

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITA RASA DAN
SUASANA CAFÉ TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI CAFE BINTE PALU**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu*

Oleh

**RENI ANGGREANI
NIM: 15.3.12.0139**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
2021**

PERNYATAAN KEASLIAAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusunan yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITA RASA DAN SUASANA CAFÉ TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFÉ BINTE PALU” adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 15 Maret 2021 M
01 Sya’ban 1442 H

Penulis,

Reni Anggreani
NIM 15.3.12.0139

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Binte Palu” oleh mahasiswa atas Nama Reni Anggreani NIM: 15.3.12.0139 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing sepakat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk di ujikan.

Palu, 15 Maret 2021 M
01 Sya’ban 1442 H

Mengetahui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. H. Hilal Malarangan, M.HI
NIP. 19650505 199903 1 002

Dr. Sitti Aisyah, S.EI., M.EI
NIP. 19791024 201101 2 007

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara (i) Reni Anggreani NIM. 15.3.12.0139 dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Café Binte Palu ”**, yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu pada tanggal 25 Maret 2021 M yang bertepatan dengan tanggal 11 Sya’ban 1442 H dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 09 Maret 2021 M
25 Syab’an 1442 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Ermawati, S.Ag., M.ag.	
Munaqisy 1	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I	
Munaqisy 2	Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I	
Pembimbing1	Dr. Sofyan Bachmid, S.Pd., M.M	
Pembimbing 2	Syaifullah MS., S.Ag., M.S.I	

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua
Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 2 002

Dr. Sitti Musyahidah, M., Th.I.
NIP. 19670710 199903 2 005

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. الصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah swt, karena hanya berkat izin dan kuasa-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Binte Palu”**. dengan baik. Salawat dan salam, senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad Saw, beserta para sahabat, sanak keluarga dan pengikutnya.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari berbagai hambatan, namun Alhamdulillah berkat usaha, kerja keras, kesabaran, do'a serta dukungan baik bersifat materi maupun bersifat moril sehingga hambatan tersebut dapat teratasi dan kemudian skripsi ini terselesaikan.

Akhirnya penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Yang tercinta Ayahanda Suprianto S. dan Ibunda Alberthin Tammu Palinggi yang telah membesarkan, mendidik, mendo'akan, dan memberi kesempatan kepada penulis untuk belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu, serta membiayai penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar hingga perguruan tinggi.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd selaku Rektor IAIN Palu beserta segenap unsur dosen dan pegawai IAIN Palu, yang telah mendorong dan memberikan kebijakan kepada penulis dalam berbagai hal yang berhubungan dengan studi di IAIN Palu.

3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Prof. Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Kelembagaan dan Kerjasama, Ibu Dr. Ermawati., S.Ag., M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi umum, Perencanaan dan Keuangan .
4. Ibu Dr. Sitti Musyahidah, M.Th.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta Sekertaris Jurusan Bapak Nur Syamsu, S.HI., M.SI yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan.
5. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan, M.HI selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. Sitti Aisyah, S.El., M.El selaku Pembimbing II dengan ikhlas memberikan perhatian penuh kepada penulis, membimbing, mendorong serta memberi semangat dalam menyusun Skripsi.
6. Kepala Perpustakaan dan semua stafnya yang telah melayani dan memberikan berbagai kemudahan dalam proses pencarian buku referensi.
7. Sahabat : Fitri, Moudyna, Rosda, Risman, Sandi dan teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu seangkatan 2015 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Yang selalu memberikan semangat begitu tinggi kepada penulis, sehingga penulis terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikianlah, semoga Allah swt senantiasa melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada kita semua. Amin.

Palu, 15 Maret 2021 M
01 Sya'ban 1442 H

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
D. Garis-garis Besar Isi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penel itian Terdahulu.....	7
B. Kajian Teori	9
1. Kualitas Layanan	9
2. Cita Rasa.....	15
3. Suasana	18
4. Kepuasan Konsumen	20
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Desain Penelitian.....	27
B. Lokasi Penelitian	28
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
D. Variabel Penelitian	29

E. Defenisi Operasional	30
F. Instrumen Penelitian	31
G. Teknik Pengumpulan Data	32
H. Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	38
1. Sejarah Berdirinya Café Binte Palu	38
B. Deskripsi Hasil Penelitian	39
1. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian.....	39
2. Deskripsi Variabel Penelitian	41
3. Uji Instrumen Penelitian	50
4. Uji Asumsi Klasik.....	53
5. Analisis Regresi Linear Berganda	57
6. Hasil Pengujian Hipotesis.....	59
7. Uji Koefisien Determinasi	61
C..... Pemb	
ahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Sekarang.....	8
Table 3.1 Devinisi Operasional Variabel	30
Tabel 4.1 Deskripsi Kuesioner	39
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Kunjungan Selama 1 Tahu	40
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan	42
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Cita Rasa.....	44
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Suasana Cafe.....	47
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Instrument X1	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrument X2	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrument X3	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Y	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Instrument.....	52
Tabel 4.14 Uji Multikolinaritas.....	56
Tabel 4.15 Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan.....	60
Table 4.18 Hasil Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berfikir	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas (histogram)	54
Gambar 4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas	55
Gambar 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner/Angket
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Hasil Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : Hasil Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 7 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Dokumentasi
- Lampiran 9 : Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama : Reni Anggreani
Nim : 15.3.12.0139
Judul Skripsi : Pengaruh kualitas Layanan, Cita Rasa dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Café Binte Palu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (2) cita rasa makanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.(3) suasana café berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (4) kualitas layanan, cita rasa dan suassana café berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data pembagian angket/kuesioner. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen café binte Palu, Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*, dengan jumlah sampel yang diambil sejumlah 60 responden café binte Palu, dalam melakukan proses data, penelitian ini menggunakan program SPSS 21 Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte palu. dengan nilai t_{hitung} sebesar $4.615 > t_{tabel}$ 1,671 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05. Cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte palu. Dengan nilai t_{hitung} 6,167 > t_{tabel} 1,671 dengan nilai probabilitas 0.000 lebih kecil dari 0.05. Suasana cafe berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu. Dengan nilai t_{hitung} 6,167 > t_{tabel} 1,671 dengan nilai probabilitas 0.000 lebih kecil dari 0.05. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Layanan, Cita Rasa Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Binte Palu. Ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 12,374 + 0,520X_1 + 0,638X_2 + -0,155X_3 + 0,1$, nilai F_{hitung} 31.095 lebih besar dari F_{tabel} 3,968 dengan nilai signifikan $F = 0.000 < 0.05$.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Kualitas layanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas layanan yang baik akan berdampak pada kepuasan

pelanggan. Kualitas layanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas layanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.¹

Selain kualitas layanan, cita rasa dan suasana juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Cita rasa merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan tutup karena memberikan cita rasa yang tidak cocok di hati konsumen.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha. Seseorang maupun sekelompok orang cenderung memilih rumah makan yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya.

Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.² Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. *Mood* dan

¹Della Sebrica, Sri Suryoko, Apriatn, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Kampoenng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal*, JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC Tahun 2014, 2.

² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Jakarta: Indeks, 2001), 54.

respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. *Mood* dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan dengan harapan sebelumnya.³

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah usaha harus mempunyai strategi-strategi dalam menjualkan makanannya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.⁴

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Cafe Binte Palu sebagai lokasi penelitian. Yang dimana Cafe tersebut setiap harinya ramai dikunjungi oleh pengunjung, hal tersebut dibuktikan dengan penulis melakukan peninjauan secara langsung ke lokasi penelitian. Bahkan berdasarkan observasi secara langsung ke lokasi penelitian dan melakukan sesi tanya jawab kepada pemilik usaha bahwa setiap harinya Cafe tersebut selalu saja dibanjiri oleh pengunjung. Untuk jumlah berapa orang yang datang hasil dari penjelasan pemilik bahwa mereka tidak tau berapa jumlahnya. Karena mereka tidak pernah mencatat berapa orang setiap harinya yang datang untuk makan di Cafe Binte Palu tersebut. Penulis mengamati bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Café Binte sigap dan tanggap dalam menyediakan makanan yang diinginkan oleh konsumen, berbagai jenis

³ Ibid,

⁴Meiriska Silfia Sari Supriatna, Yulia Rahmawati, Karpin, *Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Madame Sisca The Eatery Bandung, Gizi dan Kuliner. Vol. 7, No. 2, November 2018, 58*

menu makanan dan memiliki cita rasa tersendiri dari setiap menu yang disediakan, di dukung dengan suasana yang ramai dan menyenangkan merupakan hal yang baik bagi konsumen.⁵

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Binte Palu.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah cita rasa makanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen?
3. Apakah suasana berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen?
4. Apakah kualitas layanan, cita rasa dan suasana berpengaruh signifikan secara serempak terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti berharap penelitian ini tidak hanya tercapai tujuannya tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi siapa saja khususnya bagi Cafe Binte Jalan Datu Pamusu No 8. Tujuan dan kegunaan penelitian yang ingin di capai adalah:

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

⁵ Observasi Awal, Tanggal 10 November 2020

- a. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen
- b. Untuk mengetahui pengaruh signifikan cita rasa makanan terhadap kepuasan konsumen
- c. Untuk mengetahui pengaruh signifikan suasana terhadap kepuasan konsumen
- d. Untuk mengetahui kualitas layanan, cita rasa dan suasana berpengaruh signifikan secara serempak terhadap kepuasan konsumen

2. Kegunaan Penelitian

a. Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumber informasi, ilmu pengetahuan, dan sumber rujukan kepada mahasiswa yang berkaitan dengan kualitas layanan, cita rasa dan suasana yang diberikan oleh Cafe binte dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen.

b. Praktis

Sebagai bahan referensi bagi Cafe Binte Palu untuk meningkatkan produktifitasnya melalui peningkatan kualitas layanan, kualitas cita rasa dan mengupdate suasana Cafe.

D. Garis-garis Besar Isi

Skripsi ini terdiri dari lima bab yang meliputi:

Bab I yaitu pendahuluan. Dalam pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran dan garis-garis besar isi.

Bab II yaitu tinjauan pustaka. Terdiri dari penelitian terdahulu, kerangka teori, perangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III yaitu metode penelitian. Pada bab ini menguraikan tentang pendekatan dan desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel

penelitian, variabel penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV yaitu bab yang menguraikan gambaran umum baik subjek maupun objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan cita rasa dan suasana café terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu.

Bab V penutup meliputi kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Binte Palu berbagai literatur yang menjadi rujukan penulis sebagai berikut:

1. Rayi Endah, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan” (Studi Kasus Pada Warung Makan Taman Singosari Semarang), skripsi, 2008. Dalam penelitian tersebut mendapatkan hasil melalui uji t, kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan secara parsial, namun harga tidak berpengaruh. Melalui uji F diketahui variabel kualitas layanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.⁶
2. Wulandari, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Kita Semarang”, skripsi, 2013. Dengan hasil penelitian Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁷
3. Martia Mawati dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Brand Image, kualitas Pelayanan dan fasilitas SPBU Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendaraan Bermotor”, skripsi, 2009. hasil penelitiannya yaitu melalui uji t diketahui ketiga variabel independen mempengaruhi variabel

⁶RayiEndah,Skripsi*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. (Semarang: UniversitasDiponegoro, 2008), 71

⁷Wulandari, Skripsi*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopikita Semarang*. (Semarang: UniversitasDiponegoro, 2013), 67

dependen secara parsial.⁸

4. Dwi Intan Fitriany, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Berbasis *Online (Grab Bike)* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu”, skripsi, 2020. Dengan hasil penelitian menunjukkan kualitas jasa layanan termasuk kategori baik atau berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.⁹

Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Rayi Endah (Skripsi, 2008)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Taman Singosari Semarang)	Dalam penelitian terdahulu menggunakan kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga pada variabel X, sedangkan penelitian menggunakan kualitas pelayanan, cita rasa dan suasana pada variabel X	Pada variabel Y sama-sama menggunakan kepuasan pelanggan atau konsumen dan pada variabel X ₁ sama-sama menggunakan kualitas pelayanan
2	Wulandari (Skripsi, 2013)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopikita Semarang	Dalam penelitian terdahulu menggunakan kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi pada variabel X, sedangkan penelitian menggunakan kualitas pelayanan, cita rasa dan suasana pada variabel X	Pada variabel Y sama-sama menggunakan kepuasan pelanggan atau konsumen dan pada salah satu variabel X sama-sama menggunakan kualitas pelayanan

⁸Martia Mawati, *Skripsi Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas SPBU Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendaraan Bermotor*. Skripsi. (Surabaya: Kampus UNAIR, 2009), 67

⁹ Dwi Intan Fitriany, *Skripsi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Berbasis Online (Grab Bike) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu*. (Palu: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.)

3	Martia Mawati (Skripsi, 2009)	Analisis Pengaruh <i>Brand Image</i> , kualitas Pelayanan dan fasilitas SPBU Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendaraan Bermotor	Dalam penelitian terdahulu menggunakan <i>brand image</i> , kualitas pelayanan dan fasilitas pada variabel X, sedangkan penelitian menggunakan kualitas pelayanan, cita rasa dan suasana pada variabel X	Pada variabel Y sama-sama menggunakan kepuasan pelanggan atau konsumen dan pada salah satu variabel X sama-sama menggunakan kualitas pelayanan
4	Dwi Intan Fitriany (Skripsi 2020)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek <i>Online (Grab Bike)</i> pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu.	Dalam penelitian terdahulu menggunakan variabel X kualitas layanan dan variabel Y Kepuasan pelanggan, Lokasi dan waktu penelitian berbeda. Sedangkan penelitian ini menggunakan 3 kualitas layanan X1, cita rasa X2, suasana X3.	Sama-sama menggunakan variabel kualitas layanan (X) dan kepuasan konsumen (Y).

B. KajianTeori

1. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan pruduk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹⁰ Adapun konsepnya ialah:

- 1) Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan
- 2) Kecocokan untuk pemakaian
- 3) Pebaikan atau penyempurnaan berkelanjutan
- 4) Bebas dari kerusakan atau cacat
- 5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan
- 6) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2006), 51

Sedangkan layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹¹

b. Dimensi Kualitas Layanan

Konsep kualitas layanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry¹²

1) *Tangibles* (Berwujud/Bukti Langsung)

Tangibles adalah suatu lingkungan fisik dimana layanan disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi dan komponen-komponen *tangibles* akan memfasilitasi komunikasi layanan tersebut. Komponen-komponen dari dimensi *tangibles* meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan *front office*, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan.

2) *Reliability* (Kehandalan)

Reliability atau kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.¹³ Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan meningkat bila layanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan.

3) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness atau daya tanggap merupakan respon atau kesigapan karyawan dalam membantu dan memberikan layanan dengan cepat dan

¹¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia; Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 83

¹²Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001)

¹³Husain Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 39

tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Dimensi ini menekankan permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan, dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, dan penanggapan keluhan konsumen.

4) *Assurance* (keyakinan/Jaminan)

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi layanan yang ditawarkan. Dalam hal ini perilaku para karyawan harus membuat konsumen tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin layanan yang dibutuhkan konsumen.

5) *Empathy* (Perhatian)

Empathy merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individual, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

c. *Kualitas Layanan dalam Pandangan Islam*

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk

atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Adapun kualitas layanan dalam pandangan islam yaitu:¹⁴

- 1) *Tangibles* dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting. Namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana Firman Allah Swt Q.S At-Takasur/102:1-5.

اللَّهُمَّ التَّكَاثُرُ لَا حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۚ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۚ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۚ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ۚ

Terjemahnya:

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu. Sampai kamu masuk kedalam kubur. Sekali-kali tidak! Kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu). Kemudian sekali-kali tidak! Kelak kamu akan mengetahui. Sekali-kali tidak! Sekiranya kamu mengetahui dengan pasti.”¹⁵

- 2) *Realibility* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dikatakan *reliability* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Allah Swt juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan di nyatakan dalam Firman Allah Swt dalam Q.S An-Nahl/16: 91

¹⁴Ridwan, <http://Ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualiatas-pelayanan-dalam-islam/>, diakses 9 februari 2021

¹⁵Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 912

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ۝

Terjemahnya:

“Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah apa yang kamu perbuat.”¹⁶

- 3) *Responsiveness* (Daya Tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang karyawan yang professional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Demikian juga Allah Swt telah mengingatkan kita tentang professional dalam pekerjaan, sebagaimana dalam Firman Allah Swt dalam Q.S Asy-Syarah/94:7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ۝

Terjemahnya:

“Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”¹⁷

- 4) *Assurance* (jaminan) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan , kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap tersebut maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen

¹⁶Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 377

¹⁷Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 902

terhadap perusahaan. *Assurance* ini kan mengangkat kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan akan penyediaan layanan. Sebagaimana dalam Firman Allah Swt dalam Q.S Ali Imran/3:159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ۝١٥٩

Terjemahnya:

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.”¹⁸

5) *Empathy* (empati) berkenaan dengan kemauan karyawan untuk peduli dan memberi perhatian secara individual kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Sikap empati karyawan ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, kesediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan kesukaan, dan konsumen akan merasa puas. Sebagaimana dalam Firma Allah Swt dalam Q.S An-Nahl/16:90

¹⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 90

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِي ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ۖ ﴾

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”¹⁹

2. Cita Rasa

a. Pengertian Cita Rasa

Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, aroma, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (*taste buds*) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa.

Ada kalanya makanan yang tersedia tidak mempunyai bentuk yang menarik meskipun kandungan gizinya tinggi, dengan arti lain kualitas dari suatu produk makanan sangat ditentukan oleh tingkat kesukaan konsumen terhadap makanan tersebut.²⁰

Umumnya pengolah makanan selalu berusaha untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik. Kualitas makanan adalah keseluruhan sifat-sifat dari makanan tersebut yang berpengaruh terhadap konsumen.

¹⁹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 377

²⁰Wahidah, *Rasa dan Cita Rasa dalam Masakan*, (Bandung:Angkasa Raya, 2010), 26

Begitu pentingnya makanan bagi manusia sampai-sampai Allah banyak berfirman tentang makanan termasuk minuman di dalam Al-Qur'an. Hal yang demikian ini menunjukkan bahwa islam mengatur agar manusia mengonsumsi makanan yang baik, yakni menyehatkan dan tidak menimbulkan penyakit. Sebagaimana dalam Firman Allah Swt dalam Q.S Al-Baqarah/2:172

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ ءِِيَاهُ تَعْبُدُونَ

١٧٢

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya”²¹

Dalam Al-Qur'an kriteria baik yang disebut dalam ayat diatas dilengkapi dengan kriteria halal sebagaimana dalam firman Allah swt dalam Q.S Al-Baqarah/2:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

١٦٨

Terjemahnya:

“Wahai Manusi! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”²²

Dari dua ayat di atas dapat dijelaskan bahwa makanan yang baik itu adalah makanan yang cita rasanya enak, menyehatkan dan harus makanan yang halal untuk di konsumsi.

²¹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 32

²²Ibid., 32

b. Komponen Cita Rasa

Kompleksitas suatu cita rasa dihasilkan oleh keragaman persepsi alamiah. Cita rasa dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu aroma, rasa, dan rangsangan mulut (panas dan dingin). Faktor yang pertama dapat dideteksi oleh indera pencium dan dua faktor yang disebutkan terakhir dapat dideteksi oleh sel-sel sensorik pada lidah.²³ Penjabarannya sebagai berikut:

1) Aroma

Aroma yang dikeluarkan oleh makanan memberikan daya tarik sangat kuat dan dapat merangsang indera penciuman sehingga membangkitkan selera makan pengunjung.

2) Rasa

Rasa berbeda dengan aroma dan lebih banyak melibatkan panca indera lidah. Rasa dapat dikenali dan dibedakan oleh kuncup-kuncup cecepan yang terletak pada papilla yaitu bagian nodula darah jingga pada lidah. pada anak kuncup-kuncup perasa tersebut selain terletak di lidah juga terletak pada farinx, pelata bagian langit-langit yang lunak maupun keras.

Papilla yang lain adalah papilla foliata di bagian pinggir lidah dan apabila sirkumvalata yang melintang di lidah bagian belakang dan berbentuk huruf V. Semuanya mempunyai kuncup cecepan, sedang bagian tengah lidah tidak. Papilla filiform tidak mengandung kuncup kuncup cecepan tetapi peka terhadap sentuhan. Sampai dengan saat ini telah dikenal empat rasa utama, yaitu asin (*salty*), asam (*sour*), pahit (*bitter*), dan manis (*sweet*).

3) Rangsangan mulut

Selain dari komponen-komponen cita rasa tersebut diatas, komponen yang juga penting adalah timbulnya perasaan seseorang setelah menelan suatu

²³Ibid.,27

makanan. Bahan makanan yang mempunyai sifat merangsang syaraf perasa dibawah kulit muka, lidah, maupun gigi akan menimbulkan perasaan tertentu. Misalnya bila seseorang mencium bau ammonia, selain bau yang merangsang juga akan menimbulkan perasaan bahwa bau tersebut tajam (*sharp*). Contoh lain misalnya rempah-rempah yang menimbulkan kesan panas atau kesan dingin yang ditimbulkan oleh permen pedas.

3. Suasana

a. Pengertian Suasana

Suasana didefinisikan sebagai rancangan ruang untuk menghasilkan efek emosional tertentu pada pembeli untuk meningkatkan probabilitas pembeliannya.²⁴

Suatu Cafe yang nyaman tentu akan mempengaruhi keadaan emosi pelanggan yang nantinya membuat pelanggan menjadi senang dan juga membangkitkan keinginan pelanggan untuk datang kembali.

Kotler dan Keller mendefinisikan bahwa suasana Cafe adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk datang membeli.²⁵

Dalam Al-Qur'an disebutkan bahwa Allah menciptakan segala sesuatu di dunia ini dengan pengaturan yang tepat, hal ini dapat dilihat dalam Firman Allah Swt dalam Q.S Ali Imran/3:191

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ
وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ۝۱۱

²⁴S.A. Hilalayah, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.2*(Malang: UniversitasBrawijaya, 2017), 174

²⁵ Kotler dan keller *manajemen pemasaran edisi 13 jilid 1* (Jakarta: Penerbit erlangga 2009),156

Terjemahnya

“ (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk, atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata) , “Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptaka semua ini sia-sia; Mahasuci Engkau, lindunglah kami dari azab neraka.”²⁶

Dalam ayat tersebut dapat dilihat bahwa diperlukan pengaturan yang tepat untuk mendesain tata letak sebuah tempat dimaksudkan agar konsumen lebih betah berlama di dalamnya.

b. Indikator Suasana

Indikator suasana terdiri dari:²⁷

1) *Exterior*

Exterior sebuah Café mempunyai pengaruh yang kuat terhadap image toko dan harus direncanakan secara matang. Konsumen terkadang menilai sebuah cafe tampilan depannya saja. Bagian depan sebuah Cafe merupakan keseluruhan sebuah Cafe, dalam beberapa kasus tercapainya tujuan suasana Cafea dalah melalui penataan yang unik dan menarik perhatian.

2) *General Exterior*

Saat konsumen berada dalam sebuah cafe, maka banyak elemen-elemen yang mempengaruhi persepsi mereka. Lampu yang terang dengan warna yang dapat memberikan kontribusi terhadap suasana yang berbeda dari pada penerangan dengan lampu yang remang-remang.

Dalam poin ini perencanaan *store layout* meliputi penataan penempatan ruang untuk mengisi luas Cafe, pengaturan lebar ruang yang dibutuhkan, pemetaan ruangan Cafe dan menyusun produk yang

²⁶Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 96

ditawarkan secara individual.

3) *Interior Display*

Poster, papan petunjuk dan ragam *interior display* lainnya dapat mempengaruhi suasana Cafe, karena memberikan petunjuk bagi konsumen. Selain memberikan petunjuk bagi konsumen, *interior display* juga dapat merangsang konsumen untuk melakukan pembelian.

4. Kepuasan Konsumen

a. *Pengertian Kepuasan Konsumen*

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Dari definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas.

Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat sangat puas. Apabila perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi maka para konsumen yang kepuasannya hanya pas, akan mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik, sedangkan konsumen yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.²⁸

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:²⁹

²⁸Engel Black Well, Minard, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*. (Jakarta: Bina Pura Aksara, 1994), 11

²⁹Umar, Husein, *Riset Pemasarn dan Perilaku Konsumen*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 25

- 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.
- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- 5) Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

b. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:³⁰

- 1) Sistem keluhan dan saran
Sebuah Café yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya memberikan saran dan keluhan mereka.
- 2) Pembeli bayangan (*Ghostshopping*)
Yaitu dengan mempekerjakan beberapa *ghost shopper* yang berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan

³⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran. (Marketing Manajemen)* (Jakarta: Prenhallindo, 1997), 178

kemudian menilai cara perusahaan melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan.

3) Analisis konsumen beralih (*Lost customer analysis*)

Sedapat mungkin perusahaan seharusnya para konsumen yang telah beralih ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan kebaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4) Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumennya.

c. Karakteristik Konsumen

Sebelum kegiatan pemasaran yang dilakukan manajer pemasaran harus terlebih dahulu mempelajari karakteristik konsumen agar dapat melakukan strategi yang tepat.

Strategi konsumen berpusat kepada pribadi masing-masing setiap orang. Dalam setiap diri manusia tentu memiliki perilaku yang berbeda begitu juga perilaku dalam pengambilan keputusan. Karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian konsumen dan karakteristik demografi konsumen. Konsumen yang memiliki pengetahuan yang banyak mengenai produk mungkin tidak termotivasi untuk mencari informasi karena ia sudah merasa cukup dengan pengetahuan untuk mengambil keputusan. Konsumen yang memiliki kepribadian yang senang mencari informasi akan meluangkan waktu untuk mencari informasi yang lebih banyak pendidikan adalah salah satu karakteristik demografi yang paling penting.

Konsumen yang berpendidikan tinggi akan lebih senang mencari informasi yang banyak mengenai suatu produk sebelum ia memutuskan untuk membeli.³¹

Pendapatan merupakan imbalan yang diterima seseorang dari pekerjaan yang dilakukannya. Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli seorang konsumen. Dengan alasan inilah para pemasar perlu mengetahui pendapatan konsumen yang menjadi sasarannya. Besar kecilnya pendapatan yang diterima konsumen dipengaruhi oleh tingkat pendidikan dan pekerjaannya. Pendidikan dan pekerjaan merupakan dua karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang akan dilakukan oleh konsumen. Selanjutnya pekerjaan berpengaruh terhadap besar kecilnya pendapatan yang diperoleh.³²

Konsumen muslim harus menahan diri dari konsumsi yang berlebihan, yang berarti, konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatan bersihnya konsumsi barang dan jasa. Sebagaimana dalam Firman Allah Swt dalam Q.S Al-A'raf /8:31

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ ٣١

Terjemahnya:

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaian-mu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan, sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”³³

Maksud dari kalimat “....makan dan minumlah dan jangan berlebih-lebihan....” Adalah dalam setiap melakukan konsumsi, konsumen muslim

³¹Herry Hasugian, “Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Warung Bakso Kota Cakman Bogor” Skripsi (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2009), 14 Diakses 30 November 2020

³² Ibid.,15

³³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 207

haruslah jangan melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan³⁴

d. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:³⁵

- 1) Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:
 - a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
 - a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

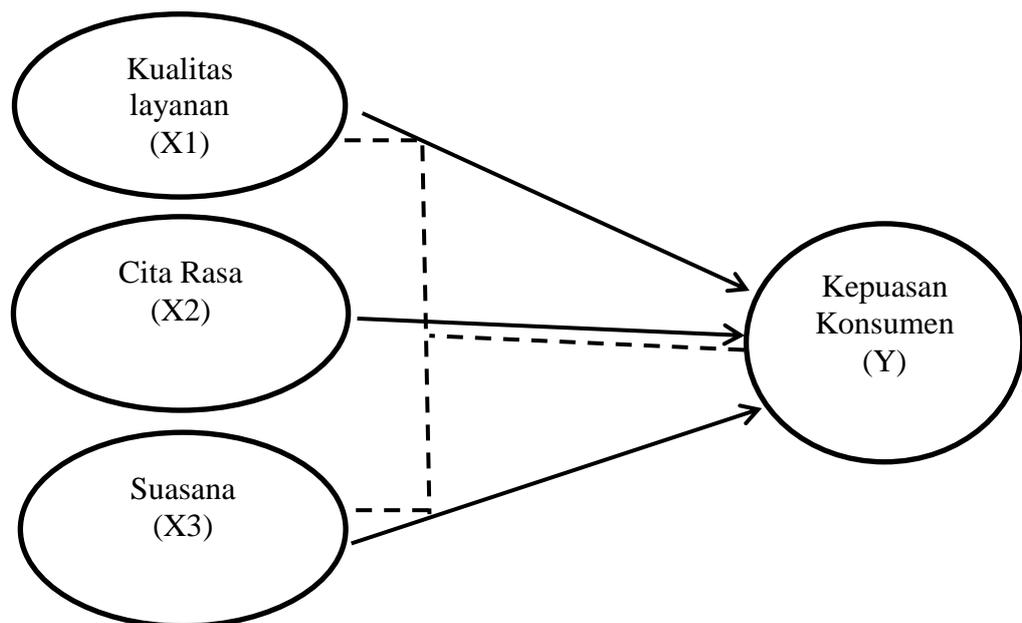
³⁴Mardani, "Ayat-Ayat dan Hadits Ekonomi Syariah", (Ed. 1. Cet. 1; Jakarta: rajawali Pers, 2011), 92.

³⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2001),32

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Keterangan:

Variabel bebas : Kualitas Layanan, Cita Rasa, Suasana.

Variabel terikat : Kepuasan Konsumen Café Bunga Palu

—→ : Pengaruh secara Parsial

- - - → : Pengaruh secara Simultan

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Selanjutnya hipotesis akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.³⁶

Hipotesis ditolak apabila faktanya menyangkal dan diterima apabila faktanya membenarkan. Disini kesimpulan sementara adalah:

1. H_1 : Kualitas layanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. H_2 : Cita rasa mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. H_3 : Suasana mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
4. H_4 : Kualitas layanan, cita rasa dan suasana mempunyai pengaruh signifikan secara serempak terhadap kepuasan konsumen

³⁶Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: ALFABETA, 2015),96

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, Karena penelitian ini terfokus untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan, cita rasa dan suasana terhadap kepuasan konsumen di Cafe Binte Palu, melalui perolehan hasil data berbentuk angka-angka yang selanjutnya akan dilakukan analisis melalui statistik.³⁷

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka.³⁸ Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).³⁹

Metode Kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner.⁴⁰

³⁷Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Metode Penelitian* (Cet.I, Bandung : PT. Rafika Adiatma. 2014) 117

³⁸Syahrum dan Salim,*Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media), 39

³⁹V. Wiratna SujParweni,*Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta:PT.Pustaka Baru), 39

⁴⁰Sugiyono, *Mixed Methods*, (Bandung : ALFABETA, 2013), 11

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan⁴¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Cafe Binte Jalan Datu Pamusu No 8. Alasan memilih wilayah lokasi penelitian adalah karena selain mempermudah peneliti, yang menjadi sampel penelitian yaitu masyarakat palu yang sering makan di Café Binte tersebut.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian atau seluruh wilayah dari objek yang diteliti. Populasi merupakan suatu data, dapat berwujud manusia, barang, bahan-bahan tertulis dan sebagainya.⁴² Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Cafe Binte Palu yang jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya.⁴³ Karena jumlah populasi tidak diketahui maka untuk pengambilan sampel akan digunakan rumus *hair et al* yaitu:
 $15 - 20 \times 3$ (jumlah variabel bebas) = 45 - 60 responden

Jadi berdasarkan perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 responden.

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Cet. XIX; Bandung : Alfabeta, 2013)

⁴²SuharsimiArikunto,*Manajemen Penelitian*, (Cet. VII; Jakarta: RinekaCipta, 2005), 108.

⁴³Riduwan, *Dasar-dasar Statistika*, (Bandung: Alvabeta, 2014), 10

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*, teknik *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data. Dalam teknik sampling aksidental, pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu, peneliti langsung saja mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui.⁴⁴ Pelaksanaan *accidental sampling* dalam penelitian ini diberikan kepada konsumen Café Binte Palu.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian, sering juga dinyatakan bahwa variabel penelitian adalah faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti.⁴⁵

Berdasarkan pernyataan diatas, variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Variabel Independen*)

Variabel bebas (*Variabel Independen*) yang dilambangkan dengan (X) merupakan variabel yang menjadi sebab atau merubah/ memengaruhi variabel lain (*Variabel Independent*), yaitu:⁴⁶

X_1 = Kualitas Layanan

X_2 = Cita Rasa

⁴⁴Diah Meidatuzzahra, *Penerapan Accidental Sampling Untuk Mengethui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi*, Vol 13 No.1, Juni (2019): 20

⁴⁵Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 78

⁴⁶Sofyan Siregar, *metode Penelitian Kuantitatif (dilengkapi dengan perbandingan perhotungan manual dan SPSS)*, (Jakarta: Kencana, 2013), 10

X_3 = Suasana

2. Variabel terikat (*variabel dependen*)

Variabel terikat (*Variabel Dependen*) yang dilambangkan dengan (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*Variabel Independen*).⁴⁷ Variabel terikat (*Variabel Dependen*) dalam penelitian ini yaitu:

Y = Kepuasan Konsumen di Café Binte Palu

E. Defenisi Operasional

Berdasarkan judul di atas, agar lebih terfokusnya penelitian ini maka perlu adanya definisi operasional. Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya untuk mengukur suatu variabel. Adapun definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defisini operasional	Indikator
1	Kualitas Layanan (X_1)	Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen	1. Kehandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik
2	Cita Rasa (X_2)	Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (<i>taste buds</i>) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa. ⁴⁸	1. Aroma 2. Rasa 3. Rangsangan Mulut

⁴⁷Ibid., 10

⁴⁸Wahidah, *Rasa dan Cita Rasa dalam Masakan*, (Bandung:Angkasa Raya, 2010), 26

3	Suasana (X ₃)	Suasana didefinisikan sebagai rancangan ruang untuk menghasilkan efek emosional tertentu pada pembeli untuk meningkatkan probabilitas pembeliannya. ⁴⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Exterior</i> 2. <i>GeneralExterior</i> 3. <i>Interior Display</i>
4	KepuasanKonsumen (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Dari definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. ⁵⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan

F. Instrument Penelitian

Instrument dalam penelitian ini adalah kuisisioner atau angket. Dimana pernyataan-pernyataan diberikan kepada Konsumen Café Binte Palu yang memuat tentang pengaruh kualitas layanan, cita rasa dan suasana terhadap Kepuasan konsumen di Café Binte Palu. Pernyataannya dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan Skala *Likert*.

Skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun *item-item* pernyataan.⁵¹ Contoh kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sampai sangat setuju:

⁴⁹S.A. Hilalayah, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.2*(Malang: UniversitasBrawijaya, 2017), 174

⁵⁰Engel Black Well, Minard, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*. (Jakarta: Bina Pura Aksara, 1994), 11

⁵¹Haryadi Sarjono dan Wilda Julianti, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011), 6.

Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	2	3	4	5

Keterangan:

SS	= Sangat Setuju	: Diberi bobot/ skor 5
S	= Setuju	: Diberi bobot/ skor 4
KS	= Kurang Setuju	: Diberi bobot/ skor 3
TS	= Tidak Setuju	: Diberi bobot/ skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	: Diberi bobot/ skor 1

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi berupa pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti, dimana peneliti tidak terlibat langsung hanya sebagai pengamat.

2. Kuisisioner

Kuisisioner berupa teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan dan harus diisi oleh responden⁵², adapun responden disini konsumen Café Binte Palu yang kemudian akan memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur pengaruh kualitas layanan, cita

⁵²Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Cet. V, Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 132.

rasa dan suasana terhadap Kepuasan konsumen di Café Binte Palu yang dibantu dengan program SPSS *statistic for windows versi 21* sebagai tolak ukurnya. Adapun tahapan-tahapan dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrument Penelitian

Uji instrument data dalam penelitian, sering hanya dikatakan pada uji validitas dan realibilitas. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliable dan obyektif.

a. Uji validitas

Uji validitas di gunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisisioner,. Suatu kuisisioner di katakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner yang dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.⁵³

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada keterpercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Pengukuran dikatakan tidak cermat bila eror pengukurannya terjadi secara random. Antara skor individu satu dengan yang lain terjadi eror yang tidak konsisten dan bervariasi sehingga perbedaan skor yang diperoleh lebih banyak ditentukan oleh eror, bukan oleh perbedaan yang sebenarnya.⁵⁴

2. Uji Asumsi Klasik

Terdapat asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam menggunakan analisis regresi. Dengan terpenuhinya asumsi dasar tersebut, maka hasil yang diperoleh

⁵³SuharsimiArikunto, *Prosedurpenelitian, (SuatuPendekatanPraktik)*, (Jakarta RinekaCipta, 2010), 72.

⁵⁴ Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 111-112

lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Penyimpangan asumsi dasar tersebut dalam regresi dapat menimbulkan masalah, seperti standar kesalahan untuk masing-masing koefisien yang diduga sangat besar, pengaruh variabel bebas tidak dapat dideteksi atau variasi dari koefisiennya tidak minim lagi. Asumsi dasar yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang berdistribusi normal yang memiliki *mean* dan standar deviasi yang sama dengan data kita.

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik.

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Dari hasil grafik histogram, didapatkan garis kurva normal, berarti data yang diteliti berdistribusi normal. Dengan demikian juga dari normal *probability plots*, menunjukkan berdistribusi normal karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atas suatu pengamatan kepengamatan lainnya. Jika variannya tetap, maka model regresi tersebut berada pada kondisi homoskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y$

sesungguhnya) yang sudah d-studentized. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas .

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara tiga variabel bebas yaitu Kualitas Layanan (X_1), Cita Rasa (X_2) dan Suasana (X_3) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y), digunakan tehnik data dengan menggunakan rumus analisis statistik regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + X_1 + X_2 + X_3 + e$$

Dimana :

- Y = Kepuasan konsumen
- a = konstanta dari persamaan regresi
- KP_1 = koefisien regresi dari variabel X_1
- H_2 = koefisien regresi dari variabel X_2
- L_3 = koefisien regresi dari variabel X_3
- e = variabel pengganggu/error

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS untuk mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu software yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametik maupun non parametik dengan basis windows.

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah variabel independen yang diteliti secara persial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Untuk

mengetahuinya koefisien penentu yaitu dengan mengkuadratkan koefisien parsial yang akan menjadi koefisien penentu parsial yang artinya penyebab perubahan pada variabel Y yang datangnya dari variabel, X.

a. *Uji Parsial (UjiT)*

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

H1 : $b_i = 0$ Analisis Regresi Linear Ganda Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H2 : $b \neq 0$ Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ho diterima, apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0.05$ Ha diterima, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0.05$

b. *Uji simultan (UjiF)*

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Melalui uji statisti dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Ho : $b_1 = b_2 = b_3 = 0$. Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

5. Koefisien Determinasi

Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X dan

variabel Y dapat ditentukan dengan rumus korelasi determinan sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana

KP = nilai koefisien determinan

R = nilai koefisien

Untuk mendapat analisis yang relevan dan terpercaya dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan *statistical product and service solution* (SPSS) basis windows.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Café Binte Palu

Café binte beralamat Jl. Datu Pamusu No. 8. Pemilik café binte palu adalah ibu Hermina, yang memiliki latar belakang pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA), café binte palu berdiri sudah sekitar 10 tahun dan berawal dari niat. Sebagaimana yang diungkapkan ibu Hermina selaku pemilik café binte pada saat diwawancarai berikut pemaparannya:

Ide untuk membangun bisnis café binte berawal dari munculnya niat dalam diri untuk melakukan bisnis baru, karena sebelum saya buka café binte ini, dulunya saya berbisnis pakaian tepatnya berada di pasar masomba Jl. Manimbaya, karna saya merasa sudah tidak meyakinkan untuk tetap membuka toko pakaian maka saya tutup saja dan membuka café binte palu, hal itu dilatar belakangi karena belum banyak yang jual binte, tempat ini juga strategis, dan posisinya tidak terlalu jauh dari masjid agung, kampus UNISA dan STAI/IAIN dan kantor-kantor lain, Alhamdulillah dari tahun 2010 saya membuka café binte sampai sekarang saya merasa ada peningkatan, walaupun dalam keadaan pandemi seperti ini banyak tidaknya pengunjung kami selalu bersyukur.⁵⁵

Café binte mempunyai karyawan 10 orang. Karyawan tersebut tidak memiliki tugas khusus dalam melayani pelanggan dan datang tepat waktu, Sebagaimana yang diungkapkan ibu Hermina selaku pemilik café binte pada saat diwawancarai berikut pemaparannya:

Café binte palu mempunyai karyawan sebanyak 10 orang, dari 10 orang karyawan itu harus serba bisa atau menguasai semua pekerjaan dalam café binte mulai dari memasak, melayani pelanggan, mencuci piring dan membersihkan tempat makan pengunjung semua itu harus bisa. Saya sengaja tidak mebagi tugas mereka agar adil dalam melakukan pekerjaan,

⁵⁵Hermina, Pemilik Café Binte Palu, wawancara (Café Binte Palu, Jl Datu Pamusu No 8, 2021)

semua karyawan harus merasakan apa yang dirasakan karyawan lain, khusus kasir itu saya sendiri, dan Café binte palu buka pukul 09:00 – 20:00 WITA, kalau karyawannya datang lebih awal yaitu pukul 06:30, karena kita bersih-bersih dulu sebelum buka café binte palu.⁵⁶

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengunjung café binte Palu, yang beralamatkan Jl.1 Datu Pamusu No 8. Data penelitian menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada para pengunjung café binte Palu sebagai sampel, kuesioner disebar oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan perincian sebagai berikut.

Tabel 4.1
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Presentase
60	60	60	60	100%

Sumber: Data Primer 2021

Dalam tabel 4.1 dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 orang pengunjung cafe binte palu. Data responden dalam penelitian ini dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	21	35%
Perempuan	39	65%
Total	60	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

⁵⁶Hermina, pemilik Café Binte Palu, wawancara (Café BInte Palu, Jl. Datu Pamusu No 8,2021)

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 60 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki (kolom 1) berjumlah 21 orang (35%) dan yang berjenis kelamin perempuan (kolom 2) berjumlah 39 orang (65%). Sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.3
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	12	20%
Wiraswasta	15	25%
Pegawai Negeri Sipil	13	21,7%
Karyawan Swasta	9	15%
Lainnya	11	18,3%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden dari setiap pekerjaan, menunjukkan bahwa responden Pelajar/Mahasiswa yaitu (kolom1) sebanyak 12 orang (20%), responden Wiraswasta yaitu (kolom 2) sebanyak 15 orang (25%), responden Pegawai Negeri Sipil (kolom 3) sebanyak 13 orang (21,7), responden karyawan swasta (kolom 4) sebanyak 9 orang (15%), dan responden lainnya (kolom 6) 11 orang (18,3%).

Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Kunjungan Selama 1 Tahun

Kunjungan selama 1 tahun	Frekuensi	Persentase
1 -3 kali	7	11,7%
3 -5 kali	17	28,3%
5 - 7 kali	5	8,3%

7 kali	12	20%
>9 kali	19	31,7%
Jumlah	60	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Pada tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan kunjungan café binte palu selama 1 tahun, dengan jumlah responden 60 orang. Dapat dilihat bahwa responden yang 1-3 kali pada (kolom 1) berjumlah 7 orang (11,7%), responden yang 3-5 kali pada (kolom 2) berjumlah 17 orang (28,3%), responden yang 5-7 kali pada (kolom 3) berjumlah 5 orang (8,3%), responden yang 7 kali pada (kolom 4) berjumlah 12 orang (20%), responden yang .9 kali pada (kolom 5) berjumlah 19 orang (31,7%).

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi data untuk melihat tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian yaitu, Kualitas Layanan, Cita Rasa, Suasana (Variabel Independen) dan Kepuasan Konsumen (Variabel Dependen). Kemudian dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam Iskandar adalah sebagai berikut:⁵⁷

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data tertinggi – Data terendah

Banyak Kelas = 5

⁵⁷Yogi Iskandar, *Pengaruh Kesesuaian Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bentoel Distribusi Utama Cabang Palu* (Skripsi IAIN Palu), 54.

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas interval adalah:

$$P = \frac{5-1}{c}$$

Maka interval dari kriteria penilaian rata-rata dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Sangat tidak baik = 1,00 – 1,79

Tidak baik = 1,80 – 2,59

Netral = 2,60 – 3,39

Baik = 3,40 – 4,19

Sangat baik = 4,20 – 5,00

a. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Kualitas Layanan (X1)

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5		
1	X1.1	0	0	2	33	25	263	4,38%
		0%	0%	3,3%	55,1%	41,6%		
2	X1.2	0	0	5	35	20	255	4,25%
		0%	0%	8,3	58,4	33,3		
3	X1.3	0	0	0	29	31	271	4,51%
		0%	0%	0%	48,3%	51,7%		
4	X1.4	0	0	1	34	25	264	4,4%
		0%	0%	1,7	56,7%	41,6%		
5	X1.5	0	1	5	34	20	253	4,21%
		0%	1,7%	8,3%	56,7	33,3		
6	X1.6	0	0	13	38	9	236	3,93%
		0%	0%	21,6%	63,3%	15,1%		
Rata-rata								4,28%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variable kualitas layanan yaitu sebanyak 25 orang sangat setuju, 33 orang setuju, dan 2 orang netral, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 263 dengan nilai rata-rata 4,38% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel Kualitas layanan, yaitu sebanyak 20 orang sangat setuju, 35 orang setuju, dan 5 orang netral, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 255 dengan nilai rata-rata 4,25% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel Kualitas layanan, yaitu sebanyak 31 orang sangat setuju, dan 29 orang setuju, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 271 dengan nilai rata-rata 4,51% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel Kualitas layanan, yaitu sebanyak 25 orang sangat setuju, 34 orang setuju, dan 1 orang netral, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 264 dengan nilai rata-rata 4,25% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel Kualitas layanan, yaitu sebanyak 20 orang sangat setuju, 34 orang setuju, 5 orang netral, dan 1 tidak setuju, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 253 dengan nilai rata-rata 4,21% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam terhadap variabel Kualitas layanan, yaitu sebanyak 9 orang sangat setuju, 38 orang setuju, dan 13 orang netral, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 239 dengan nilai rata-rata 3,93% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian baik.

b. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Cita Rasa (X2)

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Cita Rasa

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5		
1	X2.1	0	0	3	42	15	252	4,2%
		0%	0%	5,%	70,%	25%		
2	X2.2	0	1	11	37	11	238	3,96%
		0%	1,7%	18,3%	61,7%	18,3%		
3	X2.3	0	1	11	36	12	239	3,98%
		0%	1,7%	18,3%	60%	20%		
4	X2.4	0	0	10	42	8	238	3,96%
		0%	0%	16,7%	70%	13,3		
5	X2.5	0	0	3	43	14	251	4,18%
		0%	0%	5%	71,7%	23,3%		
6	X2.6	0	1	9	39	11	240	4%
		0%	1,7%	15%	65%	18,3%		
Rata-rata								4,04%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel cita rasa yaitu sebanyak 15 orang sangat setuju, 42 orang setuju, dan 3 orang netral, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 252 dengan nilai rata-rata 4,2% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel cita rasa, yaitu sebanyak 11 orang sangat setuju, 37 orang setuju, 11 orang netral, dan 1

orang tidak setuju, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 238 dengan nilai rata-rata 3,96% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel cita rasa, yaitu sebanyak 12 orang sangat setuju, 36 orang setuju, 11 orang netral, dan 1 orang tidak setuju, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 239 dengan nilai rata-rata 3,98% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel cita rasa, yaitu sebanyak 8 orang sangat setuju, 42 orang setuju, dan 10 orang netral, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 238 dengan nilai rata-rata 3,96% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel cita rasa, yaitu sebanyak 14 orang sangat setuju, 43 orang setuju, dan 3 orang netral, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 251 dengan nilai rata-rata 4,18% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam terhadap variabel cita rasa, yaitu sebanyak 11 orang sangat setuju, 39 orang setuju, 9 orang netral, dan 1 orang tidak setuju Total skor jawaban dari 60 responden adalah 240 dengan nilai rata-rata 4% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian baik.

c. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Suasana Café (X3)

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Suasana Cafe

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5		
1	X3.1	0	1	11	35	13	240	4%
		0%	1,7%	18,3%	58,3%	21,7%		

2	X3.2	0	1	21	30	8	225	3,75%
		0%	1,7%	35%	50%	13,3		
3	X3.3	0	2	27	24	7	216	3,60%
		0%	3,3%	45%	40%	11,7%		
4	X3.4	0	4	20	26	10	222	3,70%
		0%	6,7%	33,3	43,3%	16,7%		
5	X3.5	0	0	19	28	13	234	3,90%
		0%	0%	31,7%	46,6%	21,7%		
6	X3.6	0	2	21	30	7	222	3,70%
		0%	3,3%	35%	50%	11,7%		
7	X3.7	0	0	14	35	11	237	3,95%
		0%	0%	23,3%	58,4%	18,3%		
8	X3.8	0	0	13	26	21	248	4,13%
		0%	0%	21,7%	43,3%	35%		
Rata-rata								3,84%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel suasana cafe yaitu sebanyak 13 orang sangat setuju, 35 orang setuju, 11 orang netral, dan 1 orang tdak setuju, Total skor jawaban dari 60 responden adalah 240 dengan nilai rata-rata 4% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel cita rasa, yaitu sebanyak 8 orang sangat setuju, 30 orang setuju, 21 orang netral, dan 1

orang tidak setuju, total skor jawaban dari 60 responden adalah 225 dengan nilai rata-rata 3,75% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel suasana café, yaitu sebanyak 7 orang sangat setuju, 24 orang setuju, 27 orang netral, dan 2 orang tidak setuju, total skor jawaban dari 60 responden adalah 216 dengan nilai rata-rata 3,60% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel suasana cafe, yaitu sebanyak 10 orang sangat setuju, 26 orang setuju, 20 orang netral, dan 4 orang tidak setuju, total skor jawaban dari 60 responden adalah 222 dengan nilai rata-rata 3,70% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel suasana cafe, yaitu sebanyak 13 orang sangat setuju, 28 orang setuju, dan 19 orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 234 dengan nilai rata-rata 3,90% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam terhadap variabel suasana café, yaitu sebanyak 7 orang sangat setuju, 30 orang setuju, 21 orang netral, dan 2 orang tidak setuju, total skor jawaban dari 60 responden adalah 222 dengan nilai rata-rata 3,70% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh terhadap variabel suasana cafe, yaitu sebanyak 11 orang sangat setuju, 35 orang setuju, dan 14 orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 237 dengan nilai rata-rata 3,95% maka, pernyataan ketujuh termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedelapan terhadap variabel suasana café, yaitu sebanyak 21 orang sangat setuju, 26 orang setuju, dan 13

orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 248 dengan nilai rata-rata 4,13% maka, pernyataan kedelapan termasuk dalam kriteria penilaian baik.

d. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen

No	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata-rata
		1	2	3	4	5		
1	Y.1	0	0	2	33	25	263	4,38%
		0%	0%	3,3%	55%	41,7%		
2	Y.2	0	0	4	47	9	245	4,08%
		0%	0%	6,7%	78,3%	15%		
3	Y.3	0	0	7	44	9	242	4,03%
		0%	0%	11,7%	73,3%	15%		
4	Y.4	0	0	10	44	6	236	3,93%
		0%	0%	16,7%	73,3%	10%		
5	Y.5	0	0	13	34	13	240	4%
		0%	0%	21,7%	56,6%	21,7		
6	Y.6	0	0	8	40	12	244	4,06%
		0%	0%	13,3%	66,7%	20%		
7	Y.7	0	1	3	41	15	250	4,16%
		0%	1,7%	5%	68,3%	25%		
8	Y.8	0	2	14	34	10	230	3,83%
		0%	3,3%	23,3%	56,7%	16,7%		
9.	Y.9	0	0	16	31	13	237	3,95%
Rata-rata								4,04%

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel kepuasan konsumen yaitu sebanyak 25 orang sangat setuju, 33 orang setuju, dan 2 orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 263 dengan nilai rata-rata 4,38% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua terhadap variabel kepuasan konsumen, yaitu sebanyak 9 orang sangat setuju, 47 orang setuju, dan 4 orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 245 dengan nilai rata-rata 4,08% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga terhadap variabel kepuasan konsumen, yaitu sebanyak 9 orang sangat setuju, 44 orang setuju, dan 7 orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 242 dengan nilai rata-rata 4,03% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat terhadap variabel kepuasan konsumen, yaitu sebanyak 6 orang sangat setuju, 44 orang setuju, dan 10 orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 236 dengan nilai rata-rata 3,93% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima terhadap variabel kepuasan konsumen, yaitu sebanyak 13 orang sangat setuju, 34 orang setuju, dan 13 orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 240 dengan nilai rata-rata 4% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam terhadap variabel kepuasan konsumen, yaitu sebanyak 12 orang sangat setuju, 40 orang setuju, dan 8 orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 244 dengan nilai rata-rata 4,06% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh terhadap variabel kepuasan konsumen, yaitu sebanyak 15 orang sangat setuju, 41 orang setuju, 3 orang netral, dan 1 orang tidak setuju total skor jawaban dari 60 responden adalah 250 dengan nilai rata-rata 4,16% maka, pernyataan ketujuh termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedelapan terhadap variabel kepuasan konsumen, yaitu sebanyak 10 orang sangat setuju, 34 orang setuju, 14 orang netral, dan 2 orang tidak setuju, total skor jawaban dari 60 responden adalah 230 dengan nilai rata-rata 3.83% maka, pernyataan kedelapan termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kesembilang terhadap variabel kepuasan konsumen, yaitu sebanyak 13 orang sangat setuju, 31 orang setuju, dan 16 orang netral, total skor jawaban dari 60 responden adalah 237 dengan nilai rata-rata 3.95% maka, pernyataan kesembilan termasuk dalam kriteria penilaian baik.

