

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Waroeng Café 27

1. Sejarah Singkat Waroeng Café 27

Waroeng Café 27 adalah sebuah restoran yang didirikan oleh bapak Adji Watono, pria kelahiran Kudus pada 17 Mei 1950 silam, yang sangat diperhitungkan di industry advertising. Sukses membangun kerajaannya di bisnis industri advertising, rupanya telah memicu ayah dua putri itu untuk membangun bisnis barunya di tanah kelahirannya, Kudus. Namun kali ini yang dipilih bapak Adji bukanlah bisnis advertising, melainkan restoran dengan brand image Waroeng Café 27.

Awalnya hanya sebuah rumah biasamilik Adji Watonoyang berlokasi di jalan Cempaka belakang pasar Kliwon Kudus yang disulap menjadi sebuah restoran Waroeng Café 27, tepat pada tanggal 5 Maret 2016 secara resmi Waroeng Café 27 dibuka untuk umum. Adapun salah satu tujuan dari berdirinya Waroeng Café 27 adalah untuk memotivasi anak-anak muda Kudus untuk mewujudkan mimpinya. Seperti yang telah diungkapkan oleh bapak Adji Watono bahwa “Kehadiran Waroeng Café 27 adalah untuk menginspirasi anak-anak muda Kudus agar tidak takut untuk mewujudkan impian mereka dan mencapai kesuksesan masing-masing”.

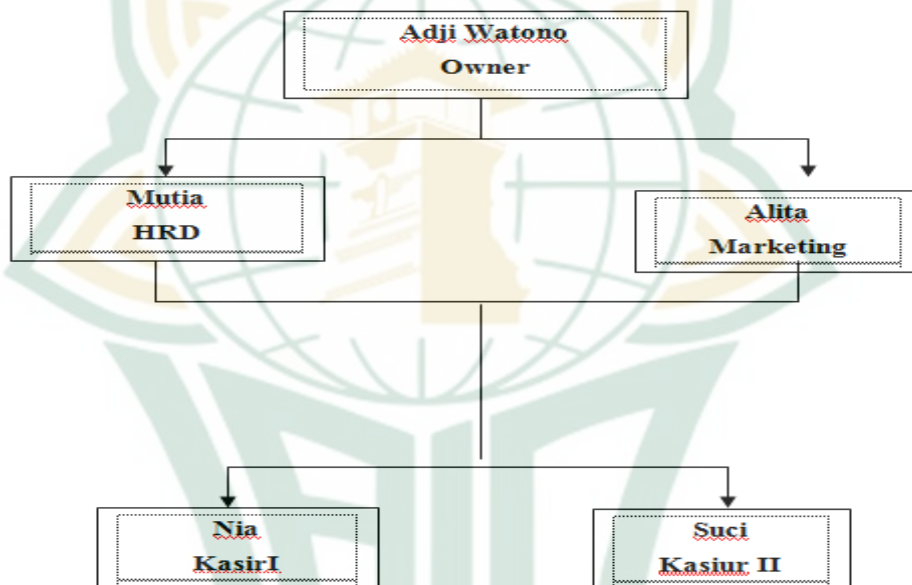
Owner sendiri mengembangkan Waroeng Café 27 dengan mengedepankan tiga hal yaitu : bisnis harus memiliki konsep, memiliki diferensiasi, dan harus memiliki target yang jelas. Oleh karena itu, konsep yang dihadirkan di Waroeng Café 27 oleh owner adalah konsep internasional dengan taste local. Diferensi yang ditawarkan adalah berupa *good service and good price* dengan harga dibawah Rp 25 ribu,

namun tetap mengedepankan *quality*. Adapun target market dari Owner Waroeng Café 27 adalah *youth segmen*, termasuk keluarga muda.¹

2. Struktur Organisasi

Berikut adalah tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan dari struktur organisasi Waroeng Café 27 :²

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: Struktur Organisasi Waroeng Café 27

a. Owner (pemilik)

Pemilik Waroeng Café 27 adalah A.Adji Watono. Tugas dan tanggung jawab pemilik adalah memberikan arahan kepada bagian informasi penting mengenai perusahaan dan mengambil keputusan penting untuk perusahaan.

¹Hasil Wawancara dengan Ibu Lita manager Waroeng Café 27, pada tanggal 2 oktober 2018, pukul 13:00 WIB.

