yakni sebesar 36% responden. Rata-rata kunjungan responden ke rumah makan Meta tertinggi adalah > 3 kali dalam sebulan, yakni sebesar 54% responden.

Tabel 13
Rata-Rata Kunjungan Responden Di Tiap Rumah makan

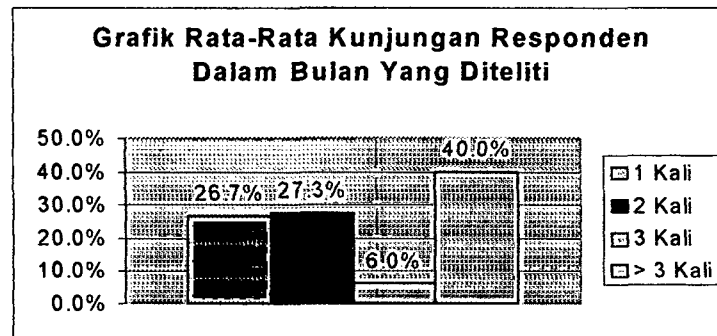
	Ahimsa	Sehat	Meta
1 Kali	16	12	12
2 Kali	13	18	10
3 Kali	4	4	1
> 3 Kali	17	16	27
Total	50	50	50

Gambar 18
Grafik Rata-Rata Kunjungan Responden Di Tiap Rumah Makan Vegetarian Dalam Bulan Yang Diteliti



Rata-rata kunjungan responden ke rumah makan *vegetarian* dalam sebulan yang tertinggi adalah kunjungan > 3 kali, yakni sebesar 40% responden.

Gambar 19
Grafik Rata-Rata Kunjungan Responden Dalam Bulan Yang Diteliti



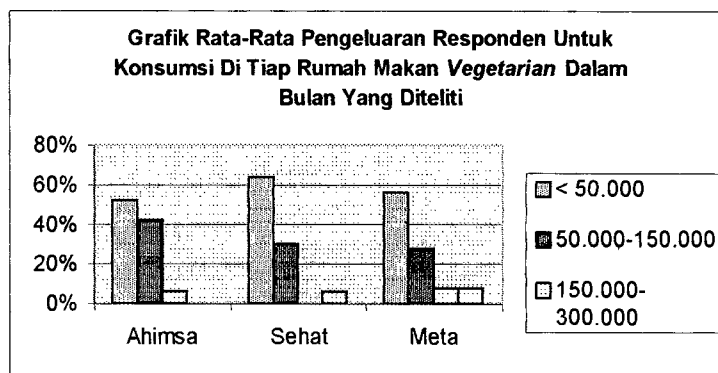
g. Data Rata-rata Pengeluaran Responden Untuk Sekali Kunjungan ke Rumah Makan *Vegetarian*

Rata-rata pengeluaran responden untuk sekali kunjungan ke rumah makan *vegetarian* dibagi menjadi beberapa bagian, yakni pengeluaran yang kurang dari 50.000 (< 50.000); antara 50.000-150.000; antara 150.000-300.000; diatas 300.000 (> 300.000). Di Ahimsa, 52% responden memilih rata-rata pengeluaran berjumlah < 50.000 untuk sekali kunjungan. Di Sehat, 64% responden memilih rata-rata pengeluaran berjumlah < 50.000 untuk sekali kunjungan. Di Meta, 56% responden memilih rata-rata pengeluaran berjumlah < 50.000 untuk sekali kunjungan.

Tabel 14
Rata-Rata Pengeluaran Responden Untuk Konsumsi Di Tiap Rumah Makan Dalam Bulan Yang Diteliti

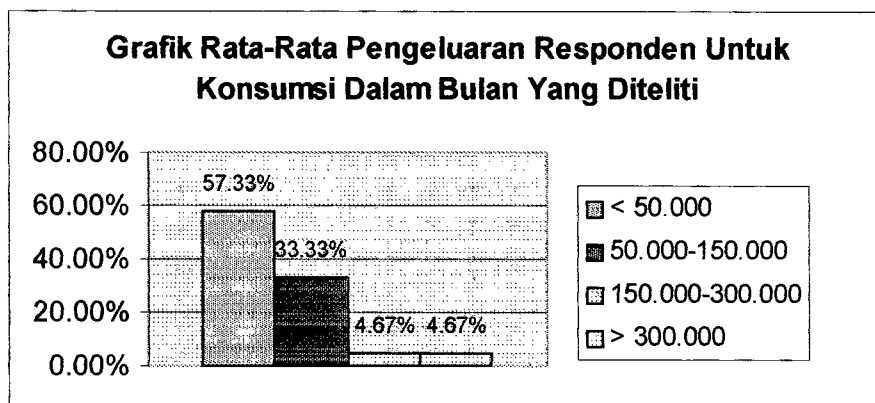
	Ahimsa	Sehat	Meta
< 50.000	26	32	28
50.000-150.000	21	15	14
150.000-300.000	3	0	4
> 300.000	0	3	4
Total	50	50	50

