

ANALISIS HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN TATA LETAK YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE AOLA LAMONGAN

Dewi Rohmatun Ni'mah¹⁾, Andry Herawati²⁾

¹⁾²⁾ Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Dr. Soetomo

Email: dewicheon16@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah kedai kopi atau Cafe. Hal tersebut didukung oleh pernyataan International Coffee Organization (ICO) mencatat Indonesia Berada di urutan ke-6 negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia di bawah Rusia, sehingga bisnis cafe ini dinilai sangat menjanjikan hasilnya, namun hal tersebut juga akan membangkitkan persaingan yang sengit antar pengusaha. Salah satu cara untuk dapat bertahan dengan persaingan tersebut yakni dengan memperhatikan kepuasan konsumen. Kepuasan merupakan suatu hal yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu pelaku bisnis harus memperhitungkan segala faktor yang dapat menjadikan konsumen merasa puas. Setelah mengetahui beberapa permasalahan diatas, maka peneliti mencari dan menganalisis apa saja faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan seberapa tingkat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini terdapat beberapa faktor yang peneliti pilih dalam fokus pembahasan penelitian ini yaitu faktor harga, kualitas pelayanan dan tata letak dengan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian kausal. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sifatnya sebab- akibat antara variabel (independent) terhadap variabel yang lain (dependen). Dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden. Data tersebut dikumpulkan menggunakan teknik studi lapangan berupa wawancara dan kuesioner. Uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis korelasi ganda. Hasil pembahasan pada penelitian ini menunjukkan bahwa : Terdapat pengaruh secara silmutan antara harga, kualitas pelayanan, tata letak dengan kepuasan konsumen di cafe Aola Lamongan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 79,9 serta Terdapat pengaruh secara parsial antara tiap variabel bebas dengan variabel terikat.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Tata Letak, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

One of the growing businesses in Indonesia today is a coffee shop or cafe. This is supported by the statement of the International Coffee Organization (ICO) noting that Indonesia is in the 6th place with the largest coffee consumption in the world after Russia, so the cafe business is considered very promising results, but it will also generate fierce competition between entrepreneurs. . One way to survive the competition is to pay attention to customer satisfaction. Satisfaction is something that must be considered by business actors. Therefore, business people must take into account all the factors that can make consumers feel satisfied. After knowing some of the problems above, the researchers searched and analyzed what factors could affect customer satisfaction, and how much influence they had on customer satisfaction. In this case, there are several factors that the researchers chose in the focus of the

discussion of this study, namely the price factor, service quality and layout with customer satisfaction. This research uses a quantitative approach, with the type of causal research. research that aims to determine the causal relationship between variables (independent) to other variables (dependent). With the number of research samples as many as 100 respondents. The data was collected using field study techniques in the form of interviews and questionnaires. Hypothesis testing was carried out using multiple correlation analysis. The results of the discussion in this study indicate that: There is a simultaneous influence between price, service quality, layout and customer satisfaction at Aola Lamongan cafe with a coefficient of determination (R^2) that is 79.9 and there is a partial influence between each independent variable and the dependent variable.

Keywords: Price, Service Quality, Layout, Consumer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Bahwa Bisnis di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Salah satu contoh perubahan tersebut yakni dalam hal perubahan teknologi, pola pikir dan gaya hidup (*lifestyle*), hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang saat ini terjadi. Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah kedai kopi atau *cafe*. *Cafe* merupakan salah satu tempat sederhana yang menyediakan makanan dan minuman sajian dengan suasana santai atau tidak resmi dengan fasilitas menunjang untuk kenyamanan konsumen.

Kepuasan konsumen secara umum dapat diartikan sebagai tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang di harapkan. Menurut Amir (2012) mengungkapkan ada beberapa faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen menurut para ahli yaitu : a). Harga, b). Kualitas pelayanan, c). Kualitas produk, d).Promosi. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) mengatakan ada beberapa faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu : a). Kualitas produk, b). Harga, c). Service Quality. Menurut Zeithaml dan

Bitner (2018) faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yakni : a). Kualitas pelayanan, b). Kualitas produk, c). Harga, d). Faktor situasi dan e). Faktor pribadi dari pelanggan.