²Hasil Wawancara dengan Ibu Lita manager Waroeng Café 27, pada tanggal 2 oktober 2018, pukul 13:00 WIB.

b. HRD

HRD Waroeng Café 27 adalah Mutia. Tugas dan tanggung jawab HRD adalah perekrutan SDM dan kualitas SDM yang dimiliki café.

c. Marketing /Supervisor

Supervisor Waroeng Café 27 adalah Alita, Tugas dan tanggung jawab supervisor adalah melakukan pengawasan dan supervisi para karyawan dan memastikan strategi, kebijakan dan keputusan yang telah diambil dijalankan dengan baik.

d. Kasir

Tugas dan tanggung jawab kasir adalah menjalankan proses penjualan dan pembayaran, juga bertugas melakukan pencatatan atas semua transaksi. Yang bertugas di bagian kasir Waroeng Café 27 adalah nia dan suci.

3. Visi Dan Misi Waroeng Café 27**Visi**

“Menjadikan café konsep internasional dengan taste lokal “

Misi

- a. Mengutamakan kualitas dalam hal apapun yang dilakukan (pelayanan) dan disajikan (makanan)
- b. Memotivasi masyarakat dalam meraih mimpi menuju kesuksesan
- c. Menyediakan tempat yang nyaman untuk bercengkrama³

4. Jam Operasional Waroeng Café 27

Jam operasional Waroeng Café 27 adalah pukul 11.00-22.30. untuk memenuhi standar ketenagakerjaan jam kerja karyawan Waroeng Café 27 Kudus dibagi 2 shift, yaitu :⁴

³Hasil Wawancara dengan Ibu Lita manager Waroeng Café 27, pada tanggal 2 oktober 2018, pukul 13:00 WIB.

1. Shift 1 : Pukul 10.30-19.30 (1 jam istirahat + 8 jam kerja)
2. Shift 2 : Pukul 13.30-22.30 (1 jam istirahat + 8 jam kerja)

5. Pemasaran dan Promosi

Sistem pemasaran Waroeng Café 27 adalah dengan menggunakan media sosial seperti TV lokal, radio lokal, hingga media cetak lokal, Waroeng Café 27 juga rajin memanfaatkan social media seperti instagram, facebook, dan twitter.

Sementara itu , untuk menciptakan kedekatan dengan para pengunjung maka Waroeng Café 27 menggelar live music tematik setiap malam minggunya.⁵

B. Deskripsi Data Responden

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada pelanggan Waroeng Café 27 dengan mengambil sampel sebanyak 89 orang.

Berikut penulis sajikan mengenai jawaban responden atas dasar karakteristik.

a. Jenis Kelamin

Adapun data dan presentase mengenai perbandingan jenis kelamin konsumen “Waroeng Café 27” di Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	54	60,67 %
Laki-laki	35	39,33 %
Jumlah	89	100 %

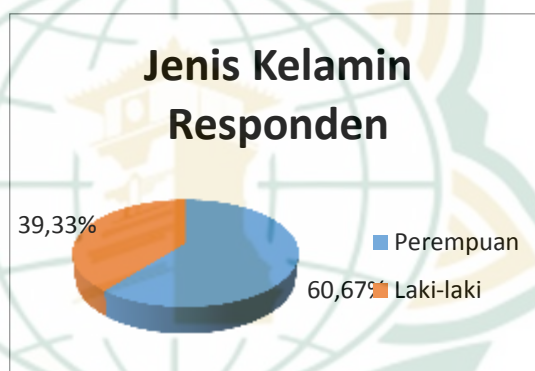
Sumber: Data Primer Diolah 2018

⁴Hasil Wawancara dengan Ibu Lita marketing Waroeng Café 27, pada tanggal 2 oktober 2018, pukul 13:00 WIB.

⁵Hasil Wawancara dengan Ibu Lita marketing Waroeng Café 27, pada tanggal 2 oktober 2018, pukul 13:00 WIB.