Gambar 20
Grafik Rata-Rata Pengeluaran Responden Untuk Konsumsi Di Tiap Rumah Makan *Vegetarian* Dalam Bulan Yang Diteliti



Rata-rata pengeluaran responden tertinggi di tiga rumah makan *vegetarian* untuk sekali kunjungan adalah rata-rata pengeluaran > 50.000, yakni sebesar 57,33% responden.

Gambar 21
Grafik Rata-Rata Pengeluaran Responden Untuk Konsumsi Dalam Bulan Yang Diteliti



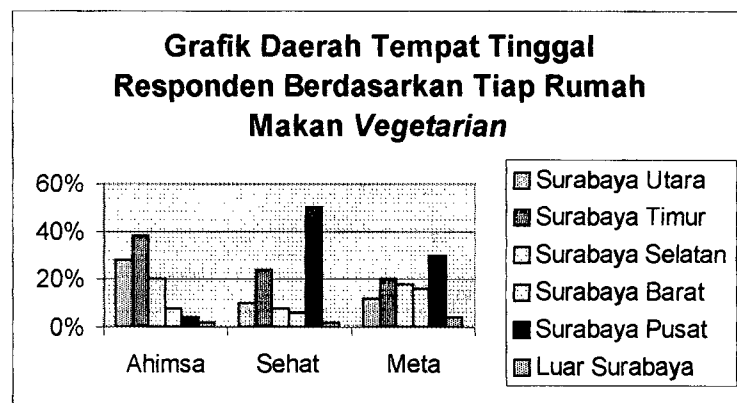
h. Data Daerah Tempat Tinggal Responden Yang Mengunjungi Rumah Makan Vegetarian

Data Daerah tempat tinggal responden di Surabaya dibagi menjadi lima bagian yaitu Surabaya utara, Surabaya timur, Surabaya selatan, Surabaya barat, dan Surabaya pusat. Responden yang mengunjungi restoran Ahimsa sebagian besar berasal dari Surabaya timur yakni 38,8%. Responden yang mengunjungi rumah makan Sehat sebagian besar berasal dari Surabaya pusat, yakni 51%. Responden yang mengunjungi rumah makan Meta sebagian besar berasal dari Surabaya pusat yakni 30,6%.

Tabel 15
Daerah Tempat Tinggal Responden Berdasarkan Tiap Rumah Makan Vegetarian

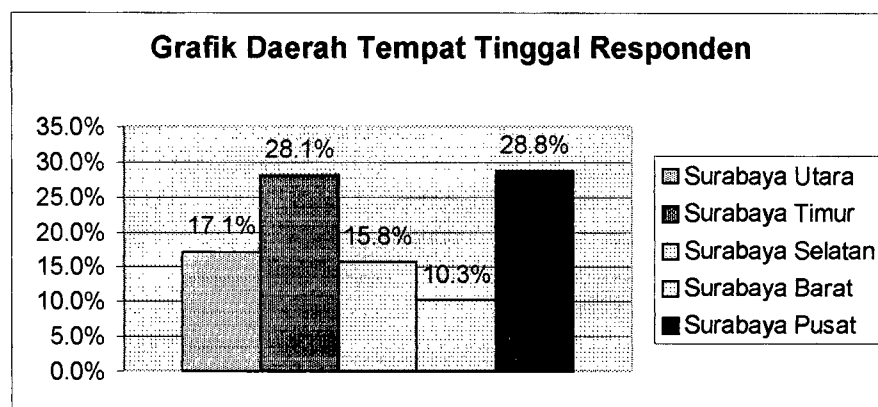
	Ahimsa	Sehat	Meta
Surabaya Utara	14	5	6
Surabaya Timur	19	12	10
Surabaya Selatan	10	4	9
Surabaya Barat	4	3	8
Surabaya Pusat	2	25	15
Luar Surabaya	1	1	2
Total	50	50	50

Gambar 22
Grafik Daerah Tempat Tinggal Responden Berdasarkan Tiap Rumah Makan Vegetarian



Secara Keseluruhan, responden yang mengunjungi tiga rumah makan *vegetarian* yang sedang diteliti, tertinggi berasal dari Surabaya pusat sebanyak 42 responden.