Sesuai dengan uraian diatas, salah satu *cafe* yang ada di kota Lamongan yang ikut bersaing di industri ini dan sangat memperhatikan terkait kepuasan pelanggan adalah *Cafe Aola Lamongan*, Pada perjalanan di tahun 2021 ini, *Cafe Aola* mengalami tampak adanya kendala yakni penurunan penjualan. Sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan yakni karena kepuasan pelanggan yang belum bisa terpenuhi secara efektif, hal tersebut dibuktikan dengan adanya kritik dan saran yang bermacam – macam yang disampaikan oleh konsumen kritik dan saran yang disampaikan ada yang bersifat tajam terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan ada juga yang bersifat membangun untuk selalu berbenah dan menjadi lebih baik. Mengingat persaingan *Food and Beverage* ini semakin tahun semakin banyak pesaingnya. Hasil wawancara oleh : Manajerg *cafe Aola Nugik*(2021)

Dari uraian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya Harga, Kualitas pelayanan dan Tata letak merupakan salah satu faktor yang dapat

mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh sebab itu penting bagi *Cafe Aola Lamongan* untuk bisa memenuhi kepuasan konsumen, sehingga tidak akan terjadi lagi penurunan penjualan, yang disebabkan karena konsumen tidak merasa puas dengan apa yang diharapkan. Berdasarkan latar belakang tersebut pada penelitian ini menggunakan variabel harga, kualitas pelayanan dan tata letak untuk melihat tingkat pengaruhnya kepuasan konsumen *Cafe Aola Lamongan*, dengan judul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Tata Letak Terhadap Kepuasan Konsumen Di *Cafe Aola Lamongan*”

B. LANDASAN TEORI

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam sebuah bisnis, oleh karena itu dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen perusahaan harus selektif dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yang bisa kapan saja berubah, karena setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda – beda, maka dari itu pelaku bisnis harus bisa menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen.

Menurut Bachtiar (2011) kepuasan konsumen adalah yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah mengkonsumsi produk atau jasa. Sedangkan Menurut Tjiptono (2012) kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Selanjutnya Menurut Rondouwu dan Komalig (2017), Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan

tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang diterima dan apa yang diharapkan.

Rondouwu dan Komalig (2013) menjelaskan indikator - indikator kepuasan konsumen sebagai berikut :

- a. Terpenuhinya harapan konsumen
- b. Merekomendasikan kepada pihak lain
- c. Sikap atau keinginan menggunakan produk
- d. Kualitas pelayanan
- e. Lokasi

Sedangkan menurut penelitian Mar'ie Ibrahim, et,el (2018), Melakukan penelitian dengan judul “Analisis Tata Letak Ruang dan Fungsionalitas Restoran Rumah Kopi Billy Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Tata Letak Fungsionalitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan variabel Tata Letak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan adanya penelitian tersebut maka dapat dijadikan acuan bahwa faktor tata letak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

2. Harga

Harga merupakan ukuran besar kecilnya nilai kepuasan konsumen terhadap produk yang dibelinya. Konsumen atau pelanggan akan berani membayar dengan harga tinggi apabila produk yang akan dibeli, dinilai bisa memenuhi harapan dengan maksimal, begitu juga sebaliknya jika konsumen menilai produk tersebut rendah dalam memenuhi keinginannya, maka konsumen tidak akan bersedia membeli produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk/jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau

jasa. Sedangkan Menurut Alma (2014) menyatakan bahwa harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Menurut Tjiptono (2015) mengemukakan bahwa harga satu – satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya.

Indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2012) menjelaskan ada 4 (empat) ukuran yang mencirikan harga yakni :

- a) Keterjangkauan harga
- b) Kesesuaian harga dg kualitas.
- c) Harga sesuai dengan manfaat
- d) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Sedangkan Menurut Wulandari dalam Indrasari (2019) menjelaskan terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur harga yakni sebagai berikut :

- a) Harga sesuai kualitas
- b) Perbandingan harga
- c) Harga terjangkau menurut konsumen
- d) Harga sesuai dengan harapan para konsumen

Berdasarkan uraian indikator – indikator harga diatas, pada penelitian ini menggunakan indikator menurut Wulandari dalam Indrasari (2019), karena pada indikator tersebut mencakup kriteria yang sesuai dengan kondisi di *cafe Aola Lamongan*.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Indrasari (2019) kualitas pelayanan adalah keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang membantu untuk memenuhi kebutuhan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Menurut Malik et, el (2012) kualitas

pelayanan adalah pendapat tentang apa yang konsumen rasakan terhadap keseluruhan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan, disisi lain Yamit (2010)

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya untuk mewujudkan harapan dan keinginan pelanggan agar bisa terpenuhi dengan baik.

Menurut Parasuraman et, el yang dikutip Tjiptono (2012) indikator – indikator kualitas layanan antara lain :

- a) Keandalan (*Relability*)
- b) Kesadaran (*Awareness*)
- c) Perhatian (*Attention*)
- d) Ketepatan (*Acuracy*)

4. Tata Letak

Tata letak perusahaan merupakan aktivitas dalam mengatur fasilitas – fasilitas perusahaan yang dapat menunjang kelancaran proses operasi perusahaan. Tata letak juga sangat mempengaruhi citra perusahaan karena dengan penempatan tata letak yang baik dan benar perusahaan dapat dipandang dengan kesan yang ekonomis, efektif dan efisien, aman dan nyaman.

Menurut Heizer, Render dan Munson (2017) tata letak merupakan salah satu kunci untuk menentukan efisiensi sebuah operasi jangka panjang. Sedangkan menurut Kasmir (2017) tata letak merupakan penentuan bentuk dan fasilitas yang bisa menentukan efisiensi operasi perusahaan. Menurut Mudie dan Pirrie (2017) menyatakan bahwa faktor – faktor tata letak fasilitas jasa yg berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yakni : sifat & tujuan organisasi, ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang/tempat, fleksibilitas, faktor estetis, masyarakat dan lingkungan sekitar dan biaya konstruksi dan operasi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tata letak adalah proses menyusun, mengatur dan

menempatkan fasilitas perusahaan agar kegiatan operasi berjalan dengan efisien dan efektif.

Indikator tata letak menurut Mudie dan Pirrie (2017) yakni sebagai berikut: Perencanaan spasial terdiri dari aspek aspek seperti simetri, proporsi, tekstur dan warna.

- a) Perencanaanruangan
- b) Warna
- c) Perlengkapan/Hiasan

Sedangkan indikator tata letak menurut Indah (2016) yang disediakan untuk konsumennya adalah sebagai berikut :

- a) Kebersihan, Kerapian dan kenyamanan
- b) Kelengkapan sarana dan fasilitas yang disediakan
- c) Tampilan fisik ruangan yang menarik

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara atau prosedur yang digunakan peneliti untuk dapat memecahkan permasalahan, mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diangkat. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Menurut sugiyono (2019) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan dengan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi/sampel, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data dengan statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan, sedangkan penelitian jenis kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sifatnya sebab- akibat antara variabel (independent) terhadap variabel yang lain(dependen).

1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

A. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk segala hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga mendapatkan informasi kemudian ditarik menjadi kesimpulan.

Variabel Bebas(Independen)

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini variabel Independen yakni sebagai berikut:

- a) Harga (X1)
- b) Kualitas Pelayanan (X2)
- c) Tata Letak (X3)

B. Variabel Terikat(Dependen)

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (dependen). Dalam penelitian ini variabel dependen yakni : Kepuasan Konsumen (Y)

2. Lokasi cafe Aola

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian ditentukan dengan tujuan untuk mempermudah atau memperlus lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan di cafe Aola Lamongan, yang berada di Jl. Raya Dandeles, Kandangsemangkon, Kec. Paciran, Kab. Lamongan, Jawa Timur 62264. Adapun alasan memilih lokasi cafe tersebut yakni belum pernah diadakan penelitian yang serupa khususnya tentang kepuasan konsumen di cafe tersebut.

