

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pada bab ini penulis telah mendapatkan hasil responden yang dimana penulis telah melakukan penyebaran kuesioner guna mendapatkan data responden dengan jumlah yang diperlukan peneliti, untuk memenuhi uji hipotesis agar mengetahui apakah variabel kualitas produk dan variabel kepuasan konsumen mempengaruhi variabel minat pembelian kembali di restoran Seporsi Mie Kari yang terletak di Alam Sutra.

Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling*, karena peneliti memerlukan kriteria pada responden yang mengisi kuesioner. Kriteria ini merupakan pernah mengunjungi restoran Seporsi dan makan ditempat dalam jangka waktu 3 bulan dari bulan Juli 2022 hingga September 2022 dan pernah mengkonsumsi menu Mie Kari Ayam Komplit Ori dalam jangka waktu yang telah peneliti tentukan. Pada kuesioner yang peneliti buat, peneliti mendapatkan 220 responden yang memenuhi kriteria yang ditetapkan.

Peneliti merancang kuesioner terdiri dari 5 bagian, yang dimana bagian pertama berupa nama, email, dan kriteria responden. Bagian kedua yaitu profil responden seperti jenis kelamin, umur, dan juga frekuensi pengunjungan responden ke restoran Seporsi Mie Kari di Alam Sutra. Bagian ketiga yaitu pernyataan tentang variabel Kualitas Produk yang terdiri dari 8 butir pernyataan, dan bagian keempat yaitu Kepuasan Konsumen yang terdiri dari 8 butir pernyataan, dan bagian kelima merupakan Minat pembelian kembali yang terdiri dari 6 butir pernyataan.

1. Profil Responden

Pada hasil kuesioner, mendapatkan 241 jawaban dan hanya 220 yang termasuk kriteria responden. Berikut merupakan Tabel mengenai profil responden kita:

Tabel 7
Data Profil Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Apakah Anda pernah makan di restoran Seporsi Mie Kari di Alam Sutera?		
Pernah	221	91,7%
Tidak Pernah	20	8.3%
Total	241	100%
Apakah anda pernah mencoba menu Mie Kari Ayam Komplit Ori?		
Pernah	220	91,3%
Tidak Pernah	21	8,7%
Total	241	100%
Usia		
18-25 tahun	68	30,9%
26-33 tahun	70	31,8%
34-41 tahun	41	18,6%
42-49 tahun	25	11,4%
>50 tahun	16	7,3%
Total	220	100%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	107	48,6%
Perempuan	113	51,4%
Total	220	100%

Sumber : Olah Data Primer (2022)

Tabel 8
Kelanjutan Data Profil Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sudah berapa kali anda pernah mengunjungi Seporsi Mie Kari Alam Sutera?		
1 kali	28	12,7%
2 kali	75	34,1%
3 kali	66	30%
4 kali	29	13,2%
>5 kali	22	10%
Total	220	100%

Sumber : Olah Data Primer (2022)

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat 221 responden yang pernah makan di restoran Seporsi Mie Kari dengan persentase 91,7%. Sedangkan terdapat 20 responden yang belum pernah makan di Restoran Seporsi Mie Kari dengan persentase 8,3%. Terdapat 220 Responden yang pernah mencoba menu Mie Kari Ayam Ori dengan persentase 91,3% dan terdapat 21 responden yang belum pernah mencoba Menu Mie Kari Ayam Ori dengan persentase 8,7%.

Dari hasil 220 responden, responden dengan usia 26-33 Tahun memiliki jumlah yang paling banyak dengan jumlah 70 responden (31.8%), responden dengan usia 18-25 Tahun yaitu sebanyak 68 orang (30.9%), responden dengan usia 34-41 Tahun yaitu sebanyak 41 orang (18.6%), responden dengan usia 42-49 Tahun yaitu sebanyak 25 orang (11.4%), sedangkan responden dengan usia >50 Tahun yaitu sebanyak 16 orang (7.3%).

Dari tabel di atas, responden terbanyak merupakan responden dengan Jenis Kelamin Perempuan sebanyak 113 orang dengan persentase 51,4%, sedangkan responden dengan Jenis Kelamin Laki-laki hanya memiliki sebanyak 107 orang dengan persentase 48,6%.

Dari hasil 220 responden, dengan kunjungan 2 kali pada restoran Seporsi Mie Kari memiliki hasil responden terbanyak dengan jumlah 75 responden dan memiliki persentase 34.1% dan yang paling rendah adalah memiliki kunjungan >5 kali dengan jumlah responden sebanyak 22 orang dengan persentase 10%.

2. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan statistik seperti frekuensi, mean atau rata-rata, standar deviasi, yang memberikan informasi deskriptif mengenai sekumpulan data (Sekaran & Bougie, 2020). Statistik deskriptif ini digunakan untuk menafsirkan besarnya nilai minimum, maksimum dan nilai rata-rata dari variabel Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Minat pembelian kembali pada restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutera. Dari statistik yang didapat dapat dijelaskan dari 22 butir pernyataan kuesioner yang disampaikan kepada 220 orang responden sebagai uji coba.

a. Statistik Deskriptif variabel Kualitas Produk.

Berikut tabel dibawah ini merupakan hasil uji deskriptif untuk variabel Kualitas Produk dengan 8 butir pernyataan.

Tabel 9
Statistik Deskriptif Kualitas Produk

Kualitas Produk	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Rasa pada menu Mie Kari Ayam komplit Ori sudah sesuai dengan ekspektasi anda (X1.1)	220	2	5	4.27	0.797
Menu Mie Kari Ayam komplit Ori memiliki rasayang enak dan memiliki rasa yang terjaga (X1.2)	220	1	5	4.10	0.854
Produk Mie Kari Ayam komplit Ori memiliki rasayang membuat anda ingin membeli kembali (X1.3)	220	1	5	4.05	0.832

Tabel 10
 Statistik Deskriptif Kualitas Produk (Lanjutan)

Kualitas Produk	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produk Mie Kari Ayam komplit Ori memiliki citrarasa yang unik (X1.4)	220	1	5	4.10	0.801
Produk Mie Kari Ayam komplit Ori memiliki tampilan yang unik (X1.5)	220	2	5	4.11	0.834
Produk Mie Kari ayam komplit Ori memiliki tampilan yang dirancangseseuai dengan yang di promosikan (X1.6)	220	2	5	4.32	0.703
Penghiasan atau Garnish pada produk Mie Kari Ayam komplit Ori sesuai dengan tema makanan (X1.7)	220	2	5	4.25	0.736
Pada produk Mie kari Ayam komplit Ori memiliki kematangan yang pas (X1.8)	220	2	5	4.20	0.790
Total Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi				4.175	0.793

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2022)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 8 dan 9 Statistik Deskriptif Penelitian Kualitas Produk (X1), menunjukkan bahwa nilai jawaban terkecil yaitu 1 yang bisa diartikan sebagai sangat tidak setuju, dan untuk nilai jawaban tertinggi yaitu 5 yang bisa diartikan sebagai sangat setuju. Sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan mengenai variabel Kualitas Produk sebagaimana yang dirasakan oleh diri

responden diikuti oleh jawaban cukup setuju yang mempunyai total skor rata-rata 4.175 dengan nilai standar deviasi sebesar 0.793.

b. Statistik Deskriptif variabel Kepuasan Konsumen

Berikut tabel dibawah ini merupakan hasil uji deskriptif untuk variabel Kepuasan Konsumen dengan delapan butir item pernyataan.

Tabel 11
Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Anda merasa puas dengan variasi menu yang disajikan di Restoran Seporsi Mie Kari (X2.1)	220	2	5	4.31	0.767
Anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Restoran Seporsi Mie Kari (X2.2)	220	2	5	4.10	0.762
Anda merasa puas dengan respon pelayan dalam menanggapi (X2.3)	220	2	5	4.20	0.744
Pelayanan yang diberikan Restoran Seporsi Mie Kari sesuai dengan ekspektasi anda atau melebihi ekspektasi anda (X2.4)	220	2	5	4.16	0.720
Produk Mie Kari ayam komplit ori sesuai dengan ekspektasi atau melebihi ekspektasi Anda (X2.5)	220	2	5	4.10	0.770

Tabel 12
 Statistik Deskriptif Kepuasan Konsumen (Lanjutan)

Kepuasan Konsumen	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Anda merasa puas dengan fasilitas yang diberikan oleh Restoran Seporsi Mie Kari (X2.6)	220	1	5	4.09	0.850
Anda merasa puas dengan pengalamanyang diberikan oleh inovasi menu di Restoran Seporsi Mie Kari (X2.7)	220	1	5	4.12	0.816
Anda merasa puas dengan produk Mie Kari Ayam Komplit Ori (X2.8)	220	1	5	4.16	0.777
Total Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi				4.155	0.776