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa karyawan yang menjadi responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 kosumen (39,33%), dan perempuan sebanyak 54 kosumen (60,67%). Hal ini menunjukkan sebagian besar kosumen “Waroeng Café 27” di adalah perempuan. Untuk lebih jelasnya, berikut gambar porsi dari deskripsi responden dilihat dari jenis kelamin yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.2
Grafik jenis kelamin responden



Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

b. Usia

Adapun data mengenai usia responden yaitu kosumen di “Waroeng Café 27” di Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

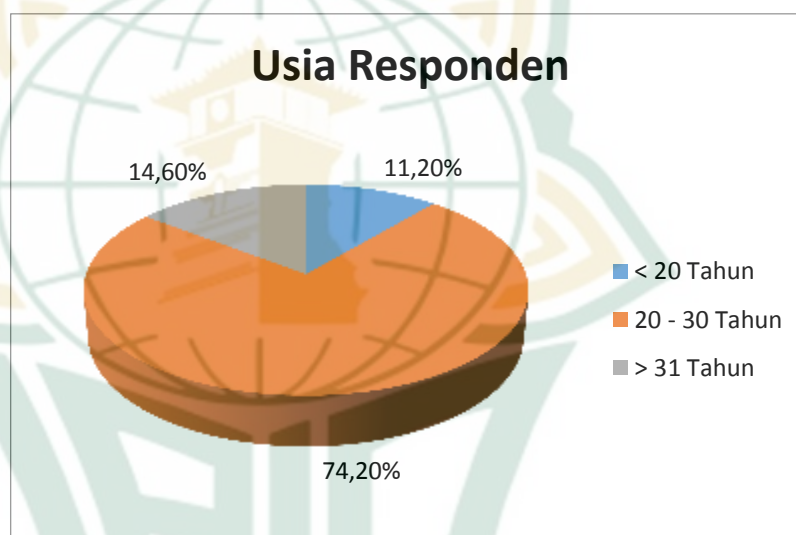
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	10	11,24 %
21-30 tahun	66	74,16 %
>30 tahun	13	14,61 %
Jumlah	89	100 %

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa responden yang berusia < 20 tahun sebanyak 10(11,24%), dan yang berusia 21-30 tahun sebanyak 66 (74,16%), yang berusia >30tahun sebanyak 13 (14,61%). Hal ini menunjukkan mayoritas konsumen “Waroeng Café 27” berusia 21-30 tahun. Untuk lebih jelasnya, berikut gambar porsi dari deskripsi respondendilihat dari usia yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.3
Grafik Usia Responden



c. Pekerjaan

Adapun data mengenai responden yaitu konsumen di “Waroeng Café 27” di Kudus adalah sebagai berikut:

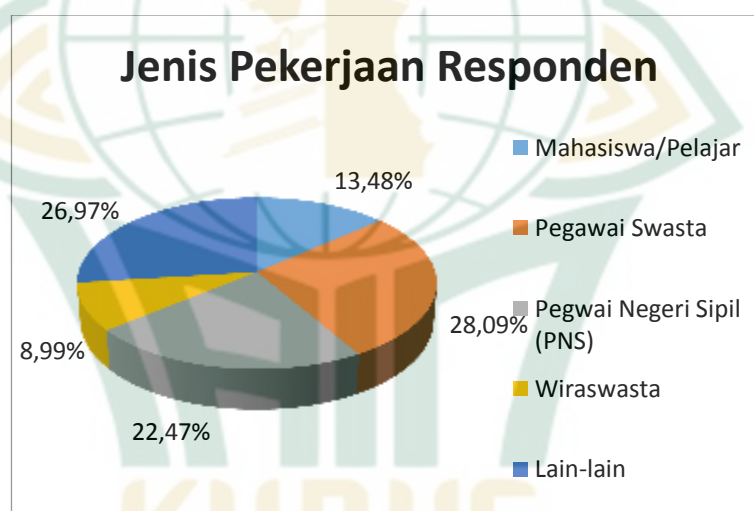
Tabel 4.3
Jenis Pekerjaan

Usia	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	12	13,48 %
Pegawai swasta	25	28,09 %
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	20	22,47 %
Wiraswasta	8	8,99 %
Lain-Lain	24	26,97 %
Jumlah	89	100 %

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini mahasiswa/pelajar sebanyak 12 orang (13,48%), sebagai pegawai swasta sebanyak 25 orang (28,09%), sebagai Pegawai Negeri Sipil sebanyak 20 orang (22,47%), sebagai Wiraswasta sebanyak 8 orang (8,99%), dan yang berprofesi lain-lain sebanyak 24 orang (26,97%). Jadi dapat disimpulkan bahwa kategori jenis pekerjaan responden cukup merata. Untuk lebih jelasnya, berikut gambar porsi dari deskripsi respondendilihat dari usia yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.4
Grafik Jenis Pekerjaan Responden



Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

C. Deskripsi Data Penelitian

Dari hasil masing-masing jawaban responden tentang **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumendi Waroeng Cafe 27** sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi.⁶

Kotler menyatakan bahwa pelayanan sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”

Jadi berdasarkan definisi diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan oleh satu pihak ke pihak lain dengan mengutamakan nilai yang baik.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry membentuk kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Adapun lima dimensi pokok yang telah disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :⁷ kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti fisik (*tangibles*).

Tabel 4.5
Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
Kualitas Pelayanan (X1)	P1	33	37,1	27	30,3	13	14,6	15	16,9	1	1,1
	P2	29	32,6	27	30,3	23	25,8	10	11,2	0	0
	P3	28	31,5	31	34,8	24	27,0	4	4,5	2	2,2
	P4	23	25,8	38	42,7	20	22,5	6	6,7	2	2,2
	P5	22	24,7	27	30,3	22	24,7	11	12,4	7	7,9

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dipahami bahwa:

⁶ Nasution Nur, Manajemen Mutu Terpadu, Ghalia Indonesia, Bogor, 2015, Hal. 2

⁷Ibid, hal.4

pada **item 1**, yang menjawab sangat setuju sebanyak sebanyak 33 orang, setuju 27 orang, cukup setuju 13 orang, tidak setuju 15 orang dan sangat tidak setuju 1 orang. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden sangat setuju dengan kualitas pelayanan yang diterapkan pada Waroeng Café 27 Kudus.

pada **item 2**, yang menjawab sangat setuju sebanyak sebanyak 29 orang, setuju 27 orang, cukup setuju 23 orang, tidak setuju 10 orang dan sangat tidak setuju 0 orang. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden sangat setuju dengan kualitas pelayanan yang diterapkan pada Waroeng Café 27 Kudus.

pada **item 3**, yang menjawab sangat setuju sebanyak sebanyak 28 orang, setuju 31 orang, cukup setuju 24 orang, tidak setuju 4 orang dan sangat tidak setuju 2 orang. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden setuju dengan kualitas pelayanan yang diterapkan pada Waroeng Café 27 Kudus.

pada **item 4**, yang menjawab sangat setuju sebanyak sebanyak 23 orang, setuju 38 orang, cukup setuju 20 orang, tidak setuju 6 orang dan sangat tidak setuju 2 orang. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden setuju dengan kualitas pelayanan yang diterapkan pada Waroeng Café 27 Kudus.

pada **item 5**, yang menjawab sangat setuju sebanyak sebanyak 22 orang, setuju 27 orang, cukup setuju 22 orang, tidak setuju 11 orang dan sangat tidak setuju 7 orang. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden setuju dengan kualitas pelayanan yang diterapkan pada Waroeng Café 27 Kudus.

2. Variabel Suasana Café (X2)

Menurut Philip Kotler Suasana /*atmosphere* adalah usaha merancang lingkungan pembeli untuk menghasilkan pengaruh emosional khusus kepada pembeli yang kemungkinan meningkatkan pembeliannya.⁸

Menurut Turley & Milliman dan Agusta membagi *cafe atmosphere* ke dalam 4 elemen, yaitu: ⁹*exterior variable, General Interior Variable, Store Layout, Interior Point-of-Purchase.*

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel Suasana Cafe(X2)

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
Suasana Cafe (X2)	S1	35	39,3	26	29,2	16	18,0	9	10,1	3	3,4
	S2	31	34,8	32	36,0	14	15,7	9	10,1	3	3,4
	S3	30	33,7	32	36,0	21	23,6	3	3,4	3	3,4
	S4	28	31,5	28	31,5	24	27,0	5	5,6	4	4,5

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dipahami bahwa :

Pada **item 1**, yang menjawab sangat setuju sebanyak 35orang, setuju 26 orang, kurang setuju 16 orang, tidak setuju 9 orang dan sangat tidak setuju 3 orang . Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden sangat setuju bahwa suasana di Waroeng Café 27 mempengaruhi kepuasan Konsumen Waroeng Café 27 Kudus.