Gambar 23
Grafik Daerah Tempat Tinggal Responden



3. Analisis dan Pembahasan Hasil Statistik

a. Uji Kesahihan Butir

Uji kesahihan butir yang dilakukan menganalisa semua butir (item) kuisisioner yang telah terangkum dalam faktor-faktor. Penelitian ini mempunyai lima faktor yang berbeda-beda, faktor nomor 1 mewakili faktor persepsi yang berisi butir kuisisioner nomor 1, 5, 9, 13, 17, dan 21, faktor nomor 2 mewakili faktor Pembelajaran yang berisi butir kuisisioner nomor 4, 8, 12, 16, 20, dan 24, faktor nomor 3 mewakili faktor sikap dan keyakinan yang berisi butir kuisisioner nomor 3, 17, 11, 15, 19, dan 23, sedangkan faktor keempat yang mewakili faktor kepuasan konsumen berisi butir nomor 2, 6, 10, 14, 18, dan 22. Hasil rangkuman analisis kesahihan butir, didapat bahwa butir ~~nomor~~ 18 dinyatakan gugur.

Tabel 16
Hasil Uji Kesahihan Butir

Faktor	Butir	r_{bt}	P	Status
Persepsi	1	0.403	0.000	Sahih
	5	0.594	0.000	Sahih
	9	0.627	0.000	Sahih
	13	0.610	0.000	Sahih
	17	0.578	0.000	Sahih
	21	0.590	0.000	Sahih
Pembelajaran	4	0.382	0.000	Sahih
	8	0.612	0.000	Sahih
	12	0.411	0.000	Sahih
	16	0.288	0.000	Sahih
	20	0.404	0.000	Sahih
	24	0.491	0.000	Sahih
Sikap Dan Keyakinan	3	0.597	0.000	Sahih
	7	0.681	0.000	Sahih
	11	0.542	0.000	Sahih
	15	0.483	0.000	Sahih
	19	0.376	0.000	Sahih
	23	0.641	0.000	Sahih
Kepuasan Konsumen	2	0.541	0.000	Sahih
	6	0.234	0.002	Sahih
	10	0.385	0.000	Sahih
	14	0.441	0.000	Sahih
	18	0.091	0.135	Gugur
	22	0.525	0.000	Sahih

b. Uji Keandalan Butir

Uji keandalan butir berfungsi untuk meneliti keandalan alat ukur yang digunakan, dalam penelitian ini digunakan uji korelasi keandalan butir Hoyt. Hasil tabel rangkuman analisis menjelaskan bahwa dari keempat faktor yang diuji

menghasilkan butir-butir yang andal, dengan nilai r_{tt} untuk faktor 1 sebesar 0,828; faktor 2 sebesar 0,695; faktor 3 sebesar 0,784, faktor 4 sebesar 0,680.

Tabel 17
Hasil Uji Keandalan Butir-Teknik Hoyt

Faktor	r_{tt}	p	status
Persepsi	0.695	0.000	Andal
Pembelajaran	0.784	0.000	Andal
Sikap Dan Keyakinan	0.680	0.000	Andal
Kepuasan Konsumen	0.896	0.000	Andal

c. Uji Kesahihan Faktor

Hasil uji kesahihan faktor menyimpulkan bahwa keempat faktor yang diuji memiliki status sah dan masing-masing faktor memberikan sumbangan efektif sebagai berikut : faktor 1 memberikan sumbangan efektif sebesar 27,963; faktor 2 memberikan sumbangan efektif sebesar 26,153; faktor 3 memberikan sumbangan efektif sebesar 28,807; faktor 4 memberikan sumbangan efektif sebesar 17,346. Hasil diatas juga menyimpulkan hubungan antara tiap faktor, dimana hubungan antara faktor 1 dan faktor 2 sebesar 0,513; hubungan antara faktor 1 dan faktor 3 sebesar 0,630; hubungan antara faktor 1 dan faktor 4 sebesar 0,513; serta hubungan antara faktor 1 dengan faktor Y sebesar 0,837; hubungan antara faktor 2 dengan faktor 3 sebesar 0,617, hubungan antara faktor 2 dengan faktor 4 sebesar 0,344; serta hubungan antara faktor 2 dengan faktor Y sebesar 0,790; hubungan antara faktor 3 dengan faktor 4 sebesar 0,503; dan hubungan antara faktor 3 dengan faktor Y sebesar 0,790; hubungan antara faktor 4 dengan faktor Y sebesar 0,669.