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2022)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 10 Statistik Deskriptif Penelitian Kepuasan Konsumen (X2), menunjukkan bahwa untuk nilai jawaban terkecil 1 yang merupakan sangat tidak setuju, nilai jawaban tertinggi 5 yang merupakan sangat setuju. Sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap pertanyaan – pertanyaan mengenai variabel Kepuasan Konsumen sebagaimana yang dirasakan oleh diri responden diikuti oleh jawaban cukup setuju yang mempunyai total skor rata-rata 4.155, dengan nilai standar deviasi sebesar 0,776

c. Statistik Deskriptif variabel Minat Pembelian Kembali

Berikut tabel dibawah ini merupakan hasil uji deskriptif untuk variabel Minat Pembelian Kembali dengan enam butir item pernyataan.

Tabel 13
Statistik Deskriptif Minat Pembelian Kembali

Minat Pembelian Kembali	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Anda akan merekomendasikan menu mie kari Ayam komplit Ori pada teman, keluarga, atau kerabat (Y1.1)	220	1	5	4.13	0.815
Anda merekomendasikan Restoran Seporsi Mie Kari pada keluarga, teman, atau kerabat (Y1.2)	220	2	5	4,16	0.745
Anda mencari informasi terlebih dahulu tentang variasi produk yang disajikan pada Restoran Seporsi Mie Kari (Y1.3)	220	1	5	3.87	1.003
Anda akan mencoba produk lain jika produk Mie kari ayam komplit ori tidak sesuai dengan ekspektasi (Y1.4)	220	1	5	3.92	1.015
Anda lebih memilih produk Mie Kari Ayam komplit Ori dari pada produk lain (Y1.5)	220	1	5	3.56	1.221
Restoran Seporsi Mie Kari akan selalu menjadi pilihan utama Anda (Y1.6)	220	1	5	4.03	0.870
Total Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi				3.945	0.951

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2022)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 11 Statistik Deskriptif Penelitian Minat Pembelian Kembali (Y) menunjukkan bahwa nilai 1 merupakan jawaban sangat tidak setuju, nilai tertinggi merupakan jawaban 5 yang merupakan sangat setuju. Sebagian besar responden memberikan tanggapan cukup setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel Minat Pembelian Kembali sebagaimana yang dirasakan oleh diri responden diikuti oleh jawaban setuju yang mempunyai skor rata-rata 3.945, dengan nilai standar deviasi sebesar 0.951.

3. Uji Instrumen

Sebelum melakukan analisis atau uji hipotesis tersebut, maka perlu dilakukan pengujian instrumen yang dipakai sebagai alat pengumpul data primer dalam penelitian ini. Uji instrumen yang dipakai untuk penelitian ini merupakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.0. Dalam penelitian ini pengujian validitas instrumen atau alat pengukur data menggunakan rumus korelasi dari *Pearson Product Moment*. Pengujian validitas instrumen dari setiap butir pernyataan digunakan analisis butir, yaitu mengkorelasikan skor setiap pernyataan dengan skor total yang merupakan jumlah skor dari setiap butir pernyataan.

Uji reliabilitas instrumen menunjukkan konsistensi suatu instrumen. Jika suatu instrumen data dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut dapat dikatakan reliabel atau andal.

a. Uji validitas.

Uji validitas merupakan bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur suatu konsep memang mengukur konsep yang dimaksud (Sekaran & Bougie, 2020) Suatu instrumen penelitian dikatakan valid ketika mempunyai validitas yang tinggi, serta mampu menjadi ukuran atas apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari masing-masing variabel yang diteliti secara tepat.

Dalam penelitian ini untuk mengetahui hasil dari uji validitas data dapat dilihat di tabel *Item-Total Statistics* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Sebuah item dikatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel.