Pada **item 2**, yang menjawab sangat setuju sebanyak 31orang, setuju 32orang, kurang setuju 14 orang, tidak setuju 9orang dan sangat tidak setuju 3 orang juga. Jadi dapat disimpulkan mayoritas respondensetuju

⁸John C Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, Erlangga, Jakarta, 2002, hal 139.

⁹Albert Kurniawan Purnomo, Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Café, *journal.maranatha.edu/jmm*, Bandung, 2017, hal. 1.

bahwa suasana di Waroeng Café 27 mempengaruhi kepuasan Konsumen Waroeng Café 27 Kudus.

Pada **item 3**, yang menjawab sangat setuju sebanyak 30orang, setuju 32 orang, kurang setuju 21 orang, tidak setuju 3 orang dan sangat tidak setuju 3 orang. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa suasana di Waroeng Café 27 mempengaruhi kepuasan Konsumen Waroeng Café 27 Kudus.

Pada **item 4**, yang menjawab sangat setuju sebanyak 28orang, setuju 28 orang, kurang setuju 24 orang, tidak setuju 5orang dan sangat tidak setuju 4 orang. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa suasana di Waroeng Café 27 mempengaruhi kepuasan Konsumen Waroeng Café 27 Kudus.

3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.¹⁰

Indikator yang digunakan dalam penelitian kepuasan konsumen diantaranya adalah : pelayanan, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan dan nilai-nilai perusahaan.

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
Kepuasan Konsumen (Y)	k1	31	34,8	25	28,1	17	19,1	11	12,4	5	5,6
	k2	35	39,3	29	32,6	15	16,9	6	6,7	4	4,5
	k3	29	32,6	31	34,8	19	21,3	6	6,7	4	4,5
	k4	22	24,7	24	27,0	29	32,6	3	3,4	11	12,4

Sumber: Data Primer Diolah 2018

¹⁰ Sunyoto Danang, *konsep Dasar Riset Pemasaran Dan perilaku Konsumen*, CAPS , Yogyakarta, 2014, hal. 227

Pada **item 1**, yang menjawab sangat setuju sebanyak 31 orang, setuju 25 orang, kurang setuju 17 orang, tidak setuju 11 orang dan sangat tidak setuju 5 orang juga. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden sangat setuju bahwa kepuasan konsumen di Waroeng Café 27 itu baik.

Pada **item 2**, yang menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang, setuju 29 orang, kurang setuju 15 orang, tidak setuju 6 orang dan sangat tidak setuju 4 orang juga. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden cukup sangat setuju bahwa kepuasan konsumen di Waroeng Café 27 itu baik.

Pada **item 3**, yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang, setuju 31 orang, kurang setuju 19 orang, tidak setuju 6 orang dan sangat tidak setuju 4 orang. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden cukup setuju bahwa kepuasan konsumen di Waroeng Café 27 itu baik.

Pada **item 4**, yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang, setuju 24 orang, kurang setuju 29 orang, tidak setuju 3 orang dan sangat tidak setuju 11 orang. Jadi dapat disimpulkan mayoritas responden kurang setuju bahwa kepuasan konsumen di Waroeng Café 27 itu baik.

D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kebenaran suatu kuesioner.¹¹ Ketika instrument itu valid maka mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya ketika instrument itu kurang valid maka tingkat validitasnya juga rendah.

Agar penelitian ini lebih teliti, sebuah item sebaiknya memiliki skor total masing-masing variabel atau r hitung lebih besar dari pada r tabel. Diketahui nilai r tabel ($DF = N - 2$) sebesar 0,2084. Berikut adalah hasil dari korelasi r tabel dan r hitung masing-masing variabel.

¹¹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001, hal, 49

1) Variabel kualitas pelayanan (X_1)

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel kualitas pelayanan (X_1)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,480	0,2084	Valid
Item 2	0,563	0,2084	Valid
Item 3	0,488	0,2084	Valid
Item 4	0,391	0,2084	Valid
Item 5	0,436	0,2084	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2018

2) Variabel Suasana Cafe (X_2)

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Suasana Cafe (X_2)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,481	0,2084	Valid
Item 2	0,690	0,2084	Valid
Item 3	0,646	0,2084	Valid
Item 4	0,598	0,2084	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2018

3) Variabel kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel kepuasan Konsumen (Y)

Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,595	0,2084	Valid
Item 2	0,572	0,2084	Valid
Item 3	0,698	0,2084	Valid
Item 4	0,628	0,2084	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Berdasarkan hasil uji di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} . Sehingga tidak ada item instrument yang harus digugurkan atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur data dipercaya dengan menggunakan rumus *cronboach alpha* (α) menurut Umar (2000:207).

Reliabilitas item diuji dengan melihat koefisien alpha dengan melakukan reliability analisis dengan spss. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach alpha lebih dari 0,60. Hasil pengujian reliabilitas instrument dengan SPSS dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefiens	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	5 item	0,711	<i>Reliabel</i>
Suasana Café (X_2)	4item	0,791	<i>Reliabel</i>
Kepuasan Konsumen (Y)	4 item	0,805	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa hasil perhitungan *standardized item alphavariabel* Kualitas Pelayanan (X_1), Suasana Cafe (X_2) dan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) lebih besar dari nilai reabilitas yang diperoleh, yaitu 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel (X_1 , X_2 , dan Y) dapat dikatakan item yang akan di uji adalah reliabel.

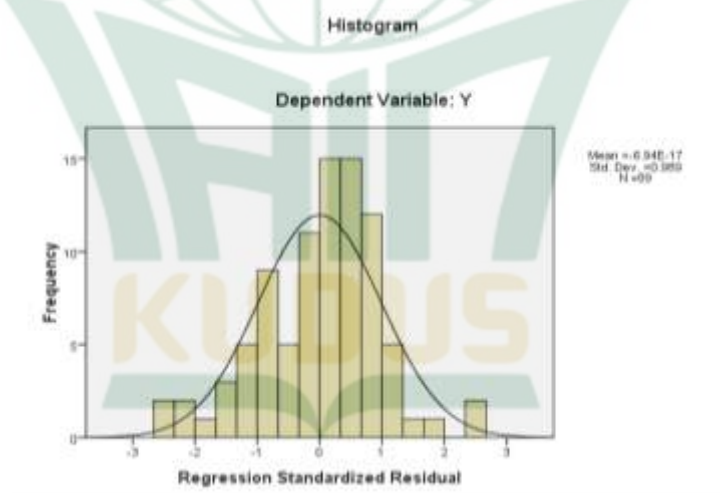
E. Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut :

1. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji data variabel bebas (X) dan data variabel (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, yaitu berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan bentuk histogram yang hampir sama dengan bentuk distribusi normal atau menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya.¹² Adapun uji normalitas dalam penelitian ini disajikan pada grafik sebagai berikut:

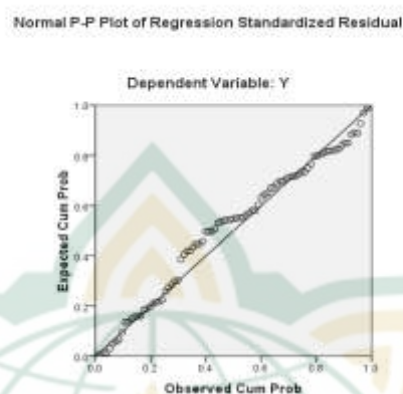
Gambar 4.5
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: Data primer yang diolah, 2018

¹²Ibid.,147.

Gambar 4.6
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak, kita dapat melihat pada grafik histogram. Dari grafik histogram pada gambar, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Selain dengan menggunakan histogram, kita juga bisa melihat uji normalitas dengan menggunakan grafik normal P-P Plot berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, namun penyebarannya agak melenceng sedikit dari arah garis diagonal. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Suatu regresi dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai $tolerance \leq 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.¹³ Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebagai berikut:

¹³*Ibid*, hal. 92.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas dengan Koefisien