3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Malhotra dalam Amirullah (2015) populasi adalah seluruh elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Berdasarkan uraian diatas populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan

pembelian di Cafe Aola Lamongan yang jumlahnya belum diketahui, dengan populasi sasaran sebagai berikut : Pernah berkunjung dan melakukan transaksi pembelian di cafe Aola Lamongan minimal sebanyak 2 kali, agar konsumen dapat menilai secara maksimal pelayanan di cafe Aola sehingga dapat memberikan penilaian yang objektif dan valid. Berkunjung dan melakukan transaksi pembelian di Cafe Aola Lamongan pada bulan Januari – Februari 2022.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan suatu hal, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus Chocran menurut Sugiyono (2019) sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z \sigma}{E} \right)^2$$

n = Besarnya sampel

σ = Deviasi standar dari populasi yang diperkirakan = 0,25

E= Kesalahan yang dapat ditolerir = 5%

Z = 1,96 (Pada tingkat kepercayaan 95%)

$n = \left(\frac{Z \sigma}{E} \right)^2$	$n = \left(\frac{1,96 \cdot 0,25}{0,05} \right)^2 =$
---	---

Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 atau dibulatkan menjadi 100 responden. Berdasarkan uraian diatas pemilihan sampel dengan menggunakan Simple Random Sampling yaitu karena dianggap sebagai cara yang adil untuk memilih sampel dari populasi yang lebih besar, karena setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Tujuan untuk mengurangi potensi bias

dalam pemilihan kasus yang akan dimasukan dalam sampel.

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah penting dalam melakukan penelitian, karena data yang terkumpul akan dijadikan bahan analisis dalam penelitian. Menurut sugiyono (2019) teknik pengumpulan data merupakan langkah awal dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah mengumpulkan data . Tanpa teknik pengumpulan data maka, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. *Library Study* (Studi Pustaka)

Studi pustaka merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori dengan variabel yang diteliti. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber- sumber kepustakaan dapat diperoleh dari : buku, jurnal, majalah, hasil- hasil penelitian dan sumber lainnya.

2. *Field Research Study* (Studi Lapangan)

a) Wawancara

Merupakan proses pengumpulan data dan keterangan dengan metode tanya jawab secara langsung kepada pihak pengolah Cafe Aola Lamongan, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi.

b) Dokumentasi

Digunakan untuk memperoleh data sebagai bahan informasi dalam penelitian, dengan metode

mencari data mengenai hal – hal yang bersangkutan dengan penelitian yang berupa : data transaksi penjualan

c) Kuesioner

Teknik pengambilan data dengan cara menyebarkan angket pertanyaan kepada responden kemudian diminta untuk menjawab sesuai dengan pengetahuannya, dengan tujuan untuk memperoleh data primer yang diperlukan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Cafe Aola Lamongan.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa Teknik analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Teknik analisis data merupakan pengelompokan data berdasarkan variable dan jenis responden dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang sudah diajukan, dalam penelitian ini teknik analisis data yang dilakukan untuk membuktikan hal – hal yang diajukan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut :

- a) Uji Instrument
- b) Uji Validitas

Suatu kuesioner dinyatakan valid ketika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dengan kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel (*correlation item and total correlation*). Adapun uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi, dengan teknik Pearson Product Moment, dengan rumus sebagai berikut:

- a. r hitung $>$ r tabel , maka pernyataan tersebut valid
- b. r hitung $<$ r tabel , maka pernyataan tersebut tidak valid.

c). Uji Reabilitas

Menurut Ghazali (2018) reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,70 (Ghozali, 2018).

d) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dilakukan dengan bantuan metode regresi linier berganda, namun sebelum melakukan analisis regresi linier berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastik. Menurut Ghazali (2018) pengujian klasik atas data penelitian dilakukan dengan menggunakan beberapa uji asumsi klasik yaitu : uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas sebagai berikut :

e) Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Mendeteksi normalitas dapat dilihat dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

f) Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas bisa dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation sebagai berikut:

- a. Jika nilai Tolerance $>$ 0,10 dan VIF $<$ 10, maka tidak ada gejala multikolinieritas.
- b. Jika nilai Tolerance $<$ 0,10 dan VIF $>$ 10, maka ada gejala multikolinieritas.

g) Uji Heteroskedastik

Adapun dasar untuk menganalisisnya, yakni sebagai berikut :

- a) Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadiheteroskedastis.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadiheteroskedastis.

h) Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan konsumen

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi dari variabel X1 (Harga)

β_2 = Koefisien regresi dari variabel X2 (Kualitas pelayanan)

β_3 = Koefisien regresi dari variabel X3 (Tata letak)

X1 = Harga

X2 = Kualitas pelayanan

X3 = Tata Letak

e = Tingkat kesalahan (Error)

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Menurut Ghozali (2018) Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan (correlation item and total correlation), dengan kriteria penilaian. Jika r hitung > r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakanvalid, dan jika r hitung < r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, pada penelitian ini maka hasil

uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Hasil Uji Validitas Variabel Harga(X1)

Variavebel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,873	0,355	Valid
	X1.2	0,735	0,355	Valid
	X1.3	0,427	0,355	Valid
	X1.4	0,796	0,355	Valid

Sumber : Data Output SPSS (diolah penulis)

Menunjukkan bahwa dari masing – masing indikator pertanyaan mampu mewakili variabel harga indikator (X₁), karena dapat dilihat bahwa keseluruhan item variabel penelitian mempunyai r hitung > r tabel yaitu pada signifikan 0,05 dengan menggunakan sampel sebanyak 31 responden (n=31), nilai r tabel dengan degree of freedom (df)=31 – 2 = 29, sehingga menghasilkan r tabel sebesar 0,355 dan dapat disimpulkan bahwa semua indikator tersebut valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan (X2)	X2.1	0,656	0,355	Valid
	X2.2	0,873	0,355	Valid
	X2.3	0,735	0,355	Valid
	X2.4	0, 634	0,355	Valid

Sumber : Data Output SPSS (diolah penulis)

Menunjukkan bahwa dari masing – masing indikator pertanyaan mampu mewakili variabel kualitas pelayanan (X₂), karena dapat dilihat bahwa keseluruhan item variabel penelitian mempunyai r hitung > r tabel yaitu pada signifikan 0,05 dengan menggunakan sampel sebanyak 31 responden (n=31), nilai r tabel dengan degree of freedom (df) =31 – 2 = 29, sehingga menghasilkan r tabel sebesar 0,355 dan dapat disimpulkan bahwa semua indikator tersebut valid.



Hasil Uji Validitas Variabel Tata Letak (X₃)

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Tata Letak (X ₃)	X3.1	0,761	0,355	Valid
	X3.2	0,427	0,355	Valid
	X3.3	0,612	0,355	Valid

Sumber : Data Output SPSS (diolah penulis)

Menunjukkan bahwa dari masing – masing indikator pertanyaan mampu mewakili variabel tata letak (X₃), karena dapat dilihat bahwa keseluruhan item variabel penelitian mempunyai r hitung > r tabel yaitu pada signifikansi 0,05 dengan menggunakan sampel sebanyak 31 responden (n=31), nilai r tabel dengan degree of freedom (df) = 31 – 2 = 29, sehingga menghasilkan r tabel sebesar 0,355 dan dapat disimpulkan bahwa semua indikator tersebut valid.