Tabel 18
Matriks Interkorelasi

r	x1	x2	x3	x4	y
x1	1.000	0.513	0.630	0.513	0.837
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
x2	0.513	1.000	0.617	0.344	0.790
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
x3	0.630	0.617	1.000	0.503	0.869
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
x4	0.513	0.344	0.503	1.000	0.699
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
y	0.837	0.790	0.869	0.699	1.000
p	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Tabel 19
Sumbangan Efektif Tiap Faktor

Faktor	P	SE%	Status
1	0	27.693	Sahih
2	0	26.153	Sahih
3	0	28.807	Sahih
4	0	17.346	Sahih

d. Uji Normalitas

Hasil tabel analisis uji normalitas menyatakan bahwa sebaran dari variabel kepuasan konsumen dinyatakan normal dengan nilai peluang ralat alfa (p) sebesar 0,061; dimana untuk sebaran yang normal peluang ralat alfa bernilai $> 0,050$ dengan taraf signifikansi 5%.

Tabel 20
Hasil Uji Normalitas Dan Normalisasi Sebaran

	Variabel	Kai Kuadrat	p	Sebaran
Uji Normalitas	Kepuasan Konsumen	12.044	0.061	normal

e. Uji Linieritas

Hasil uji linieritas menyimpulkan bahwa data-data faktor Persepsi, Pembelajaran, Sikap dan Keyakinan dinyatakan berkorelasi linier dengan faktor Kepuasan Konsumen, sehingga data ini dapat dilanjutkan ke tahap pengujian selanjutnya yaitu analisa regresi. Penjelasan lebih lanjut dilampirkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 21
Hasil Uji Linieritas

Variabel	R^2	F	p	Status
X1 dengan X4	0.001	0.274	0.608	Linier
X2 dengan X4	0.001	0.21	0.653	Linier
X3 dengan X4	0	0.032	0.852	Linier

f. Uji Homogenitas

Uji homogenitas menggunakan statistik uji Hartley, uji-C Cochran, dan uji homogenitas Bartlett. Hasil uji homogenitas variansi 1 jalur dengan menggunakan ketiga uji diatas (Hartley, C-Cochran, Bartlett) menyimpulkan bahwa Variabel Kepuasan Konsumen mempunyai butir-butir yang berstatus homogen, dengan nilai p untuk uji Hartley sama dengan 0.345, uji C-Cochran sama dengan 0.399, dan uji Bartlett sama dengan 0.92, melalui hasil ini peneliti dapat melanjutkan ke uji selanjutnya yaitu uji analisa varian dan uji-t, penjelasan dari uji homogenitas ada pada tabel di bawah ini.

Tabel 22
Hasil Uji Homogenitas Hartley

Variabel	Var-max	Var-min	F-max	P	Status
Kepuasan Konsumen	0.312	0.278	1.121	0.345	homogen

Tabel 23
Hasil Uji Homogenitas C-Cochran

Variabel	Var-max	Var-dal	C-Cochran	p	Status
Kepuasan Konsumen	0.312	0.296	1.052	0.399	homogen

Tabel 24
Hasil Uji Homogenitas Bartlett

Variabel	Kai Kudrat	Db	p	status
Kepuasan Konsumen	0.161	2	0.923	homogen

Tabel 25
Hasil Uji Homogenitas F-pasangan

Sumber	X
A1xA2	1.121
p	0.345
Status	homog
A1xA3	1.076
p	0.399
Status	homog
A2xA3	1.041
p	0.444
Status	homog

g. Uji Kolinieritas

Hasil uji kolinieritas menyimpulkan bahwa diantara faktor-faktor terikat seperti Persepsi, Pembelajaran, Sikap dan Keyakinan tidak ada yang menghasilkan hubungan kolinier, sehingga statusnya dinyatakan tidak kolinier.

Tabel 26
Hasil Uji Kolinieritas

Korelasi R	Koef. Det.	P
0.623	0.388	0.000

h. Uji Analisa Regresi

Uji analisa regresi yang dilakukan menggunakan program SPS 2000 ciptaan Sutrisno Hadi dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Uji ini dimulai dengan memasukkan butir-butir pertanyaan yang dikelompokkan menjadi empat faktor yang menjadi variabel bebas, yakni Persepsi, Pembelajaran, Sikap dan Keyakinan juga satu faktor yang menjadi variabel terikat, yakni Kepuasan Konsumen. Hasil uji analisa regresi menyimpulkan suatu rumus koefisien beta yakni :

$$Y = 0,739361 + 0,233463 + 0,332664 + 0,209759 + 0,433$$

Dari uji ini didapatkan hasil yang mendukung hipotesa penelitian Ha, yaitu ada hubungan yang sangat signifikan diantara faktor-faktor Persepsi, Pembelajaran, Sikap dan Keyakinan yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dilihat dari rangkuman analisis regresi dengan hasil nilai $p = 0.000$, yang berarti sangat signifikan. Penjelasan dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 27
Hasil Uji Analisis Regresi