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.934	1.071
.934	1.071

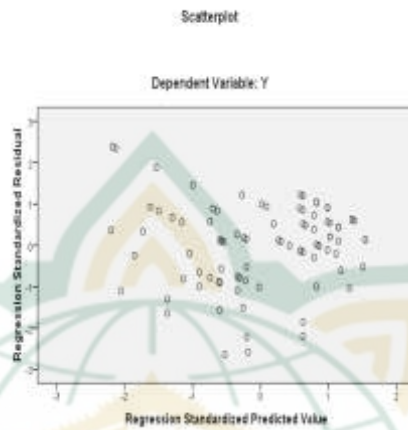
Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai tolerance masing-masing variabel kualitas pelayanandan suasana café sebesar (0,934), dan nilai VIF masing-masing variabel kualitas pelayanandan suasana café sebesar (1,071). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* $\leq 0,10$ dan tidak ada variabel bebas yang memiliki *VIF* ≥ 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.¹⁴ Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*ZPRED*) dengan residualnya (*SRESID*). Pengujian uji heteroskedastisitas dapat disajikan sebagai berikut:

¹⁴Ibid, hal. 105

Gambar 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji di atas menunjukkan pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Sehingga model regresi layak dan baik dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen jika sudah lulus uji heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson. Untuk kaidah pengambilan keputusan uji korelasi terangkum dalam tabel sebagai berikut :¹⁵

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-
1	.624 ^a	.389	.375	2.948	1.877

¹⁵*Ibid*, hal. 105

Dari hasil uji autokorelasi tabel di atas, diketahui nilai *Durbin-Watson* yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,877. *Durbin-Watson* dibandingkan dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05, jumlah sampel (n) = 89 dan jumlah variabel independen 2 ($k=2$) di peroleh nilai dL sebesar 1,609 , dU sebesar 1,7013 dan $4-dU = 2,298$, maka nilai DW lebih besar dari batas dalam (dU) dan kurang dari ($4-dU$) atau $dU < DW < 4-dU$ ($1,609 < 1,877 < 2,298$), sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara *linier* antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis regresi digunakan apakah hipotesis penelitian terbukti atau tidak. Analisis ini untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.¹⁶ Pengujian regresi linear sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.758	1.971		.384	.702
X1	.376	.090	.366	4.192	.000
X2	.461	.096	.420	4.819	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1=0,376$, $X_2=0,461$ dan konstanta sebesar 0,758 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

¹⁶Ibid, hal. 108

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 0,758 + (0,376)X_1 + 0,4615X_2$$

Dimana :

Y = Variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

X₁ = Variabel independen (Kualitas Pelayanan)

X₂ = Variabel independen (Suasana Cafe)

a = Nilai Intercept (konstanta)

b₁ = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

b₂ = Koefisien regresi Suasana Cafe dengan Kepuasan Konsumen

Dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (Y) sebesar 0,758, artinya jika variabel disiplin Kualitas Pelayanan (X₁) dan Suasana Cafe (X₂) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel kinerja karyawan (Y) nilainya adalah 0,758.
- b. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X₁) sebesar 0,376. Koefisiennya bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.
- c. Koefisien regresi suasana cafe (X₂) sebesar 0,461. Hal ini berarti setiap ada peningkatan suasana cafe (X₂) maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 5% dengan anggapan variabel kualitas pelayanan (X₁) bernilai konstan atau tetap. Koefisiennya bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara suasana cafe dengan kepuasan konsumen, semakin baik suasana cafe, maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial (individual) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Cara menentukan t tabel ialah tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) n-k-1 (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Maka tabel distribusi t diketahui bahwa t_{tabel} dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan df (89-2-1) = 86

dengan tingkat signifikansi 5%, dengan pengujian dua sisi hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1,987. Sedangkan kriteria pengujiannya adalah apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.¹⁷ Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.758	1.971		.384	.702
	X1	.376	.090	.366	4.192	.000
	X2	.461	.096	.420	4.819	.000

a. Dependent Variable: Y

a. Uji Hipotesis Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh $t_{hitung} = 4,192$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena nilai $t_{hitung} (4,192) > t_{tabel} (1,987)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Café 27 Kudus.

b. Uji Hipotesis Variabel Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel suasana cafe diperoleh $t_{hitung} = 4,819$ dengan tingkat signifikansi 0,010. Oleh karena nilai $t_{hitung} (4,819) > t_{tabel} (1,987)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial suasana café berpengaruh secara terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Café 27. T hitung positif artinya suasana cafe berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Café 27

¹⁷*Ibid*, hlm. 68-69.

1. Uji F

Menurut Ghazali, uji F simultan digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara simultan terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun langkah pengujian uji F adalah :¹⁸

Tabel 4.16
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	476.302	2	238.151	27.394	.000 ^a
	Residual	747.653	86	8.694		
	Total	1223.955	88			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari hasil analisis uji F didapat F_{hitung} sebesar 27,394 dengan tingkat signifikansi 0,000. Pada F_{tabel} dengan tingkat signifikan 5%, dk pembilang = 2 dan penyebut dk = 86, sehingga diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 3,10. Jadi, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($27,394 > 3,10$) dengan tingkat probabilitas signifikansi 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan dan suasana café secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Café 27.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya

¹⁸Ibid., hal 84

mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.¹⁹ Nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.389	.375	2.948

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada *output Model Summary* dari hasil analisis regresi linier berganda di atas dilihat dari nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,389 atau 38%. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan suasana cafe) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 38%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian, jadi dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan antara kualitas pelayanan dengan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Café 27 Kudus.

Kualitas adalah conformance to requirement, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas

¹⁹*Ibid*, hal. 83

apabila sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi.²⁰

Kotler menyatakan bahwa pelayanan sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”

Jadi berdasarkan definisi diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan oleh satu pihak ke pihak lain dengan mengutamakan nilai yang baik.

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh $t_{hitung} = 4,192$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena nilai $t_{hitung} (4,192) > t_{tabel} (1,987)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Café 27 Kudus.

Penelitian ini menguatkan penelitian terdahulu dari Dwiwinarsih Rina dari Universitas Gunadarma Jakarta “*analisis tingkat kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy di Depo*”. Hasil skripsi tersebut terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.²¹ Hasil penelitian tersebut memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga menurut hasil penelitian ini semakin baik kualitas pelayanannya maka kepuasan konsumenpun akan meningkat.

²⁰ Nasution Nur, Manajemen Mutu Terpadu, Ghalia Indonesia, Bogor, 2015, Hal. 2

²¹ Dwiwinarsih Rina. Jurnal “*Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy di Depok*” (Jakarta : Universitas Gunadarma, 2003, hal. 3

2. Pengaruh suasana café terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Café 27 Kudus

Menurut Philip Kotler Suasana /*atmosphere* adalah usaha merancang lingkungan pembeli untuk menghasilkan pengaruh emosional khusus kepada pembeli yang kemungkinan meningkatkan pembeliannya.²²

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel suasana cafe diperoleh $t_{hitung} = 4,819$ dengan tingkat signifikansi 0,010. Oleh karena nilai $t_{hitung} (4,819) > t_{tabel} (1,987)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial suasana café berpengaruh secara terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Café 27. T hitung positif artinya suasana cafe berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Café 27

Penelitian ini menguatkan penelitian yang ditulis oleh Vivianli Liu, berjudul *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan* dari Universitas Sanata Dharma Yogyakarta tahun 2016. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pelayanan dan suasana café berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.²³ Hasil penelitian tersebut memberikan bukti empiris bahwa suasana cafe mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga menurut hasil penelitian ini semakin baik suasana cafenya maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen karena pada hakikatnya, suasana café yang nyaman membuat konsumen betah di café.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Café terhadap Kepuasan Konsumen di Waroeng Café 27 Kudus.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.²⁴

²²John C Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, Erlangga, Jakarta, 2002, hal.139.

²³ Vivianli Liu. Skripsi “ Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Konsumen” (Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma,hal. 19

²⁴ Sunyoto Danang, *konsep Dasar Riset Pemasaran Dan perilaku Konsumen*, CAPS , Yogyakarta, 2014, hal. 227

Dari hasil analisis uji F didapat F_{hitung} sebesar 27,394 dengan tingkat signifikansi 0,000. Pada F_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5%, dk pembilang = 2 dan penyebut dk = 86, sehingga diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 3,10. Jadi, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($27,394 > 3,10$) dengan tingkat probabilitas signifikansi 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan dan suasana café secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Waroeng Café 27.

Dalam penelitian terdahulu di atas, memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan dan suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karena kualitas pelayanan yang baik akan berakibat pada meningkatnya konsumen café tersebut.