Tabel Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variavebel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,796	0,355	Valid
	Y.2	0,838	0,355	Valid
	Y.3	0,612	0,355	Valid
	Y.4	0, 619	0,355	Valid
	Y.5	0,838	0,355	Valid

Sumber : Data Output SPSS (diolah penulis)

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa dari masing – masing indikator pertanyaan mampu mewakili variabel kepuasan konsumen (Y), karena dapat dilihat bahwa keseluruhan item variabel penelitian mempunyai r hitung > r tabel yaitu pada signifikansi 0,05 dengan menggunakan sampel sebanyak 31 responden (n=31), nilai r tabel dengan degree of freedom (df) = 31 – 2 = 29, sehingga menghasilkan r tabel sebesar 0,355 dan dapat disimpulkan bahwa semua indikator tersebut valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Item pertanyaan	Nilai Cronbach Alpaha	Reliabilitas	Keterangan
X1.1	0,923	0,70	Reliabel
X1.2	0,927	0,70	Reliabel
X1.3	0,934	0,70	Reliabel
X1.4	0,926	0,70	Reliabel
X2.1	0,930	0,70	Reliabel
X2.2	0,923	0,70	Reliabel
X2.3	0,927	0,70	Reliabel
X2.4	0,931	0,70	Reliabel
X3.1	0,926	0,70	Reliabel
X3.2	0,934	0,70	Reliabel
X3.3	0,930	0,70	Reliabel
Y1	0,926	0,70	Reliabel
Y2	0,924	0,70	Reliabel
Y3	0,930	0,70	Reliabel
Y4	0,931	0,70	Reliabel
Y5	0,924	0,70	Reliabel

Sumber : Data Output SPSS (diolah penulis)

Menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini mempunyai nilai Cronbach Alfa yang berada di atas 0,70. Maka kuesioner yang digunakan dalam peneliti an ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alatukur.

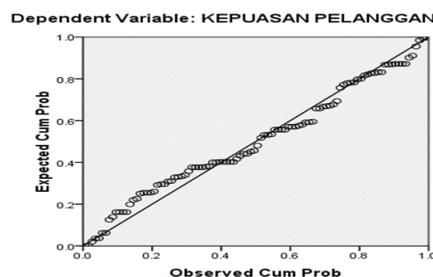
3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat atau menguji suatu model analisis yang termasuk layak atau tidak layak dalam penelitin, dan selanjutnya akan dianalisis dengan metode analisi regresi linier berganda.

4. Hasil Uji Normalitas

Grafik Normal probability plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Output SPSS

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

5. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga (X ₁)	0,509	1,967
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,471	2,124
Tata Letak (X ₃)	0,551	1,815

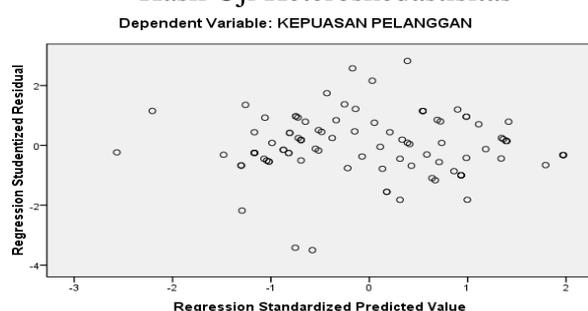
Sumber : Hasil Output SPSS (diolah penulis)

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai Tolerance variabel harga sebesar 0,509 yang artinya diatas 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,967 yang berada dibawah nilai 10, sedangkan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,471 yang artinya diatas 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,124 yang berada dibawah nilai 10 dan variabel tata letak sebesar 0,551 yang berada di atas nilai 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,815 yang artinya dibawah 10. Dengan demikian dapat dinyatakan model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel independen.

6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Output SPSS

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar tidak merata atau tidak membentuk pola yang jelas, dan terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y,

maka dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas.

7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Adapun regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

diketahui bahwa nilai koefisien untuk melihat persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,419 + 0,519 X_1 + 0,363 X_2 + 0,427 X_3$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta (α) adalah 1,419 menunjukkan bahwa jika Harga (X₁), kualitas pelayanan (X₂) dan tata letak (X₃) nilainya adalah nol, maka kepuasan konsumen (Y) nilainya yaitu sebesar 1,419.
- 2) Nilai koefisien regresi harga (X₁) adalah 0,519 memiliki nilai positif, menunjukkan bahwa mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,519 dengan asumsi variabel lain adalah konstan.
- 3) Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X₂) adalah 0,363 memiliki nilai positif, menunjukkan bahwa mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,363 dengan asumsi variabel lain adalah konstan.
- 4) Nilai koefisien regresi tata letak (X₃) adalah 0,427 memiliki nilai positif, menunjukkan bahwa mengalami peningkatan sebesar satu satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,427 dengan asumsi variabel lain adalah konstan.