Sumber	JK	db	RK	F	p
Regresi	17.331	3	5.777	30.800	0.000
Residu	27.385	146	0.188	-	-
Total	44.716	149	-	-	-

Bobot sumbangan efektif dari tiap variabel adalah sebagai berikut : faktor persepsi memberikan sumbangan efektif tertinggi sebesar 16,982; faktor pembelajaran memberikan sumbangan efektif sebesar 7,010; dan faktor sikap dan keyakinan yang memberikan sumbangan efektif yaitu 14,766. Penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa faktor-faktor yang memberikan bobot sumbangan efektif dari yang tertinggi sampai yang terendah untuk kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Faktor Persepsi;
2. Faktor Sikap dan Keyakinan;
3. Faktor Pembelajaran

Tabel 28
Hasil Uji Perbandingan Bobot Prediktor

Variabel	Bobot Sumbangan	
	Relatif SR%	Efektif SE%
1	43,815	16,982
2	18,087	7,010
3	38,098	14,766
Total	100,000	38,758

i. Uji Analisa Variansi 1-Jalur

Uji Analisa Varian dilakukan dengan menggunakan program SPS 2000 ciptaan Sutrisno Hadi dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Sebelum memulai menganalisa, semua butir pertanyaan kuesioner mengenai kepuasan konsumen dikelompokkan menjadi satu dan diuji bersama-sama dengan jalur rumah makan *vegetarian*, yakni restoran Ahimsa, rumah makan Sehat, dan rumah makan Meta.

1. Pembahasan Uji Analisa Variansi 1-Jalur

Uji analisa varian menyimpulkan hasil yang tidak mendukung hipotesa penelitian, H_a yakni ada perbedaan diantara faktor-faktor Persepsi, Motivasi, Pembelajaran, Sikap dan Keyakinan, serta Kepuasan Konsumen di tiga rumah makan *vegetarian*, karena hasil penelitian menyimpulkan tidak ada perbedaan yang signifikan diantara faktor-faktor Persepsi, Pembelajaran, Sikap dan Keyakinan, serta Kepuasan Konsumen di tiga rumah makan *vegetarian*, dilihat dari nilai F sebesar 1,972 dan nilai p sebesar 0,141. Penjelasan dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 29
Hasil Uji Analisis Variansi 1-Jalur

Sumber	JK	Db	RK	F	R^2	p
Antar A	1.169	2	0.584	1.972	0.026	0.141

Hasil uji analisa varian juga menyimpulkan adanya perbedaan rerata (*mean*) diantara ketiga rumah makan yang diteliti, perbedaan rerata memiliki pengertian bahwa diantara ketiga rumah makan diatas manakah yang memiliki kepuasan konsumen yang paling tinggi, hasilnya diantara ketiga rumah makan tersebut rumah makan Sehat memiliki rerata yang tertinggi yakni 3,784; yang kedua adalah rumah makan Meta dengan rerata sebesar 3,620; dan yang terakhir adalah restoran Ahimsa dengan rerata sebesar 3,580.

2. Pembahasan analisa Uji-t antar A

Hasil uji analisa variansi 1-jalur yang menyimpulkan tidak adanya perbedaan di antara ketiga rumah makan akan mempengaruhi hasil analisa uji-t, karena analisa uji-t akan melihat lebih dalam perbedaan diantara ketiga rumah makan tersebut, tidak adanya perbedaan diantara ketiga rumah makan pada hasil uji analisa varian 1-jalur berdampak pula pada hasil analisa uji-t, dimana antara restoran Meta dan rumah makan Sehat tidak terdapat perbedaan yang signifikan, dengan nilai $p = 0,060$; sedangkan antara restoran Meta dan rumah makan meta juga tidak terdapat perbedaan yang signifikan, dengan nilai $p = 0,715$; dan antara rumah makan Sehat dan Meta juga tidak terdapat perbedaan yang signifikan, dengan nilai $p = 0,130$. Hasil diatas dapat diperjelas dengan tabel dibawah ini

Tabel 30
Hasil Uji-t Antar A

Sumber	X
A1-A2	-1.874
p	0.060
	Tidak Sign.
A1-A3	-0.367
p	0.715
	Tidak Sign.
A2-A3	1.507
p	0.130
	Tidak Sign.