3. Uji Instrumen Penelitian

Menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Syarat minimum untuk memenuhi syarat validitas adalah apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, berdasarkan perhitungan ditentukan bahwa nilai r_{tabel} , sebesar 3,968⁵⁸

Melihat butir pernyataan yang valid adalah dengan melihat tabel *Item Total Statistics*, kemudian lihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*.

⁵⁸Sugiyono, *Metode*, 20

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Instrumen X1

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan	21.3167	3.440	.423	.631
pelayanan	21.4500	3.303	.439	.625
Pelayanan	21.1833	3.406	.516	.605
Pelayanan	21.3000	3.637	.351	.654
pelayanan	21.4833	3.305	.360	.657
Pelayanan	21.7667	3.402	.380	.646

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen X2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Cita rasa	20.1000	4.058	.586	.677
Cita rasa	20.3333	3.887	.462	.708
Cita rasa	20.3167	3.745	.509	.693
Cita rasa	20.3333	4.124	.495	.698
Cita rasa	20.1167	4.274	.483	.703
Cita rasa	20.3000	4.180	.364	.736

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Instrumen X3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
suasana cafe	26.7333	12.470	.641	.815
suasana cafe	26.9833	13.135	.477	.834
suasana cafe	27.1333	12.592	.556	.825
suasana cafe	27.0333	12.236	.541	.828
suasana cafe	26.8333	12.209	.652	.813
suasana cafe	27.0333	12.948	.501	.832
suasana cafe	26.7833	13.122	.536	.827
suasana cafe	26.6000	11.905	.698	.806

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Instrumen Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan	32.1000	6.634	.482	.646
Kepuasan	32.4000	7.295	.326	.676
Kepuasan	32.4500	6.930	.410	.661
Kepuasan	32.5500	7.167	.321	.676
Kepuasan	32.4833	7.068	.230	.698
Kepuasan	32.4167	7.027	.313	.678
Kepuasan	32.3167	6.898	.350	.671
Kepuasan	32.6167	6.139	.462	.646
Kepuasan	32.5333	6.287	.441	.652

Tabel di 4.9, 4.10, 4.11, dan 4.12 terlihat bahwa r_{hitung} pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing dari 3 variabel diatas dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2542).

b. Uji Reliabilitas

Melakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan program SPSS (*Statistical Packaged For Sosial Siences*) versi 21 dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu instrument dinyatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60.

Hasil pengujian reliabilitas instrument menggunakan alat bantu oleh statistik SPSS versi 21 *for windows* dapat diketahui hasilnya sebagaimana tabel berikut.

Tabel 4.13
Hasl Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Statistics	
	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas pelayanan (X1)	,677	6

Cita Rasa (X2)	,739	6
Suasana (X3)	,861	8
Kepuasan konsumen (Y)	,694	9

Sumber Data: Output SPSS 2021

Pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), variabel independen (Layanan X1) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,677 (Cita Rasa X2) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,739 (Suasana Cafe X3) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,841 dan variabel dependen (Kepuasan Konsumen Y) dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,694, yang artinya bahwa variabel X1, X2, X3 dan Y dinyatakan reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum metode regresi digunakan dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu model tersebut akan diuji apakah memenuhi asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan dapat diterima serta menghindari kemungkinan adanya pelanggaran yang dapat menimbulkan masalah, seperti standar kesalahan untuk masing-masing koefisien yang diduga sangat besar, pengaruh variabel bebas tidak dapat dideteksi atau variasi dari koefisiennya tidak minim lagi. Asumsi klasik yang merupakan asumsi dasar dalam metode analisis regresi. Hasil uji asumsi klasik disajikan sebagai berikut:

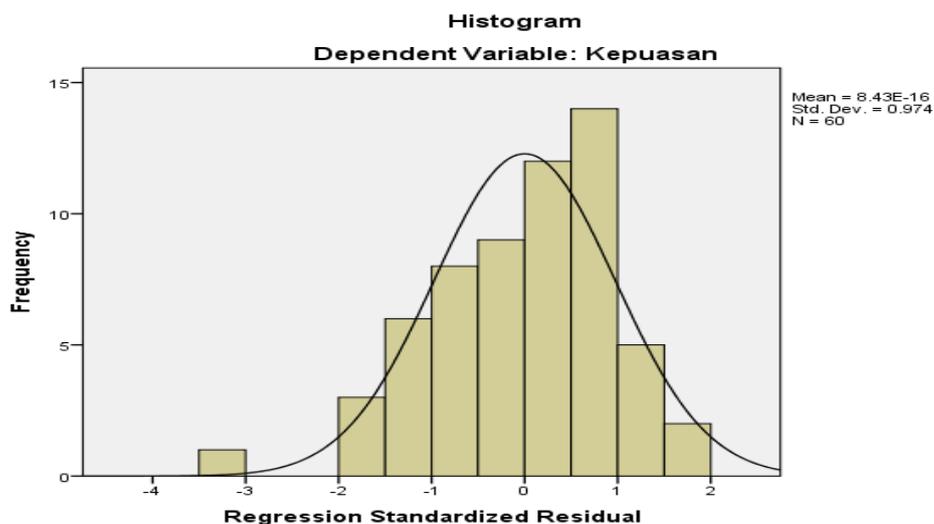
a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang

baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik.

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual yaitu dengan melihat grafis histogram yang membandingkan antara data dan observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Model yang lain yang digunakan dalam analisis grafik adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang akan menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya, dengan menggunakan *SPSS for windows versi 21*, terlihat grafik distribusi normal sebagai berikut:

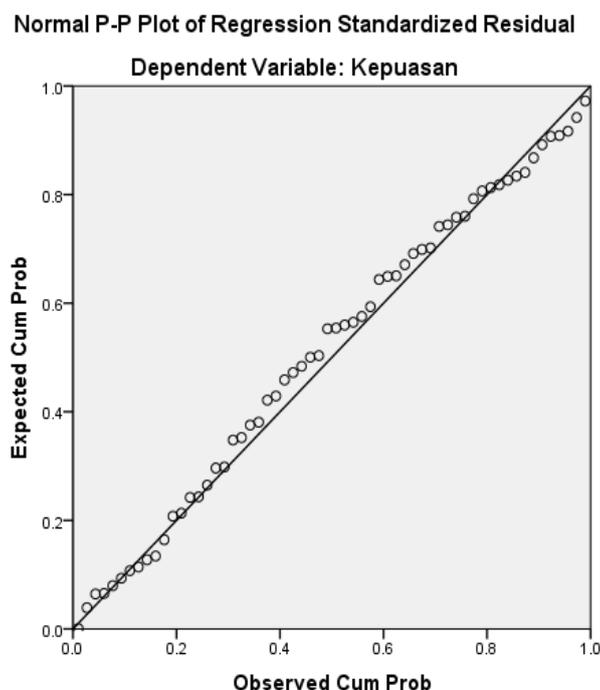
Gambar 4.1
Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas (Histogram)



Grafik histogram di atas menunjukkan bahwa data penelitian menunjukkan bentuk normal karena mengikuti bentuk distribusi normal dimana pola distribusi yang normal tidak terjadi kemiringan, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas data.

Sehingga hasil dari grafik *Probability Plot (P-Plot)* dari program *SPSS for windows* versi 21.

Gambar 4.2
Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas



grafik di atas, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik tersebut mengikuti arah garis diagonal. Model regresi ini layak digunakan, karena apabila data menyebar disekitar garis diagonal, maka hal ini memenuhi syarat asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinaritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleransinya. Apabila nilai matrik korelasi tidak ada yang lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan data yang akan dianalisis bebas dari multikolinieritas. Kemudian apabila nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai

toleransi mendekati 1, maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat multikolinieritas.⁵⁹ Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	12.374	3.689		3.354	.001		
	Layanan	.520	.113	.387	4.615	.000	.854	1.171
	Cita rasa	.638	.103	.520	6.167	.000	.846	1.182
	suasana cafe	-.155	.056	-.215	-2.745	.008	.982	1.018

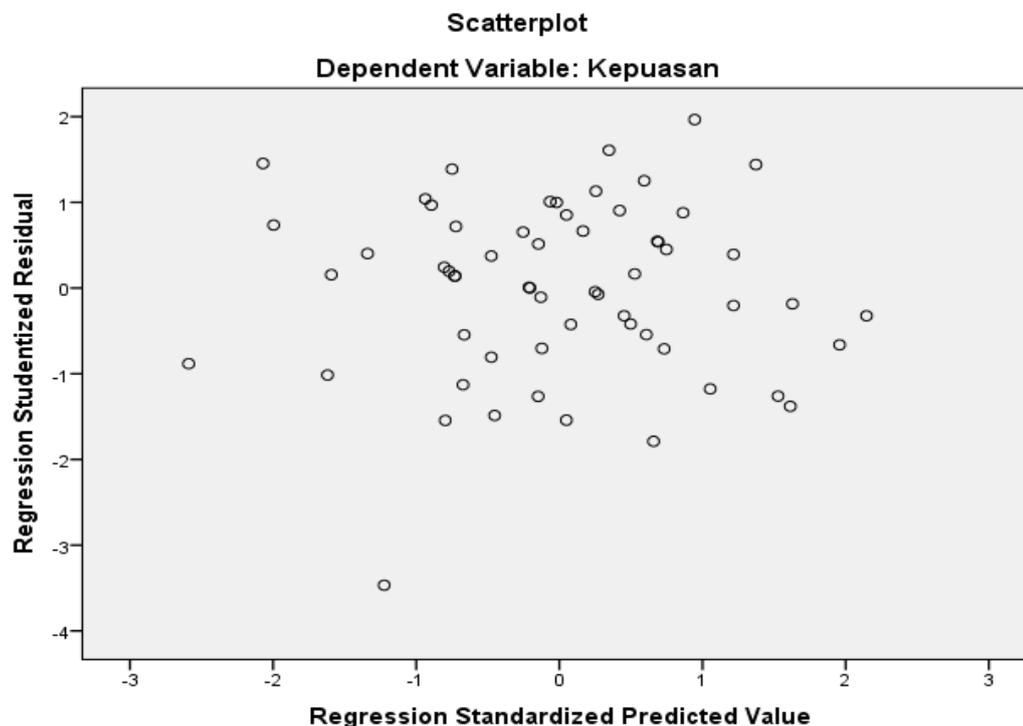
Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat dilihat bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinieritas. Hal ini tampak pada nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 0,10. Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi tersebut.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dari satu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu caranya dengan melihat nilai signifikan *two tails* yang dihasilkan oleh *spearman rank tes*. Adapun cara mendeteksinya adalah dengan melihat gambar berikut.

⁵⁹Singgih Santoso, *Latihan SPSS Statistik Parmetik*, Gramedia. Jakarta.

Gambar 4.3
Hasil Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas



Pada Grafik *Scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut cenderung menyebar dan tak berpola ataupun berbentuk dengan beraturan, sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda adalah salah satu alat analisis statistik non parametric yang berfungsi menganalisis berkaitan dan berhubungan diantara dua atau lebih variabel penelitian yang berbeda yaitu variabel dependen dan variabel independen dengan membutuhkan data terdiri dari beberapa kelompok hasil observasi atau pengukuran. Penelitian ini mencoba untuk melihat adakah pengaruh secara parsial dan simultan variabel.

Berdasarkan hasil olah data menggunakan *SPSS 21 for windows* diperoleh hasil analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.374	3.689		3.354	.001		
	Pelayanan	.520	.113	.387	4.615	.000	.854	1.171
	Cita rasa	.638	.103	.520	6.167	.000	.846	1.182
	suasana cafe	-.155	.056	-.215	-2.745	.008	.982	1.018

Berdasarkan hasil perhitungan pada table 4.15, maka dapat dirumuskan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 12,374 + 0,520X_1 + 0,638X_2 + -0,155X_3 + 0,1$$

Dari persamaan diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel (Kualitas Layanan, Cita Rasa, dan Suasana Café) memiliki arah positif terhadap variabel dependen (Kepuasan Konsumen). Hasil perhitungan diatas, dapat dijelaskan yaitu:

- Nilai Konstanta sebesar 12,374 ini berarti jika variabel independen yaitu pelayanan (X₁), cita rasa (X₂), suasana cafe (X₃) diasumsikan bernilai (0), maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 12,374
- Nilai koefisien regresi pelayanan (X₁) sebesar 0.520 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika pelayan baik, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat 0,520.
- Nilai koefisien regresi cita rasa (X₂) sebesar 0.638 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika cita rasa baik. maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0.638
- Nilai koefisien regresi susana cafe (X₃) sebesar -0,155 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika suasana café baik. maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar -0,155

6. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel independen (X) benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel dependen (Y) atau tidak. Hasil datanya bisa dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.374	3.689		3.354	.001		
	Pelayanan	.520	.113	.387	4.615	.000	.854	1.171
	Cita rasa	.638	.103	.520	6.167	.000	.846	1.182
	suasana cafe	-.155	.056	-.215	-2.745	.008	.982	1.018

Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji t dari 3 variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi terlihat bahwa

- 1) Kualitas layanan (X1) diperoleh nilai thitung 4.615 > ttabel 1,671 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,000 paada tabel coefficients (tingkat signifikan) 0.05, Artinya 0.000 < 0.05, Dengan nilai ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel pelayanan (X1) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu (Y). Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y yaitu 38,7%.
- 2) Cita rasa (X2) diperoleh nilai thitung 6,167 > ttabel 1,671 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,000 pada tabel coefficients (tingkat signifikan) 0.05 Artinya 0.000 < 0.05. Dengan nilai ini dapat disimpulkan bahwa secara

parsial variabel cita rasa (X2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu (Y). Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y yaitu 52%

- 3) Suasana cafe (X3) diperoleh nilai thitung $-0,215 > t_{tabel} 1,671$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,008 pada tabel coefficients (tingkat signifikan) 0.05 Artinya $0.008 < 0.05$. Dengan nilai ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel suasana cafe (X3) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu (Y). Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y yaitu -21,5%.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menguji apakah variabel independen (X) benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel (Y). Dalam pengujian ini ingin diketahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.17
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.416	3	108.472	36.689	.000 ^b
	Residual	165.567	56	2.957		
	Total	490.983	59			
a. Dependent Variable: Kepuasan						
b. Predictors: (Constant), suasana cafe, layanan, Cita rasa						

Berdasarkan hasil uji ANOVA (*Analysis of Varians*) atau F test diperoleh nilai Fhitung sebesar $36,689 > F_{tabel} 2,77$ dengan nilai sig sebesar 0.000 lebih kecil dibandingkan alpha 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

variabel layanan (X1), cita rasa (X2), suasana cafe (X3) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di cafe binte Palu (Y).

7. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat berikut. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistic *SPSS 21.0 for Windows* di dapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.814 ^a	.663	.645	1.71946	1.801
a. Predictors: (Constant), suasana cafe, Pelayanan, Cita rasa					
b. Dependent Variable: Kepuasan					

Dari tampilan *output SPSS model summary* besarnya *R Square* adalah 0,663 hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel kepuasan konsumen di cafe binte Palu (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel kualitas layanan (X1), cita rasa (X2), suasana cafe (X3) sebesar 66%. Sedangkan sisanya (100% - 66% = 44%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari analisis data penelitian seperti yang telah dikemukakan di atas dapat dilihat hasil penelitian yaitu: Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan, cita rasa, suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu.

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas layanan (X1) secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berkunjung café binte Palu. Kualitas layanan yang diberikan oleh pihak café binte Palu memberikan kesan sendiri bagi konsumen untuk datang kembali ke café binte Palu.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda untuk variabel kualitas layanan (X1), dari hasil penelitian dengan melakukan pengujian menggunakan *SPSS 21*, didapatkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) nilai t_{hitung} 4,615 > t_{tabel} 1,671 dan nilai signifikansi (sig) 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05 dengan ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu (Y). Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y yaitu 38,7%.

Hal ini menyatakan bahwa kualitas layanan (X1), berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di café binte Palu. hal ini berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan, bahwa pelayanan di café binte palu itu memberikan pelayanan yang cepat, beretika, ramah, dan selalu memberikan senyuman saat melayani pelanggan, café binte palu juga memiliki tempat yang bersih dan menarik sehingga konsumen merasa puas. Dengan demikian baik buruknya kualitas layanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi para penerima layanan secara konsisten.

2. Pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh cita rasa (X2) secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang

berkunjung café binte Palu. Cita Rasa (X2) yang diberikan oleh pihak café binte Palu memberikan kesan sendiri bagi konsumen untuk datang kembali ke café binte Palu.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda untuk variabel cita rasa (X2), dari hasil penelitian dengan melakukan pengujian menggunakan *SPSS 21*, didapatkan bahwa variabel cita rasa (X2) nilai $t_{hitung} 6,167 > t_{tabel} 1,671$ dan nilai signifikansi (sig) $0,000 <$ dari nilai $0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan secara parsial variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu (Y). Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y yaitu 52%.

Hal ini menyatakan bahwa cita rasa (X2), berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di café binte Palu. hal ini berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) bahwa cita rasa di café binte palu itu memberikan kualitas rasa makanan sangat enak, lezat, menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman yang memiliki rasa khas tersendiri, dan tentunya makanan yang disediakan bersih dan higienis, semakin nikmat cita rasa maka semakin banyak pelanggan merasakan kepuasan.

3. Pengaruh suasana café terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh suasana cafe (X3) secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang berkunjung di café binte Palu. Suasana cafe (X3) yang diberikan oleh pihak café binte Palu memberikan kesan sendiri bagi konsumen untuk datang kembali ke café binte Palu.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda untuk variabel suasana cafe (X3), dari hasil penelitian dengan melakukan pengujian menggunakan *SPSS 21*, didapatkan bahwa variabel suasana cafe (X3) nilai $t_{hitung} > -0,215 > t_{tabel} 1,671$ dan nilai signifikansi (sig) $0,008 <$ dari nilai $0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan secara parsial variabel suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu (Y). Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y yaitu $-21,5\%$.

Hal ini menyatakan bahwa suasana cafe (X3), berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di café binte Palu. hal ini berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) bahwa suasana di café binte palu itu memberikan rasa aman dan nyaman karena design interior di café binte palu sangat unik dan menarik, penataan meja dan kursi sangat bagus, music yang diputir tidak terlalu nyaring atau kecil, namun dapat membuat suasana di café binte tetap nyaman, udara di café binte terasa sejuk dan segar, lokasi yang sangat strategis dimana terdapat banyak masyarakat beraktivitas disekitar, yang pastinya memiliki tempat parkir yang cukup memadai dan aman. Hasil ini bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik suasana café binte Palu, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen di café binte Palu.

4. Pengaruh kualitas layanan , cita rasa, dan suasana café terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu.

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh variabel independen kualitas layanan (X1), cita rasa (X2), suasana café (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). diketahui bahwa variabel independen (kualitas layanan, cita rasa dan suasana café) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen),

artinya kenaikan variabel independen akan diikuti oleh variabel dependen secara signifikan.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, cita rasa, dan suasana café terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu. Setelah dilakukan uji F pada taraf signifikansi 5% diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 36,689 lebih besar dari F_{tabel} 2,77 dengan nilai signifikan $F = 0.000 < 0.05$ yang dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayan, cita rasa, suasana café terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu.

Dari hasil pengujian regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.663 atau 66%. Jadi 66% pengaruh kepuasan konsumen di café binte Palu, sedangkan sisanya sebesar 44% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Jadi, berdasarkan penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, cita rasa dan suasana café berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di café binte palu. Hal ini menunjukkan variabel Kualitas Layanan (X1) yang terdiri dari sub variabel (indikator):kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bikti fisik, Cita Rasa (X2) yag terdiri dari sub variabel (indikator): aroma, rasa, rangsangan mulut, Suasana (X3): *exterior, general exterior, interior display*, dan kemudian bersama-sama saling mempengaruhi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang terdiri dari sub variabel (indikator): kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, (2013) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Kita Semarang”. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen di café binte Palu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab IV dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu. Hal ini dapat dilihat dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa dari hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4.615 > t_{tabel} 1,671$ dan memiliki nilai signifikan (sig) $0,000$ pada tabel coefficients (tingkat signifikan) 0.05 , Artinya $0.000 < 0.05$, Dengan nilai ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel layanan (X1) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu (Y). Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y yaitu $38,7\%$.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte palu. Hal ini dapat dilihat dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa dari hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} 6,167 > t_{tabel} 1,671$ dan memiliki nilai signifikan (sig) $0,000$ pada tabel coefficients (tingkat signifikan) 0.05 Artinya $0.000 < 0.05$. Dengan nilai ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel cita rasa (X2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu (Y). Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y yaitu 52% .

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suasana cafe secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu. Hal ini dapat dilihat dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa dari hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} 6,167 > t_{tabel} 1,671$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,000 pada tabel coefficients (tingkat signifikan) 0.05 Artinya $0.000 < 0.05$. Dengan nilai ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel suasana (X2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu (Y). Adapun pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y yaitu 52%.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, cita rasa dan suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di café binte Palu. Setelah dilakukan uji F pada taraf signifikansi 5% diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 31.095 lebih besar dari F_{tabel} 3,968 dengan nilai signifikan $F = 0.000 < 0.05$ Dari hasil pengujian regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.749 atau 56%. Jadi 56% pengaruh kepuasan konsumen di café binte Palu, sedangkan sisanya sebesar 44% diberikan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka disimpulkan bahwa semakin bagus kualitas layanan, cita rasa dan suasana, maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen di café binte palu.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi café binte palu
 - a. Diharapkan pihak café binte palu agar selalu memberikan sapaan, senyum dan komunikasi yang baik terhadap konsumen, agar konsumen merasa pelayanan

dari café binte palu ramah dan bersahabat, meningkatkan kinerja fasilitas wifi, menempatkan password wifi ditempat yang strategis, dan memperluas lahan parkir. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

- b. Diharapkan pihak café binte palu dapat meningkatkan cita rasa makana dan selalu mempertahankan rasa khas disetiap makananya, agar semakin banyak pelanggan yang datang, dan menjadi pelanggan tetap di café binte palu.
- c. Diharapkan pihak café binte palu agar memperhatikan dan menambahkan lagi pencahayaan di bagian-bagian yang masih kurang pencahayaan, atau mengganti warna yang lebih cocok dan sesuai agar konsumen café binte palu bisa merasa nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur penelitian, (Suatu Pendekatan Praktik)*, Jakarta Rineka Cipta, 2010
- Azwar, Saifuddin. *Tes Prestasi, fungsi dan pengembangan prestasi belajar*, Yogyakarta: Pustaka belajar, 2012
- Budiman, Nasir. dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, skripsi, tesis dan disertasi). banda aceh: Ar-raniry press, 2004
- Engel Black Well, Minard, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*, Jakarta: Bina Pura Aksara, 1994
- Fajar, Laksana. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2008
- Fandy, Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi, 2006
- Garvin dan Lovelock, *Strategi Marketing*, Yogyakarta: Andi, 2004
- Haryadi, Sarjono dan Wilda Julianti, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, Jakarta : Salemba Empat, 2011
- Hermina, wawancara Café Binte Palu, Jl Datu Pamusu No 8, 2021
- Hasugian, Herry “*Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Warung Bakso Kota Cakman Bogor*” Skripsi (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2009), 14 Diakses 30 November 2020
- Ibrahim, Buddy, *TQM (total quality management)*, Jakarta: Djambatan, 2000
- Indrawan, Rully, dan Poppy Yaniawati, *Metode Penelitian Cet. I*, Bandung : PT. Rafika Adiatma. 2014
- Iskandar, Yogi, *Pengaruh Kesesuaian Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bentoel Distribusi Utama Cabang Palu* Skripsi IAIN Palu
- Juliansyah, Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2012
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012
- Kotler dan Keller *Manajemen pemasaran edisi 13 jilid 1*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran di Indonesia; Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, 2002
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran. (Marketing Manajemen)*, Jakarta: Prenhallindo, 1997
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat, 2001

- Lupyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*, Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal Edisi I, cet. 10*, Jakarta: bumi aksara, 2008
- Mardani, “Ayat-Ayat dan Hadits Ekonomi Syariah”, Ed. 1. Cet. 1; Jakarta: rajawali Pers, 2011
- Martia, Mawati, *Skripsi Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas SPBU Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendaraan Bermotor. Skripsi*. Surabaya: Kampus UNAIR, 2009
- Meidatuzzahra, Diah, *Penerapan Accidental Sampling Untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi*, Vol 13 No.1, Juni 2019
- Rayi, Endah, *Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2008
- Riduwan, *Dasar-dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Ridwan, <http://Ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualiatas-pelayanan-dalam-islam/>, diakses 9 februari 2021
- Roscoe, *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2016
- S.A. Hilaliyah, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.2*, Malang: Universitas Brawijaya, 2017
- Santoso, Singgih, *Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Gramedia. Jakarta
- Siregar, Sofyan, *metode Penelitian Kuantitatif (dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS)*, Jakarta: Kencana, 2013
- _____, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Cet. V, Jakarta: Rajawali Pers, 2016
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Cet. XIX; Bandung: Alfabeta, 2013
- _____, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung: ALFABETA, 2015
- _____, *Mixed Methods*, Bandung : ALFABETA, 2013
- Suj, Parweni V. Wiratna, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: PT. Pustaka Baru
- Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016
- Syahrum dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Citapustaka Media
- Thorik G. dan Utus H, *Marketing Muhammad*, Jakarta: Gema Insani Press, 2006
- Tjiptonosy, *Manajemen Jasa Edisi Kedua*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010
- Tony, Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta: PT. Indeks, 2011

- Uliansyah, Noor, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2012
- Umar, Husain, *Riset Pesaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005
- Umar, Husein, *Riset Pemasarn dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Usman, Husain, dan Purnomo Setya Diabad, *metode penelitian sosial*, Jakarta: bumi aksara, 1996
- Wahidah, *Rasa dan Cita Rasa dalam Masakan*, Bandung: Angkasa Raya, 2010
- Wulandari, *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopikita Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2013

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN

Perkenalkan nama saya Reni Anggreani mahasiswa IAIN Palu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah. Saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Binte Palu”** guna memperoleh gelar sarjana (S1).

Dengan segala hormat saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya beberapa menit mengisi kuesioner penelitian ini. Kuesioner penelitian ini dibuat semata-mata untuk kepentingan penelitian dan kajian ilmiah.

Setiap jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya, sesuai dengan etika penelitian data yang diberikan akan terjamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terimakasih banyak.

A. Identitas Responden

1. Nama :

2. JenisKelamin

Laki-laki

Perempuan*

3. Pekerjaan

Pelajar / Mahasiswa Wiraswata Pegawai Negeri Sipil

Karyawan Swasta Lainnya *

4. Dalam satu tahun terakhir, berapa kali Anda berkunjung ke Café Binte Palu.

1 – 3 kali 3 – 5 kali 5 – 7 kali

7 kali > 9 kali*

* (pilih salah satu jawaban dengan memberikan tanda √)

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden dapat memberikan jawaban dengan mengklik salah satu kolom (□) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert, dimana:

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

C. Kuesioner Penelitian

1. Kualitas Layanan

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan Cafe Binte memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian.					
2.	Karyawan segera melayani anda saat sedang berkunjung.					

3.	Anda tidak terlalu lama mengantri dari memesan sampai makanan disajikan.					
4.	Karyawan selalu ada ketika dibutuhkan.					
5.	Karyawan ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung.					
6.	Tempat yang menarik dan meja yang tersedia bersih.					

2. Cita Rasa

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Kualitas rasa makanan di Café Binte sangat enak.					
2.	Cafe Binte menyediakan berbagai variasi menu makanan yang bermacam-macam.					
3.	Rasa makanan yang khas di Cafe Binte seperti Binte + Mie berbeda dengan rasa di tempat lain dan hanya ada di Cafe Binte tersebut.					
4.	Cafe Binte menyajikan menu makanan yang					

	lezat.					
5.	Makanan yang disediakan Cafe Binte higienis/sehat.					
6.	Makanan di Cafe Binte memiliki ciri khas rasa tersendiri					

3. Suasana Cafe

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Desain interior di Café Binte sangat unik dan menarik.					
2.	Penataan meja dan kursi di Cafe Binte sangat bagus					
3.	Warna dinding di Cafe Binte terlihat cerah dan segar.					
4.	Musik yang diputar tidak terlalu nyaring atau kecil, namun dapat membuat suasana di Cafe Binte tetap nyaman.					
5.	Udara di Cafe Binte terasa sejuk dan segar.					
6.	Lokasi mudah dijangkau sarana transportasi					

	umum.					
7	Lokasi yang strategis dimana terdapat banyak masyarakat beraktivitas di sekitar.					
8	Memiliki tempat parkir yang aman.					

4. Kepuasan Konsumen

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1.	Makanan yang disediakan sesuai dengan selera konsumen.					
2.	Karyawan memberikan pelayanan yang baik.					
3.	Fasilitas penunjang seperti, cuci tangan dan toilet yang ada sesuai dengan yang diharapkan.					
4.	Berminat berkunjung kembali karena cita rasa makanan yang dihidangkan memuaskan.					
5.	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.					
6.	Berminat berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.					

7.	Merekomendasikan Cafe ini kepada teman karena makanan yang dihidangkan sangatenak.					
8.	Merekomendasikan Cafe ini kepada teman karena pelayanan yang diberikan baik.					
9.	Merekomendasikan Cafe ini kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai.					

Lampiran II

Data Responden

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	Andika	Laki-Laki	Mahasiswa
2	Wira	Laki-Laki	Mahasiswa
3	Dita	Perempuan	Mahasiswa
4	Halimah	Perempuan	Wiraswasta
5	Fadliah	Perempuan	Wiraswasta
6	Nisma	Perempuan	PNS
7	Faradhila	Perempuan	PNS
8	Wardaniah	Perempuan	Karyawan Swasta
9	Salsabila	Perempuan	Karyawan Swasta
10	Kalsum	Perempuan	IRT
11	Siswanto	Laki-Laki	Buruh Bangunan
12	Evandi	Laki-Laki	Buruh Bangunan
13	Sabriani	Perempuan	IRT
14	Resti	Perempuan	Karyawan Swasta
15	Ridho	Laki-Laki	Karyawan Swasta
16	Muh Fadhil	Laki-Laki	PNS
17	Abd Wahab	Laki-Laki	PNS
18	Muh Fahri	Laki-Laki	PNS
19	Ahsan	Laki-Laki	Mahasiswa
20	Irmayani	Perempuan	Mahasiswa
21	Zulfia	Perempuan	Mahasiswa
22	Yanha	Perempuan	Mahasiswa
23	Ainun	Perempuan	Mahasiswa
24	Rizkiani	Perempuan	IRT
25	Adi Wibowo	Laki-Laki	Cleaning Servis
26	Alma	Perempuan	Wiraswasta
27	Faisal	Laki-Laki	Wiraswasta

28	Sandi	Laki-Laki	Wiraswasta
29	Muh Rifai	Laki-Laki	Wiraswasta
30	Reza	Laki-Laki	Cleaning Servis
31	Asmira	Perempuan	Cleaning Servis
32	Asma	Perempuan	Cleaning Servis
33	Rahmi	Perempuan	Cleaning Servis
34	Yuyun	Perempuan	Cleaning Servis
35	Arfan	Laki-Laki	Mahasiswa
36	Hidayat	Laki-Laki	Mahasiswa
37	Hartina	Perempuan	Wiraswasta
38	Fajaruddin	Laki-Laki	Wiraswasta
39	Fatihah	Perempuan	Wiraswasta
40	Fauziah	Perempuan	Wiraswasta
41	Roswinarsi	Perempuan	Wiraswasta
42	Eva Anggraini	Perempuan	PNS
43	Devi Yaliani	Perempuan	PNS
44	Vini Alvia	Perempuan	PNS
45	Firda Safitri	Perempuan	PNS
46	Siska Nurynda	Perempuan	PNS
47	Nur Nisa	Perempuan	PNS
48	Muh Ilham	Laki-Laki	PNS
49	Muh Yasrin	Laki-Laki	PNS
50	Uswatun	Perempuan	Karyawan Swasta
51	Bintang	Perempuan	Karyawan Swasta
52	Gunawan	Laki-Laki	Karyawan Swasta
53	Cahyo	Laki-Laki	Karyawan Swasta

54	Anto	Laki-Laki	Karyawan Swasta
55	Fivin	Perempuan	Mahasiswa
56	Putri	Perempuan	Mahasiswa
57	Cahyani	Perempuan	Wiraswasta
58	Restu	Perempuan	Wiraswasta
59	Delvi	Perempuan	Wiraswasta
60	Neni	Perempuan	Wiraswasta

Lampiran III

Data Tabulasi

1. Variabel kualitas layanan

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL X1
1	5	4	5	4	4	5	27
2	4	4	4	4	3	4	23
3	4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	5	4	4	5	28
5	4	4	4	4	4	3	23
6	5	4	5	4	4	4	26
7	5	5	5	4	5	4	28
8	5	4	5	5	5	3	27
9	4	4	5	5	5	4	27
10	4	4	5	5	5	4	27
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	3	4	4	4	3	22
13	5	5	5	4	4	4	27
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	3	3	4	5	5	3	23
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	5	4	4	4	25
19	4	4	4	4	3	3	22
20	4	5	4	4	5	5	27
21	4	5	5	5	5	5	29
22	5	4	5	5	5	4	28
23	4	4	4	4	4	3	23
24	5	4	4	4	5	4	26
25	4	3	5	4	5	4	25
26	5	4	4	5	4	3	25
27	5	4	5	4	5	4	27
28	5	4	5	5	5	4	28
29	4	3	4	5	4	4	24
30	4	4	4	4	2	4	22
31	5	4	4	4	5	3	25
32	4	4	4	5	4	4	25
33	4	4	5	4	4	4	25
34	4	5	5	4	4	3	25
35	4	4	4	4	4	4	24

36	5	5	5	5	4	4	28
37	5	5	5	4	4	4	27
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	3	4	5	5	4	25
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	5	4	4	25
42	4	4	4	4	3	3	22
43	5	5	5	5	5	5	30
44	3	4	4	4	4	4	23
45	4	4	5	4	4	4	25
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	5	5	4	5	4	28
48	4	4	5	5	4	5	27
49	4	4	5	3	3	3	22
50	4	5	5	5	4	4	27
51	5	5	4	5	4	4	27
52	5	5	4	4	3	4	25
53	4	4	5	4	4	5	26
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	5	5	4	3	27
56	5	5	5	5	4	4	28
57	4	5	5	5	5	4	28
58	5	5	5	5	4	4	28
59	5	4	4	4	4	3	24
60	5	5	4	5	4	4	27

2. Variabel cita rasa

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL X2
1	5	3	4	4	5	5	26
2	4	4	3	4	4	4	23
3	4	4	4	4	5	5	26
4	5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	4	5	5	5	4	28

7	5	4	5	5	5	5	29
8	4	4	3	3	4	4	22
9	5	4	4	4	4	4	25
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	3	3	4	4	22
12	3	3	3	4	4	4	21
13	5	4	4	4	3	3	23
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	3	3	3	3	3	3	18
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	2	4	4	4	22
19	4	3	4	4	4	3	22
20	4	3	4	4	4	4	23
21	4	3	4	3	3	4	21
22	4	5	5	4	4	4	26
23	5	5	4	4	5	4	27
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	5	4	25
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	4	4	3	4	5	25
28	4	4	5	3	4	5	25
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	3	5	4	4	3	23
31	4	5	4	4	5	4	26
32	4	3	3	4	4	4	22

33	4	4	3	4	4	4	23
34	3	3	4	3	4	3	20
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	4	4	4	4	26
39	4	4	3	3	4	4	22
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	5	4	4	4	4	26
42	4	2	3	3	4	4	20
43	5	4	5	5	5	5	29
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	4	5	4	5	5	28
48	4	4	4	4	4	5	25
49	5	5	4	4	5	5	28
50	4	5	4	4	4	5	26
51	4	5	4	4	5	4	26
52	4	4	3	5	4	3	23
53	4	3	4	3	4	3	21
54	4	4	5	4	5	4	26
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	5	5	5	4	3	26
57	5	5	5	5	4	4	28
58	4	5	5	5	4	3	26

59	4	3	3	4	5	2	21
60	5	4	5	5	5	5	29

3. Variabel suasana café

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTAL_X3
1	4	5	5	4	5	5	5	5	38
2	4	4	3	3	3	3	4	4	28
3	5	5	4	4	5	5	5	5	38
4	5	3	3	3	3	3	5	5	30
5	4	4	4	4	5	4	4	5	34
6	4	4	4	4	4	3	4	4	31
7	5	5	4	5	5	4	4	5	37
8	5	5	4	5	5	4	4	5	37
9	4	4	3	4	4	3	4	4	30
10	4	4	5	5	4	5	5	5	37
11	4	4	5	5	5	4	4	5	36
12	4	4	4	5	5	4	4	5	35
13	4	3	4	4	4	4	4	5	32
14	5	3	4	4	5	5	5	5	36
15	3	4	3	3	4	4	3	3	27
16	5	4	4	5	4	5	4	4	35
17	4	4	4	4	4	3	4	4	31
18	4	4	3	4	4	4	3	4	30
19	5	3	5	4	3	3	5	5	33
20	4	3	2	3	4	4	4	5	29
21	3	3	4	2	3	3	5	4	27
22	4	4	3	3	3	4	3	3	27
23	4	4	4	2	5	2	4	4	29
24	4	3	3	3	4	4	4	3	28
25	3	3	3	3	3	2	4	5	26
26	4	4	3	4	3	4	4	3	29
27	4	4	3	3	4	3	4	4	29
28	4	3	3	2	3	4	4	4	27
29	3	3	3	3	3	3	4	4	26
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	4	3	3	4	3	4	4	4	29
32	4	4	3	3	4	3	4	4	29
33	5	4	4	3	5	4	4	5	34
34	4	4	3	4	4	4	4	4	31

35	5	4	4	4	4	4	4	5	34
36	4	4	3	3	3	3	4	4	28
37	2	5	2	5	4	3	3	3	27
38	4	4	3	4	4	3	3	4	29
39	4	4	3	4	4	4	4	4	31
40	5	5	4	5	5	4	5	5	38
41	3	3	3	4	3	3	3	3	25
42	5	4	3	4	4	4	4	4	32
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	5	5	5	4	5	5	5	5	39
45	4	3	4	4	4	4	4	4	31
46	4	4	4	4	4	4	3	4	31
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	4	3	4	3	4	3	4	3	28
49	4	3	3	3	3	4	3	3	26
50	4	4	4	3	4	4	4	4	31
51	4	3	4	3	4	4	3	4	29
52	3	3	3	3	3	3	3	3	24
53	3	3	3	3	3	3	4	3	25
54	4	4	5	5	4	3	4	5	34
55	4	2	4	4	4	4	4	4	30
56	3	4	4	2	4	3	3	4	27
57	4	4	3	4	3	4	4	3	29
58	4	5	5	4	3	4	5	5	35
59	5	4	3	5	5	4	5	5	36
60	3	3	4	4	4	5	3	4	30

4. Variabel kepuasan pelanggan

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	TOTAL Y
1	5	5	4	3	4	3	5	4	4	37
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	38
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39
5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	36
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
7	5	5	5	4	3	5	5	5	5	42
8	5	4	4	4	5	4	4	4	3	37

9	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	5	4	5	3	4	5	4	4	4	38
12	4	4	4	4	3	3	4	3	4	33
13	5	4	4	4	3	5	3	3	3	34
14	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	3	4	3	3	3	3	4	3	3	29
17	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
18	4	5	3	4	5	3	4	3	4	35
19	4	4	4	4	3	4	4	3	3	33
20	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
21	4	4	4	4	4	5	4	3	4	36
22	5	4	5	4	4	5	5	4	4	40
23	4	5	3	4	5	5	4	4	3	37
24	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
25	4	4	4	4	5	4	5	5	5	40
26	5	4	4	4	4	4	3	4	3	35
27	5	4	4	4	5	4	5	4	5	40
28	5	5	5	4	5	5	4	5	4	42
29	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
30	4	4	4	3	4	4	5	4	3	35
31	5	4	4	5	4	4	5	4	4	39
32	4	4	4	3	5	4	4	3	3	34
33	4	4	4	4	3	4	4	4	5	36
34	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34
35	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
38	5	5	4	5	3	4	4	4	4	38
39	4	3	4	3	4	4	4	3	3	32
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39
42	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
43	5	4	5	4	5	5	4	4	5	41
44	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
45	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
47	5	4	4	4	5	5	4	5	4	40
48	4	4	5	4	4	4	4	3	3	35
49	4	4	4	4	3	3	5	5	5	37

50	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
51	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
52	5	4	3	4	3	4	5	5	5	38
53	4	4	3	4	3	3	5	4	3	33
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
55	5	4	5	5	4	4	5	2	5	39
56	5	4	4	5	4	4	4	5	4	39
57	4	4	4	4	5	4	5	5	5	40
58	5	4	4	4	5	4	4	5	4	39
59	5	3	3	4	4	5	2	2	3	31
60	5	4	4	4	4	4	5	3	5	38

Lampiran IV

Hasil uji validitas dan reabilitas

1. Kualitas Layanan X1

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pelayanan	21.3167	3.440	.423	.631
pelayanan	21.4500	3.303	.439	.625
Pelayanan	21.1833	3.406	.516	.605
Pelayanan	21.3000	3.637	.351	.654
pelayanan	21.4833	3.305	.360	.657
Pelayanan	21.7667	3.402	.380	.646

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas pelayanan (X1)	,677	6

2.

ita Rasa X2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Cita rasa	20.1000	4.058	.586	.677
Cita rasa	20.3333	3.887	.462	.708
Cita rasa	20.3167	3.745	.509	.693
Cita rasa	20.3333	4.124	.495	.698
Cita rasa	20.1167	4.274	.483	.703
Cita rasa	20.3000	4.180	.364	.736

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Cita Rasa (X2)	,739	6

3. SUASNA CAFÉ X3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
suasana cafe	26.7333	12.470	.641	.815
suasana cafe	26.9833	13.135	.477	.834
suasana cafe	27.1333	12.592	.556	.825
suasana cafe	27.0333	12.236	.541	.828
suasana cafe	26.8333	12.209	.652	.813
suasana cafe	27.0333	12.948	.501	.832
suasana cafe	26.7833	13.122	.536	.827
suasana cafe	26.6000	11.905	.698	.806

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Suasana (X3)	,861	8

4. KEPUASAN PELANGGAN

Item-Total Statistics

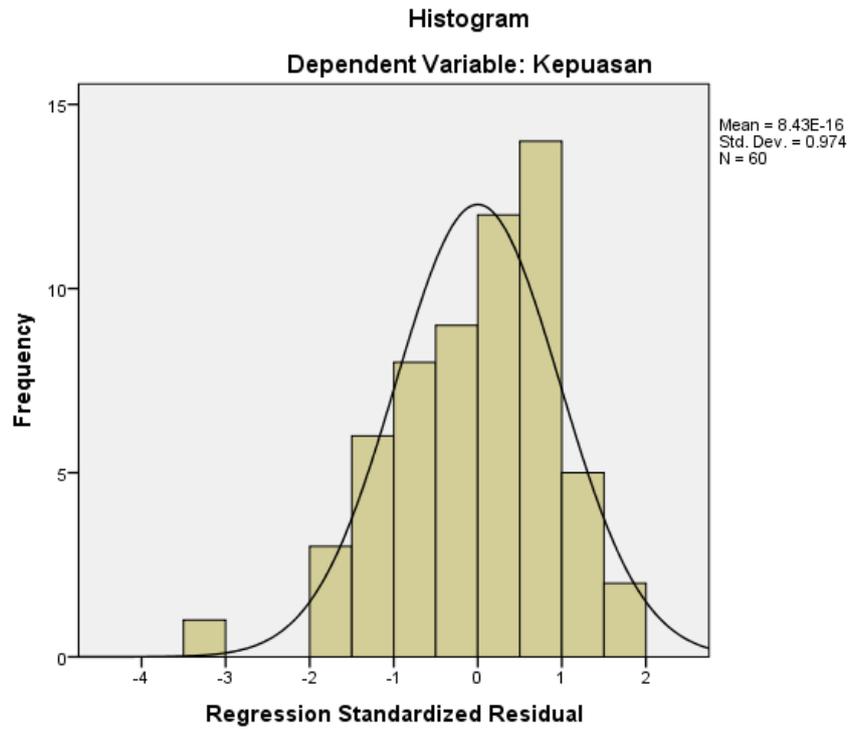
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan	32.1000	6.634	.482	.646
Kepuasan	32.4000	7.295	.326	.676
Kepuasan	32.4500	6.930	.410	.661
Kepuasan	32.5500	7.167	.321	.676
Kepuasan	32.4833	7.068	.230	.698
Kepuasan	32.4167	7.027	.313	.678
Kepuasan	32.3167	6.898	.350	.671
Kepuasan	32.6167	6.139	.462	.646
Kepuasan	32.5333	6.287	.441	.652

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kepuasan konsumen (Y)	,694	9

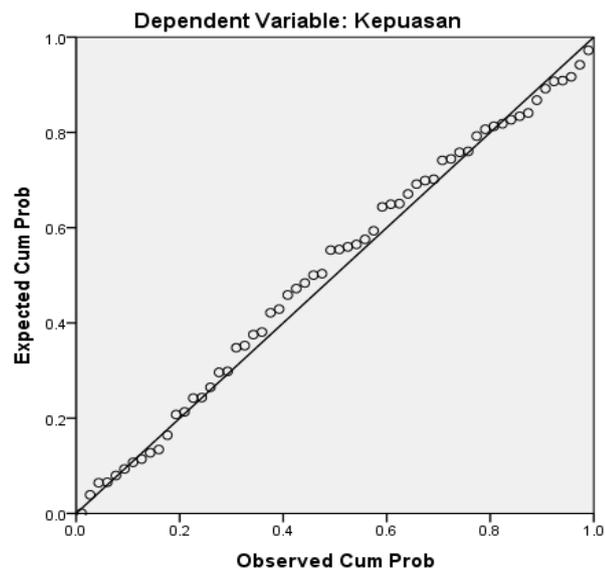
Lampiran V

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

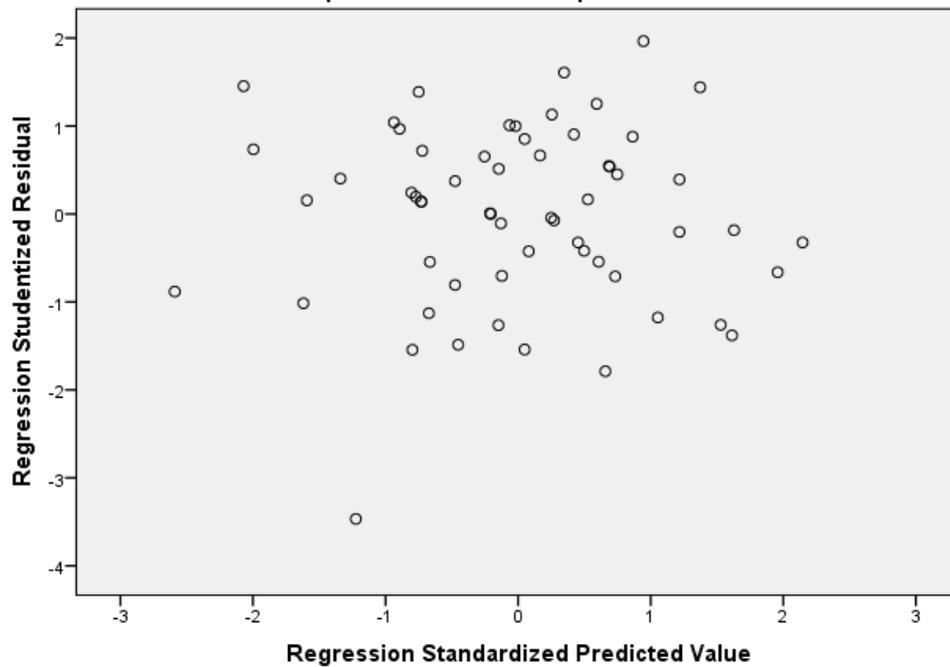
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.374	3.689		3.354	.001		
Layanan	.520	.113	.387	4.615	.000	.854	1.171
Cita rasa	.638	.103	.520	6.167	.000	.846	1.182
suasana cafe	-.155	.056	-.215	-2.745	.008	.982	1.018

a. Dependent Variable: Kepuasan

3. Hasil uji heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan



Lampiran VI

Hasil Uji Linear Regresi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.814 ^a	.663	.645	1.71946	1.801

a. Predictors: (Constant), suasana cafe, Pelayanan, Cita rasa

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.416	3	108.472	36.689	.000 ^b
	Residual	165.567	56	2.957		
	Total	490.983	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), suasana cafe, Pelayanan, Cita rasa

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.374	3.689		3.354	.001		
	Layanan	.520	.113	.387	4.615	.000	.854	1.171
	Cita rasa	.638	.103	.520	6.167	.000	.846	1.182
	suasana cafe	-.155	.056	-.215	-2.745	.008	.982	1.018

a. Dependent Variable: Kepuasan

LAMPIRAN VII

HASIL UJI HIPOTESIS

**1.
JI T**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.374	3.689		3.354	.001	
	Layanan	.520	.113	.387	4.615	.000	.854
	Cita rasa	.638	.103	.520	6.167	.000	.846
	suasana cafe	-.155	.056	-.215	-2.745	.008	.982

a. Dependent Variable: Kepuasan

**2.
JI F**

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.416	3	108.472	36.689	.000 ^b
	Residual	165.567	56	2.957		
	Total	490.983	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), suasana cafe, Pelayanan, Cita rasa

**3.
JI R**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.814 ^a	.663	.645	1.71946	1.801

a. Predictors: (Constant), suasana cafe, Pelayanan, Cita rasa

b. Dependent Variable: Kepuasan

DOKUMENTASI

Depan Café Binte Palu pada tanggal 24 Februari 2021



Suasana Dalam Café Binte pada tanggal 24 Februari 2021





Wawancara Pemilik Café Binté Palu pada tanggal 24 Februari 2021



Proses Pembagian Angket (Kuesioner) pada tanggal 24 Februari 2021





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama : Reni Anggreani
TTL : Palu, 18 Juli 1996
Alamat : Btn Palupi Indah Blok.d No.6
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Email : renisangkla32@gmail.com
No Hp : 082136604799

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2003-2009 : SD Inpres Kabuyu
2. Tahun 2009-2012 : SMP Negeri 5 Palu
3. Tahun 2012-2015 : SMK Negeri Al-Khairaat Palu
4. Tahun 2015-2021 : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu

C. PENGALAMAN ORGANISASI

- Kader UKM Muhibbul Riyadhah tahun 2016-2021