8. Hasil Uji F (Simultan)

Model	F	Sig	F Tabel
Regresion	127,509	0,000	2,70

Sumber : Hasil Output SPSS (diolah penulis)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa F hitung (127,509) > F tabel (2,70) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, menunjukkan bahwa variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan tata letak (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).

9. Hasil Uji Koefisien determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.894 ^a	.799	.793	1.475

Sumber : Hasil Output SPSS (diolah penulis)

Berdasarkan tabel 4.18 diperoleh nilai R² sebesar 0,793 atau 79,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase dari variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan tata letak (X3) secara simultan mempengaruhi sebesar 79,3% terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan sisanya sebesar 20,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

10. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel Bebas	t Hitung	Sig.	t Tabel
Harga (X ₁)	6,388	0,000	1,984
Kualitas pelayanan (X ₂)	5,028	0,000	1,984
Tata letak (X ₃)	4,601	0,000	1,984

Sumber : Hasil Output SPPSS (diolah penulis)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui hasil uji t sebagai berikut :

- 1) Variabel harga (X1) mempunyai t hitung (6,388) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka Ha diterima, menunjukkan bahwa variabel harga (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).
- 2) Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai t hitung (5,028) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka Ha diterima, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan

(X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y).

- 3) Variabel tata letak (X3) mempunyai t hitung (4,601) > t tabel (1,984) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka Ha diterima, menunjukkan bahwa variabel tata letak (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen(Y)

11. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (r²)

Variabel	Korelasi Parsial
Harga (X ₁)	0,546
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,459
Tata letak (X ₃)	0,426

Sumber : Hasil Output SPSS (diolah penulis)

Berdasarkan tabel dapat diketahui hasil perhitungan korelasi secara parsial untuk hasil determinasi parsial (r²) sebagai berikut :

- 1) Nilai parsial (r²) untuk variabel harga (X₁) adalah 0,546. Maka diketahui bahwa harga (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel harga (X₁) sebesar 54,6%
- 2) Nilai parsial (r²) untuk variabel kualitas pelayanan (X₁) adalah 0,459. Maka diketahui bahwa kualitas pelayanan (Y) dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X₂) sebesar 45,9%
- 3) Nilai parsial (r²) untuk variabel tata letak (X₃) adalah 0,426. Maka diketahui bahwa kualitas pelayanan (Y) dapat dipengaruhi oleh tata letak (X₃) sebesar 42,6%

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Setelah peneliti melaksanakan penelitian ini, dengan memperhatikan baik dari rumusan masalah, hasil analisis data, pengujian hipotesis serta pembahasan yang telah dilakukan

dengan cukup mendalam, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), tata letak (X3) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Cafe Aola Lamongan. Hal tersebut berdasarkan hasil yang diperoleh nilai F hitung sebesar $127,509 > F$ tabel sebesar 2,70 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta nilai koefisien determinasi (R²) yaitu 79,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), tata letak (X3) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Cafe Aola Lamongan. Hal tersebut berdasarkan hasil yang diperoleh dengan uji t (parsial) dengan hasil variabel harga (X1) sebesar $6,388 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, hasil dari variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar $5,028 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hasil dari variabel tata letak (X3) sebesar $4,601 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) di cafe Aola yang ditunjukkan dengan perolehan nilai dari uji koefisien determinasi parsial (r²) sebesar 0,546 atau 54,6%, dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,459 atau 45,9% dan variabel tata letak (X3) sebesar 0,426 atau 42,6%. Maka hipotesis ketiga dalam penelitian iniditerima.
4. Hasil penelitian berdasarkan karakteristik responden usia menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini dominan berusia 21 – 40 Tahun, dengan karakteristik terbesar sebagai pelajar/ mahasiswa dan berpendapatan sebesar Rp. 500.000 – Rp.2.000.000