Nilai r hitung adalah nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* dan melihat nilai r tabel dengan signifikansi 0,05 untuk uji 2 sisi (*two tailed*) serta nilai N merupakan 220, nilai df merupakan 218, maka dapat nilai r tabel merupakan 0,132. Semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,132 daya pembedanya dianggap memuaskan. Batasan ini merupakan suatu konvensi, sehingga penyusun tes boleh menentukan sendiri batasan daya diskriminasi item dengan pertimbangan isi dan tujuan skala yang disusun. Bisa dilihat pada tabel dibawah ini, merupakan hasil uji validitas untuk masing-masing variabel dalam instrumen pernyataan atau kuesioner:

Tabel 14
Validitas Butir Pernyataan Kualitas Produk

Pertanyaan	r hitung	r table	Validitas
X1.1	0.649	0.132	Valid
X1.2	0.724	0.132	Valid
X1.3	0.686	0.132	Valid
X1.4	0.648	0.132	Valid
X1.5	0.519	0.132	Valid
x1.6	0.515	0.132	Valid
X1.7	0.525	0.132	Valid
X1.8	0.675	0.132	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2022)

Tabel 15
Validitas Butir Pernyataan Kepuasan Konsumen

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Validitas
X2.1	0.597	0.138	Valid
X2.2	0.530	0.132	Valid
X2.3	0.567	0.132	Valid
X2.4	0.653	0.132	Valid
X2.5	0.648	0.132	Valid
X2.6	0.578	0.132	Valid
X2.7	0.680	0.132	Valid
X2.8	0.750	0.132	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2022)

Tabel 16
Validitas Butir Pernyataan Minat Pembelian Kembali

Pertanyaan	r hitung	r table	Validitas
Y1.1	0.608	0.132	Valid
Y1.2	0.599	0.132	Valid
Y1.3	0.664	0.132	Valid
Y1.4	0.656	0.132	Valid
Y1.5	0.663	0.132	Valid
Y1.6	0.604	0.132	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2022)

Pada Tabel 12, Tabel 13, dan Tabel 14 yang merupakan uji statistik validitas, memperlihatkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Minat Pembelian Kembali memiliki r hitung lebih besar dari r tabel sehingga bisa dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, maka langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitasnya atau keandalan sebuah kuesioner. Uji reliabilitas

merupakan pembuktian konsistensi dan stabilitas dari alat ukur atau instrumen (Sekaran & Bougie, 2020) Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan penggunaan perangkat lunak SPSS versi 27.0. Menurut Ghozali (2021) hasil kuesioner akan dinyatakan reliabel atau baik jika hasilnya melebihi atau sama dengan 0,60.

Berikut merupakan tabel-tabel hasil uji reliabilitas pada instrumen atau alat ukur variabel yang digunakan untuk peroleh data.

Tabel 17
Statistik Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>No. Of Items</i>
.771	8

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2022).

Tabel 18
Statistik Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>No. Of Items</i>
.777	8

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2022)

Tabel 19
Statistik Reliabilitas Variabel Minat Pembelian Kembali

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>No. Of Items</i>
.694	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2022)

Pada Tabel 15 mendapatkan nilai cronbach's alpha yaitu 0,771 dengan jumlah 8 pernyataan, dengan demikian instrumen data untuk memperoleh data variabel Kualitas Produk dinyatakan reliabel atau andal karena nilai minimum cronbach's alpha yaitu 0,60.

Pada Tabel 16 mendapatkan nilai cronbach's alpha 0,777 dengan jumlah 8 pernyataan, dengan demikian maka instrumen data untuk memperoleh data

variabel Kepuasan Konsumen dapat dinyatakan reliabel atau andal dikarenakan nilai minimum cronbach's alpha yaitu 0,60.

Pada Tabel 17 mendapatkan nilai cronbach's alpha 0,694 dengan jumlah 6 pernyataan, dengan demikian maka instrumen data untuk memperoleh data variabel Minat Pembelian Kembali dapat dinyatakan reliabel atau andal dikarenakan nilai minimum cronbach's alpha yaitu 0,60.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam meramalkan keadaan naik turunnya variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (Sugiyono, 2019). Rumus Analisis regresi linear berganda untuk dua variabel independen menurut Sugiyono (2019) yaitu $Y = a + B_1X_1 + B_2X_2$.

Y merupakan variabel dependen, a merupakan konstanta, B merupakan nilai koefisien regresi, dan X merupakan variabel independen. Berikut tabel dibawah ini yang merupakan hasil analisis regresi berganda variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap variabel minat pembelian kembali dengan bantuan penggunaan perangkat lunak SPSS versi 27.0.

Tabel 20
Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>(Constant)</i>	-2.135	1.596	-	-1.337	0.182
Kualitas Produk	0.443	0.051	0.481	8.669	0.000
Kepuasan Konsumen	0.331	0.052	0.354	6.382	0.000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2022)

Berdasarkan pada tabel 18 diatas dapat dibentuk persamaan terhadap rumus analisis regresi linear berganda tersebut menjadi sebagai berikut $Y = -2,135 +$

Berdasarkan pada tabel 18 diatas dapat dibentuk persamaan terhadap rumus analisis regresi linear berganda tersebut menjadi sebagai berikut $Y = -2,135 + 0,443X_1 + 0,331X_2$. Dari persamaan terhadap rumus analisis regresi tersebut dapat dijelaskan interpretasinya sebagai berikut:

- a. **a** merupakan konstanta yang bernilai -2,135, artinya nilai variabel minat pembelian kembali yaitu variabel dependen penelitian tersebut hanya sebesar -2,135 apabila variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen dinyatakan sebagai nol atau tidak ada. Dikarenakan nilai konstanta tersebut merupakan nilai negatif maka juga bisa dinyatakan bahwa nilai variabel minat pembelian kembali merupakan 0 atau tidak ada apabila tidak ada pengaruh dari variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen.
- b. **B1** merupakan nilai koefisien regresi dari variabel kualitas produk. Nilai B1 tersebut merupakan 0,443 yang dapat diartikan bahwa apabila variabel kualitas produk mengalami peningkatan satu poin dan semua variabel lain tetap, maka nilai variabel minat pembelian kembali akan meningkat sekitar 0,443.
- c. **B2** merupakan nilai koefisien regresi dari variabel kepuasan konsumen. Nilai B2 tersebut merupakan 0,331 yang dapat diartikan bahwa apabila variabel kepuasan konsumen mengalami peningkatan satu poin dan semua variabel lain tetap, maka nilai variabel minat pembelian kembali akan meningkat sekitar 0,331.

Berdasarkan data diatas dan juga interpretasinya maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk lebih berpengaruh terhadap variabel minat pembelian kembali, kemudian di susul oleh variabel kepuasan konsumen. Dari hasil yang terdapat diatas, dapat dilihat melalui nilai koefisien regresi kualitas produk dan kepuasan konsumen merupakan nilai positif sehingga bisa dinyatakan bahwa variabel kualitas produk dan variabel kepuasan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat pembelian kembali.

5. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis bahwa rata-rata populasi dari mana sampel diambil sama dengan standar pembandingan (Sekaran & Bougie, 2020). Untuk lebih jelas lagi uji parsial atau uji T ini dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk (X1), Kepuasan Konsumen (X2), dan Minat Pembelian Kembali (Y) secara parsial atau sendiri-sendiri.

Uji t ini dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel. Apabila t hitung lebih besar daripada T tabel, maka akan dinyatakan mempunyai pengaruh di antara variabel independen dan dependen, tetapi jika T hitung lebih kecil daripada t tabel, maka akan dinyatakan tidak mempunyai pengaruh diantara variabel independen dan dependen. Nilai t tabel pun bisa dibandingkan dengan nilai df yaitu $n - k$ yang bernilai 218 dengan nilai signifikan 0,05 sehingga mendapatkan nilai t tabel sekitar 1,971.

Berikut merupakan tabel yang mengandung hasil uji parsial atau uji t di penelitian ini.

Tabel 21
Uji T

<i>Model</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>	<i>T tabel (1.971)</i>	<i>Sig. (<0.05)</i>
Kualitas Produk	8.669	0.000	Diterima	Signifikan
Kepuasan Konsumen	6.382	0.000	Diterima	Signifikan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2022)

a. Uji Hipotesis Parsial untuk pengaruh variabel Kualitas Produk

H0 : Kualitas Produk tidak mempunyai pengaruh terhadap Minat pembelian kembali restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutra.

H1 : Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Minat pembelian kembali restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutra.

Pada tabel 15 terbukti bahwa nilai t hitung variabel kualitas produk merupakan 8,669 sehingga merupakan lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 1,971 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Selain itu juga tingkat signifikan variabel kualitas produk merupakan 0.000 sehingga nilainya lebih kecil daripada 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian Kembali restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutera.

b. Uji Hipotesis Parsial untuk pengaruh variabel Kepuasan Konsumen

H0: Kepuasan Konsumen tidak mempunyai pengaruh terhadap Minat Pembelian Kembali restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutera.

H2: Kepuasan Konsumen mempunyai pengaruh terhadap Minat Pembelian Kembali restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutera.

Dapat dilihat juga pada tabel 16 bahwa nilai t hitung variabel kepuasan konsumen mempunyai nilai 6,382 sehingga jika dibandingkan dengan nilai t tabel 1,971 maka nilai t hitung merupakan lebih besar daripada nilai t tabel maka dari itu. Ho akan ditolak dan H2 akan diterima. Selain itu juga tingkat signifikansi variabel kepuasan konsumen yang memiliki nilai 0,000 tersebut lebih kecil dibandingkan nilai signifikansi 0,05 sehingga dapat dinyatakan mempunyai pengaruh signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Konsumen mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian Kembali restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutera.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sekaran & Bougie (2020) koefisien determinasi adalah proporsi dari total variasi dalam n nilai variabel dependen yang dijelaskan seluruh model regresi. Secara singkat, uji koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan berapa persen pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dari itu dalam penelitian ini, uji koefisien

determinasi digunakan untuk menjelaskan persentase pengaruh variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap variabel minat pembelian kembali. Berikut merupakan tabel hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 22
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.742 ^a	0.551	0.547	2.444

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2022)

Uji Koefisien Determinasi terletak antara 0 dan 1, jika nilai *R Square* merupakan 1 maka artinya mempunyai pengaruh 100% sehingga pendekatan benar-benar tepat, yakni memberikan kontribusi sebesar 100%. Berdasarkan tabel 17 dinyatakan bahwa nilai *R Square* didapat dari pengkuadratan nilai *R* sehingga menjadi 0,551 yang bisa disamakan sebagai 55,1%, sehingga bisa dinyatakan bahwa kualitas produk dan kepuasan konsumen mempunyai pengaruh terhadap minat pembelian kembali sebesar 55,1% dan sisanya 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain nya seperti menurut Santi & Supriyanto (2020), Susanto & Toton (2022), dan Salsabila et al., (2022) variabel lain tersebut merupakan promosi online, harga, lokasi, kualitas pelayanan, emosi, dan kemudahan.

Tabel 23
Variabel Independen Lain yang Mempengaruhi Minat Pembelian Kembali

No	Variabel Independen lainnya	Judul Penelitian	Peneliti
1.	Kualitas layanan, lokasi , persepsi harga, dan promosi online	Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Taichan Banjar D'Licious)	(Santi & Supriyanto, 2020)

Tabel 24
Kelanjutan Variabel Independen Lain yang Mempengaruhi Minat
Pembelian Kembali

No	Variabel Independen lainnya	Judul Penelitian	Peneliti
2.	Kualitas Layanan, Harga, Emosi , Kemudahan	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Produk SOMETHINC	(Salsabila et al., 2022)
3.	<i>Brand Image, Price Fairness, Brand Awareness, Brand Loyalty</i>	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Repurchase Intention Pada Produk Alat Berat	(Pradipta & Putra, 2022)

Sumber : Santi & Supriyanto (2020) , Salsabila et al. (2022), Pradipta & Putra (2022)

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Kembali Restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutera

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang didapatkan nilai t hitung sebesar 8,669 yang berarti lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,971 dan tingkat signifikansi 0,000 dibawah 0,05 maka H1 diterima, yang berarti Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian Kembali, artinya perubahan nilai Kualitas Produk mempunyai pengaruh searah terhadap perubahan Minat Pembelian Kembali atau dengan kata lain apabila Kualitas Produk meningkat maka akan terjadi peningkatan tingkat

Minat Pembelian Kembali dan secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS versi 27.0 diketahui bahwa nilai koefisien variabel kualitas produk terhadap minat pembelian kembali melalui analisis regresi linear berganda merupakan sebesar 0,443, yang berarti bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian kembali di Restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutera

2. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Kembali Restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutera

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung sebesar 6,382 yang berarti lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,971 dan tingkat signifikansi 0,000 dibawah 0.05 maka H2 diterima, yang berarti bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian kembali, artinya perubahan nilai kepuasan konsumen mempunyai pengaruh searah terhadap perubahan minat pembelian kembali atau dengan kata lain apabila kepuasan konsumen meningkat maka akan terjadi peningkatan tingkat minat pembelian kembali dan secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS versi 27.0 diketahui bahwa nilai koefisien variabel kualitas produk terhadap minat pembelian kembali melalui analisis regresi linear berganda merupakan sebesar 0,331, yang berarti bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian kembali di Restoran Seporsi Mie Kari Alam Sutera.