



Sumber: Umar (2003)

Kriteria pembobotan tersebut dibagi atas lima kategori dengan rentang skor persentase masing-masing. Hasil pengolahan data yang dilakukan, selanjutnya dikonsultasikan untuk mengetahui pada kategori mana variabel yang dipersepsikan oleh responden. Tanggapan responden berkenaan dengan loyalitas tamu diperoleh gambaran sebagai berikut.

Tabel 4.13

Kepercayaan Terhadap Kualitas Produk Restoran

Kategori Penilaian	Bobot (b)	Frekuensi (n)	Persentase (%)	b x n
Sangat Baik	5	0	0,00	0
Baik	4	37	37,76	148
Cukup Baik	3	61	62,24	183
Kurang Baik	2	0	0,00	0
Tidak Baik	1	0	0,00	0
Jumlah		98	100	331

Pada aspek kepercayaan terhadap kualitas produk restoran, berdasarkan tanggapan responden yang menyatakan baik sebanyak 37,76%. Sedangkan responden yang menyatakan cukup baik sebanyak 62,24%. Dari hasil tanggapan yang diberikan, maka dapat dikategorikan bahwa kepercayaan terhadap kualitas produk restoran termasuk pada kategori cukup, dengan jumlah skor sebesar 331.



Tabel 4.14

Minat Mengonsumsi Kembali Produk Restoran

Kategori Penilaian	Bobot (b)	Frekuensi (n)	Persentase (%)	b x n
Sangat Berminat	5	0	0,00	0
Berminat	4	30	30,61	120
Cukup Berminat	3	62	63,27	186
Kurang Berminat	2	6	6,12	12
Tidak Berminat	1	0	0,00	0
Jumlah		98	100	318

Dalam minat pelanggan mengonsumsi kembali produk restoran, responden yang menyatakan berminat sebanyak 30,61%. Responden yang menyatakan cukup berminat sebanyak 63,27%. Sedangkan responden yang menyatakan kurang berminat sebanyak 6,12%. Dari hasil tanggapan yang diberikan, maka dapat dikategorikan bahwa minat pelanggan mengonsumsi kembali produk restoran termasuk pada kategori cukup berminat, dengan jumlah skor sebesar 318.