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :

1) Bagi Pimpinan Cafe Aola Lamongan

a) Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa terdapat pengaruh antara harga, kualitas pelayanan dan tata letak terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan, maka pimpinan cafe Aola diharapkan untuk selalu mengamati dan mengevaluasi pelayanan yang diberikan oleh pegawai cafe Aola Lamongan apakah sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh Cafe Aola, sehingga nantinya konsumen akan mendapatkan pelayanan yang memuaskan dan sesuai yang diharapkan. Selain itu Pimpinan diharapkan untuk selalu mengevaluasi dan berinovasi dalam melakukan penataan tempat atau tata letak dengan memperhatikan keindahan, ergonomitas serta kenyamanan konsumen pada cafe Aola Lamongan.

b) Variabel harga yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen, diharapkan pimpinan cafe Aola untuk mempertahankan harga jual yang sesuai dengan produk, meninjau kembali pengaruh harga supaya dapat meningkatkan *re-buying* dan meningkatkan sistem pembayaran pemesanan yang dilakukan oleh

konsumen, disisi lain agar seluruh lapisan kelas bawah – atas bisa menikmati di cafeAola.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam melaksanakan penelitian yang sejenis. Namun penelitian ini juga masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk menambahkan faktor – faktor atau menambah variabel lainya yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen seperti kualitas produk, promosi dll, khususnya pada studi kasus kepuasan konsumen di cafe Aola Lamongan.

3) Hasil Penelitian Berdasarkan karakteristik Responden. Berdasarkan kesimpulan diatas secara umum di usia tersebut adalah responden yang kritis dan sangat mempertimbangkan segala faktor termasuk harga, kualitas pelayanan dan tata letak, maka diharapkan cafe Aola untuk dapat selalu melakukan inovasi dalam memberikan harga, misal diskon/potongan diskon *buy 2 get 1*, memberikan cashback bagi pembayaran dengan menggunakan ovo, shopepay, dana dll, selain itu cafe Aola juga harus memperhatikan fasilitas yang diberikan pada konsumen dengan kriteria sebagai pelajar/mahasiswa dengan mengatur tata letak yang nyaman dan mendukung kebutuhan misal dengan memberikan fasilitas wifi, ruangan diskusi, ruangan yang sedikit tertutup cocok dibuat menyelesaikan tugas, dan spot foto yang aesthetic dan kekinian, selanjutnya kualitas pelayanan juga harus selalu terkontrol dengan baik sehingga dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diharapkan konsumen karena konsumen bebas memilih cafe yang

kualitas pelayanan nya sesuai dengan yang diharapkan.

Daftar Pustaka

- Admin. 2018. *Indonesia Masuk daftar Negara Konsumsi Kopi Terbesar Dunia.*(Online).
<https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2018/12/12/indonesia-masuk-daftar-negara-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>.Diakses pada 1 Desember 2021.
- Admin. 2018. *Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton.*(Online).
<https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2018/07/31/2021konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>.Diakses pada 1Desember 2021.
- Fitriyani. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Tataletak (Layout), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Corakna Jember.* Jember : Universitas Muhammadiyah JemberR.
- Hidayatullah. Thoriq. 2021. *Aola Lamongan, Kafe Yang Viral dan Mencuri Banyak Perhatian.* (Online).
<https://beritajatim.com/gaya-hidup/aola-lamongan-kafe-yang-viral-dan-mencuri-banyak-perhatian/>. Diakses pada 1 Desember2021
- Patel. Ankit. 2019. *What is Online Partnership.* (Online).
<https://mudu.io/digital-marketing/affiliate-marketing/what-is-online-partnership/>. Diakses pada 15 Desember 2021.

- Robbani. 2021. *Pengertian Partnership, Tujuan, Ciri, Cara Kerja, Jenis, Contoh, kelebihan, dan kekurangannya* (Online).
<https://www.sosial79.com/2021/09/Pengertian%20Partnership.html>.
Diakses pada 13 Desember2021
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Edisi 1*.Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga