

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sidji Coffee

1) Sejarah Coffee Shop Sidji Coffee Kudus

Valerie Yudhistira Pramudya adalah *owner* Sidji Coffee. Coffee shop ini memiliki dua tempat usaha. Pertama, yaitu berlokasi di Jl. HM Subchan ZE No. 42 Janggalan Kudus yang merupakan hasil transformasi dari “Ada Auto” beroperasi disiang hari, kemudian pada malam hari beralih fungsi menjadi coffee shop. Lokasi kedua terletak di Getas Pejaten Kecamatan Jati Kudus.

Sidji Coffee merupakan salah satu kedai kopi populer di Kudus yang memiliki suasana *cozy* dan tempat ngopi yang kekinian yaitu terdapat spot-spot foto menarik, estetik dan *instagramable*. Sidji Coffee Space ini selalu memiliki beberapa tema konsep kedai dengan tujuan memberikan kesan baru kepada konsumennya agar tidak bosan. Konsep pertamanya adalah *black and white* yang memberikan kesan elegan, hangat dan mewah dari warna *monochrome*. Konsep kedua adalah *Jungle Land* yang memberikan kesan menarik bagi konsumennya agar membawa suasana ngopi di alam terbuka didukung dengan desain dan warnanya. Di tahun 2023 ini, Sidji Coffee Getas Pejaten sedang dalam tahap renovasi yang tentunya akan memberikan kejutan kepada konsumennya dengan menciptakan tempat yang memiliki suasana, konsep dan tema baru lagi.

Selain daya tarik tempat, suasana dan konsepnya, menu kopi Sidji Coffee ini menggunakan hasil Roasting sendiri (Robusta) dan menyajikan beberapa kopi Arabica. Tidak hanya kopi, Sidji Coffee juga menawarkan berbagai jenis minuman modern olahan non coffee seperti redvelvet, matcha latte dan lecy tea serta berbagai jenis makanan ringan dan makanan berat seperti *mix platter* dan nasi goreng.

- 2) Profil
- a) Nama Usaha : Sidji Coffee Space
 - b) Nama Pemilik : Valerie Yudhistira
Pramudya
 - c) Alamat : Jln Getas Pejaten Kec.
Jati Kab. Kudus
 - d) Nama Instagram : @sidjicoffeee
 - e) Situs Web : sidjicoffee.co.id/
 - f) Telepon : 082133865277
 - g) Email :
sidjicoffeespace@gmail.com
 - h) Jam Buka : 09.00 – 22.00 WIB
 - i) Daftar Menu

NO	MENU	HARGA
COFFEE		Rp 17.000
1	Americano	Rp 17.000
2	Caffe latte	Rp 17.000
3	Cappuccino	Rp 17.000
4	Kopi Susu Djadoel	Rp 17.000
5	Kopi Susu Regal	Rp 17.000
6	Coffeelatto	Rp 22.000
7	Vanila Latte	Rp 24.00
8	Caramel Latte	Rp 24.00
9	Hazelnut Latte	Rp 24.00
10	Rum Latte	Rp 24.00
MANUAL BREW		
1	V60	Rp 23.000
2	Vietnam Drip	Rp 23.000
NON COFFEE		
1	Susu Regal	Rp 16.000
2	Green Tea Latte	Rp 24.00
3	Taro Latte	Rp 24.00
4	Chocolate	Rp 24.00
5	Red Velvet	Rp 24.00
6	Milkshake Banana	Rp 17.000
7	Milkshake Strawberry	Rp 17.000
TEA		
1	Java Tea	Rp 24.00
2	Lychee Tea	Rp 22.000
3	Lemon Tea	Rp 24.00
4	Strawberry Tea	Rp 24.00

5	Thai Tea	Rp 24.00
6	Original Tea	Rp 14.00

MOCKTAIL

1	Yakultchee	Rp 18.000
2	Ocean Blue	Rp 18.000
3	Sunrise	Rp 18.000

MAIN COURSE

1	Nasi Goreng	Rp 24.00
2	Nasi Goreng Kari	Rp 22.000
3	Nasi Goreng Jakarta	Rp 24.00
4	Mie Godhog	Rp 24.00
5	Mie Goreng	Rp 24.00

CHICKEN

1	Chicken Burger	Rp 25.000
2	Chicken Katsu	Rp 25.000
3	Chicken Schintzel	Rp 34.00
4	Nasi Ayam Geprek	Rp 24.00

BEEF

1	Beef Katsu	Rp 27.000
2	Beef Stroganoff	Rp 34.00
3	Beef Burger	Rp 27.000
4	Nasi Rawon	Rp 34.00
5	Nasi Sop Buntut	Rp 35.000

SPAGHETTI

1	Carbonara	Rp 27.000
2	Bolognese	Rp 27.000
3	Aglia Olio	Rp 27.000

	Nasi Putih	Rp 5.000
--	------------	----------

SNACK

1	Mendoan	Rp 15.000
2	Onion Ring	Rp 15.000
3	Jamur Crispy	Rp 15.000
4	Rissole	Rp 14.000
5	Pisang Coklat	Rp 12.000
6	Pisang Goreng	Rp 12.000
7	Ropang Coklat	Rp 16.000
8	Tahu Bakso	Rp 18.000
9	Kentang Goreng	Rp 16.000
10	Kentang Keju	Rp 18.000
11	Mix Platter	Rp 22.000

b. Jahe Rempah Mbah Tolok

1) Sejarah Jahe Rempah Mbah Tolok

Jahe Rempah Mbah Tolok merupakan jenis usaha minuman tradisional yang didirikan oleh seorang *fresh graduate* mahasiswa dari Universitas Negeri Semarang yaitu oleh Danang Bayu Setyawan pada 10 Maret 2020. Lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok berada di Desa Jati Kulon Kecamatan Jati Kabupaten Kudus atau lebih dikenal dengan perempatan sempalan RS Mardi Rahayu. Alasan pemilihan lokasi tersebut karena dekat dengan salah satu *line mark / iconnic* Kota Kudus yaitu Tugu Adipura yang strategis sehingga mudah diingat dan dijangkau oleh masyarakat serta dekat dengan RS Mardi Rahayu yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar.

Latar belakang didirikannya usaha minuman tradisional Jahe Rempah Mbah Tolok ini adalah keinginan *owner* dalam membuka usaha yang dapat menjadi solusi dari keresahan masyarakat, dimana kebutuhan konsumsi minuman dipenuhi dengan kedai-kedai kopi bagi anak muda dan minimnya tempat nongkrong yang menunya sesuai bagi orang tua yaitu rempah-rempah.

Jahe Rempah Mbah Tolok yang awalnya hanya menawarkan berbagai jenis minuman rempah-rempah tradisional saja, kini menambah variasi minuman rempah tersebut yang dikombinasikan dengan varian rasa redvelvet dan matcha, seperti jahe redvelvet dan jahe matcha. Selain itu, semua menu minuman dapat dicustom sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen misalnya, jahe temulawak kapulaga dan kayu secang.

Kualitas menu dan pelayanan Jahe Rempah Mbah Tolok sangat diutamakan demi memberi kepuasan kepada para konsumennya. Namun, fasilitas yang diberikan memang sengaja tidak disediakan Wifi agar konsumen yang datang bisa bergantian. Adapun strategi promosi yang dilakukan yaitu menggunakan dua metode yaitu, promosi tradisional melalui

perbincangan orang-orang dan promosi modern melalui media sosial seperti facebook dan instagram dengan mengunggah foto atau video yang menjadi daya tarik orang yang melihat. Adanya strategi yang dijalankan tersebut membuat pasar jahe rempah mbah tolok tidak hanya dikhususkan bagi orang tua, tetapi juga di kalangan anak muda.

2) Profil

- a) Nama Usaha : Jahe Rempah Mbah Tolok
 b) Nama Pemilik : Danang Bayu Setyawan
 c) Alamat : Desa Jati Kulon Kec. Jati Kab. Kudus
 d) Nama Instagram : @jaherempah_mbahtolok
 e) Telepon : 082137190225
 f) Jam Buka : 13.00 – 04.0 WIB
 g) Daftar Menu

NO	MENU	HARGA
1	Jahe Rempah	Rp 8.500
2	Jahe Rempah Ucil	Rp 8.500
3	Jahe Rempah Susu	Rp 9.500
4	Jahe Kencur	Rp 6.500
5	Jahe Temu Lawak	Rp 6.500
6	Jahe Jeruk	Rp 6.500
7	Jahe Kunir	Rp 6.500
8	Jahe Susu	Rp 6.500
9	Jahe Teh	Rp 6.500
10	Jahe Murni	Rp 5.500
11	Jahe Kopi	Rp 5.500
12	Jahe Sereh	Rp 6.500
13	Jahe Scang	Rp 6.500
14	Jahe Kayu Rapet	Rp 6.500
15	Jahe Alang – Alang	Rp 6.500
16	Jahe Daun Kelor	Rp 6.500
17	Jahe Kopi Susu	Rp 7.500
18	Jahe Daun Jati Cina	Rp 6.500
19	Jahe Akar Purwoceng	Rp 6.500
20	Jahe/Ori Matcha	Rp 9.500
21	Jahe/Ori Redvelvet	Rp 9.500
22	Jahe/Ori Strawberry	Rp 9.500

23	Jahe/Ori Vanilla Oreo	Rp 9.500
24	Jahe/Ori Dark Choco	Rp 9.500
25	STMJ	Rp 15.500
26	STMJ Rempah	Rp 18.500
27	Es/Teh	Rp 3.000
28	Es/Susu	Rp 4.000
29	Es/Jeruk	Rp 4.000
30	Es/Teh Kampul	Rp 4.000
31	Teh Susu	Rp 4.000
32	Teh Sereh	Rp 4.000
33	Teh Rosella	Rp 4.000
34	Kopi Muria	Rp 4.000
35	Kopi Rempah	Rp 9.500
36	Soda Rempah	Rp 9.000
37	Wedang Ronde	Rp 7.000
38	Wedang Roti	Rp 7.000
39	Wedang Uwuh	Rp 8.500
Tambahan		
1	Susu	Rp 1.500
2	Madu	Rp 7.000
3	Telur	Rp 3.000

Menu bisa di custom

2. Gambaran Umum Responden

Peneliti menggunakan responden dari konsumen Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok. Deskripsi Responden disajikan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan persepsi responden sehingga dapat memberikan informasi sebagai data terkait penelitian penulis. Terdapat empat deskripsi karakteristik responden yang diambil oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin Responden

Data penelitian penulis mengenai jenis kelamin responden pada Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok, yaitu:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok

Jenis Kelamin					
		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	31	31.0	31.0	31.0
	Perempuan	69	69.0	69.0	104.
	Total	100	104.	104.	

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas total responden Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok sebanyak 100 orang. Jumlah frekuensi responden paling banyak berjenis kelamin perempuan yaitu 69 (69%) orang sedangkan responden laki-laki berjumlah 31 orang (31%)

b. Usia Responden

Data penelitian penulis mengenai usia responden pada Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok, yaitu:

Tabel 4.2 Usia Responden Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok

Usia					
		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	11	11.0	11.0	11.0
	21 - 25 Tahun	85	85.0	85.0	96.0
	> 25 Tahun	4	4.0	4.0	104.
	Total	100	104.	104.	

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas total responden Sidji Coffe dan Jahe Rempah Mbah Tolok sebanyak 100 responden, terdiri dari (11%) dengan usia <20 tahun, (85%) dengan usia 21-25 tahun dan (4%) dengan usia >25 tahun.

c. Pendidikan Responden

Data penelitian penulis mengenai pendidikan terakhir responden pada Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok, yaitu:

Tabel 4.3 Pendidikan Responden Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA Sederajat	31	31.0	31.0	31.0
	Perguruan Tinggi	69	69.0	69.0	104.
	Total	100	104.	104.	

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas total responden Sidji Coffe dan Jahe Rempah Mbah Tolok sebanyak 100 responden, terdiri dari 0 (0%) responden berpendidikan SD Sederajat, 0 (0%) responden berpendidikan SMP Sederajat, 31 (31%) responden yang berpendidikan SMA Sederajat dan 69 (69%) responden yang berpendidikan Perguruan Tinggi.

d. Profesi Responden

Data penelitian penulis mengenai profesi responden pada Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok, yaitu:

Tabel 4.4 Profesi Responden Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok

Profesi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	73	73.0	73.0	73.0
	Wiraswasta	6	6.0	6.0	79.0
	Pegawai Swasta	10	14.	14.	89.0
	Ibu Rumah Tangga	2	2.0	2.0	91.0
	Lain-lain	9	9.0	9.0	104.
	Total	100	104.	104.	

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas total responden Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok sebanyak 100

responden, terdiri dari 73 (73%) pelajar / mahasiswa, 6 (6%) responden yang berprofesi sebagai wiraswasta, 0 (0%) responden yang berprofesi sebagai PNS, 10 (10%) responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta, 2 (2%) responden sebagai ibu rumah tangga dan 9 (9%) responden yang berprofesi lain-lain.

3. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Hasil jawaban responden dalam mengisi angket mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan penulis yaitu sebagai berikut:

a. Sidji Coffee

1) Variabel Lokasi

Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Variabel Lokasi Pada Responden Sidji Coffee

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
1	0	0%	3	3%	18	18%	54	54%	25	25%
2	2	2%	2	2%	21	21%	53	53%	22	22%
3	1	1%	1	1%	36	36%	42	42%	20	20%
4	0	0%	2	2%	22	22%	47	47%	29	29%
5	2	2%	4	4%	19	19%	54	54%	21	21%
6	0	0%	0	0%	10	10%	62	62%	28	28%
7	0	0%	6	6%	28	28%	46	46%	20	20%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil jawaban responden berdasarkan tabel tersebut mengenai lokasi pada Sidji Coffee, yaitu:

- a) Pernyataan bahwa lokasi Sidji Coffee merupakan lokasi yang sering dilalui dan mudah dijangkau sarana transportasi. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 3%, netral (N) sebanyak 18%, setuju (S) sebanyak 54% dan sangat setuju (SS) sebanyak 25%.
- b) Pernyataan bahwa lokasi Sidji Coffee dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 21%, setuju (S) sebanyak 53% dan sangat setuju (SS) sebanyak 22%.

- c) Pernyataan bahwa terdapat lahan kosong yang akan digunakan untuk ekspansi atau perluasan usaha dikemudian hari. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 1%, netral (N) sebanyak 36%, setuju (S) sebanyak 42% dan sangat setuju (SS) sebanyak 20%.
- d) Pernyataan bahwa lokasi Sidji Coffee menyediakan tempat parkir yang cukup luas dan aman. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 22%, setuju (S) sebanyak 47% dan sangat setuju (SS) sebanyak 29%.
- e) Pernyataan bahwa arah lalu lintas Sidji Coffee lancar. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2%, tidak setuju (TS) sebanyak 4%, netral (N) sebanyak 19%, setuju (S) sebanyak 54% dan sangat setuju (SS) sebanyak 21%.
- f) Pernyataan bahwa Sidji Coffee memiliki suasana lingkungan yang sangat nyaman dan mendukung produk yang ditawarkan. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 0%, netral (N) sebanyak 10%, setuju (S) sebanyak 62% dan sangat setuju (SS) sebanyak 28%.
- g) Pernyataan bahwa usaha sejenis disekitarnya tidak menjadi pesaing dan tidak merugikan Sidji Coffee. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 6%, netral (N) sebanyak 28%, setuju (S) sebanyak 46% dan sangat setuju (SS) sebanyak 20%.

2) Variabel Fasilitas

Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Variabel Fasilitas Pada Responden Sidji Coffee

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
1	0	0%	2	2%	11	11%	60	60%	27	27%
2	0	0%	0	0%	9	9%	58	58%	33	33%
3	0	0%	2	2%	9	9%	55	55%	34	34%
4	0	0%	1	1%	19	19%	50	50%	30	30%

5	0	0%	2	2%	15	15%	47	47%	36	36%
6	0	0%	2	2%	11	11%	55	55%	32	32%
7	0	0%	1	1%	13	13%	55	55%	31	31%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil jawaban responden berdasarkan tabel tersebut mengenai fasilitas pada Sidji Coffee, yaitu:

- a) Pernyataan bahwa Sidji Coffee memiliki bentuk dan luas bangunan yang nyaman bagi konsumen. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 11%, setuju (S) sebanyak 60% dan sangat setuju (SS) sebanyak 27%.
- b) Pernyataan bahwa Sidji Coffee memiliki penataan ruang yang bersih dan direncanakan dengan baik. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 0%, netral (N) sebanyak 9%, setuju (S) sebanyak 58% dan sangat setuju (SS) sebanyak 33%.
- c) Pernyataan bahwa Sidji Coffee memiliki sirkulasi udara ruangan yang baik dan bersih. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 9%, setuju (S) sebanyak 55% dan sangat setuju (SS) sebanyak 34%.
- d) Pernyataan bahwa Sidji Coffee menyediakan nomor antrian konsumen secara teratur. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 1%, netral (N) sebanyak 19%, setuju (S) sebanyak 50% dan sangat setuju (SS) sebanyak 30%.
- e) Pernyataan bahwa Sidji Coffee memiliki pencahayaan lampu yang dapat mendukung aktivitas konsumen. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 15%, setuju (S) sebanyak 47% dan sangat setuju (SS) sebanyak 36%.
- f) Pernyataan bahwa Sidji Coffee memiliki warna ruangan yang membuat kesan rileks bagi konsumen. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS)

sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 11%, setuju (S) sebanyak 55% dan sangat setuju (SS) sebanyak 32%.

- g) Pernyataan bahwa Fasilitas yang ditawarkan Sidji Coffee sangat lengkap seperti tempat ibadah, toilet, WiFi dan Ruangan ber-AC. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 1%, netral (N) sebanyak 13%, setuju (S) sebanyak 55% dan sangat setuju (SS) sebanyak 31%.

3) Variabel Preferensi Konsumen

Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Variabel Preferensi Konsumen Pada Responden Sidji Coffee

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
1	0	0%	1	1%	24	24%	55	55%	20	20%
2	0	0%	3	3%	10	10%	61	61%	26	26%
3	1	1%	5	5%	20	20%	55	55%	19	19%
4	0	0%	2	2%	14	14%	58	58%	26	26%
5	0	0%	0	0%	8	8%	57	57%	35	35%
6	0	0%	3	3%	10	10%	55	55%	32	32%
7	1	1%	0	0%	11	11%	58	58%	30	30%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil jawaban responden berdasarkan tabel tersebut mengenai preferensi konsumen pada Sidji Coffee, yaitu:

- a) Pernyataan bahwa harga yang ditawarkan Sidji Coffee menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 1%, netral (N) sebanyak 24%, setuju (S) sebanyak 55% dan sangat setuju (SS) sebanyak 20%.
- b) Pernyataan bahwa kualitas pelayanan dalam menyiapkan makanan dengan cepat dan higienis yang diberikan Sidji Coffee menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 3%,

netral (N) sebanyak 10%, setuju (S) sebanyak 61% dan sangat setuju (SS) sebanyak 26%.

- c) Pernyataan bahwa merek atau nama menu Sidji Coffee menjadi daya tarik konsumen dalam melakukan pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 5%, netral (N) sebanyak 20%, setuju (S) sebanyak 55% dan sangat setuju (SS) sebanyak 19%.
- d) Pernyataan bahwa suasana Sidji Coffee merupakan salah satu preferensi konsumen dalam memilih tempat pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 14%, setuju (S) sebanyak 58% dan sangat setuju (SS) sebanyak 26%.
- e) Pernyataan bahwa lingkungan yang bersih, tatanan meja kursi yang rapi, lahan parkir yang luas, pernak pernik yang bagus dan desain terior ruangan menciptakan daya tarik suasana di Sidji Coffee. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 0%, netral (N) sebanyak 8%, setuju (S) sebanyak 57% dan sangat setuju (SS) sebanyak 35%.
- f) Pernyataan bahwa Pilihan menu Sidji Coffee yang beragam merupakan salah satu preferensi konsumen dalam memilih tempat pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 3%, netral (N) sebanyak 10%, setuju (S) sebanyak 55% dan sangat setuju (SS) sebanyak 32%.
- g) Pernyataan bahwa Penyajian menu *fresh* dan hangat yang diberikan Sidji Coffee merupakan salah satu preferensi konsumen dalam memilih tempat pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 0%, netral (N) sebanyak 11%, setuju (S) sebanyak 58% dan sangat setuju (SS) sebanyak 30%.

b. Jahe Rempah Mbah Tolok

1) Variabel Lokasi

Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Variabel Lokasi Pada Responden Jahe Rempah Mbah Tolok

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
1	1	1%	0	0%	14	14%	43	43%	42	42%
2	0	0%	0	0%	12	12%	52	52%	36	36%
3	1	1%	4	4%	17	17%	52	52%	26	26%
4	0	0%	3	3%	26	26%	42	42%	29	29%
5	1	1%	2	2%	17	17%	53	53%	27	27%
6	0	0%	3	3%	22	22%	50	50%	25	25%
7	0	0%	3	3%	15	15%	54	54%	28	28%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil jawaban responden berdasarkan tabel tersebut mengenai lokasi pada Jahe Rempah Mbah Tolok, yaitu:

- a) Pernyataan bahwa lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok merupakan lokasi yang sering dilalui dan mudah dijangkau sarana transportasi. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 0%, netral (N) sebanyak 14%, setuju (S) sebanyak 43% dan sangat setuju (SS) sebanyak 42%.
- b) Pernyataan bahwa lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 0%, netral (N) sebanyak 12%, setuju (S) sebanyak 52% dan sangat setuju (SS) sebanyak 36%.
- c) Pernyataan bahwa terdapat lahan kosong yang akan digunakan untuk ekspansi atau perluasan usaha dikemudian hari. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 4%, netral (N) sebanyak 17%, setuju (S) sebanyak 52% dan sangat setuju (SS) sebanyak 26%.
- d) Pernyataan bahwa lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok menyediakan tempat parkir yang cukup luas dan aman. Responden menjawab sangat tidak

setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 3%, netral (N) sebanyak 26%, setuju (S) sebanyak 42% dan sangat setuju (SS) sebanyak 29%.

- e) Pernyataan bahwa arah lalu lintas Jahe Rempah Mbah Tolok lancar. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 17%, setuju (S) sebanyak 53% dan sangat setuju (SS) sebanyak 27%.
- f) Pernyataan bahwa Jahe Rempah Mbah Tolok memiliki suasana lingkungan yang sangat nyaman dan mendukung produk yang ditawarkan. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 3%, netral (N) sebanyak 22%, setuju (S) sebanyak 50% dan sangat setuju (SS) sebanyak 25%.
- g) Pernyataan bahwa usaha sejenis disekitarnya tidak menjadi pesaing dan tidak merugikan Jahe Rempah Mbah Tolok. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 3%, netral (N) sebanyak 15%, setuju (S) sebanyak 54% dan sangat setuju (SS) sebanyak 28%.

2) Variabel Fasilitas

Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Variabel Fasilitas Pada Responden Jahe Rempah Mbah Tolok

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
1	1	1%	4	4%	27	27%	46	46%	22	22%
2	1	1%	6	6%	25	25%	52	52%	16	16%
3	1	1%	1	1%	21	21%	59	59%	18	18%
4	1	1%	5	5%	20	20%	52	52%	22	22%
5	0	0%	2	2%	21	21%	58	58%	19	19%
6	0	0%	5	5%	29	29%	48	48%	18	18%
7	0	0%	13	13%	33	33%	39	39%	15	15%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil jawaban responden berdasarkan tabel tersebut mengenai fasilitas pada Jahe Rempah Mbah Tolok, yaitu:

- a) Pernyataan bahwa Jahe Rempah Mbah Tolok memiliki bentuk dan luas bangunan yang nyaman bagi konsumen. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 4%, netral (N) sebanyak 27%, setuju (S) sebanyak 46% dan sangat setuju (SS) sebanyak 22%.
- b) Pernyataan bahwa Jahe Rempah Mbah Tolok memiliki penataan ruang yang bersih dan direncanakan dengan baik. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 6%, netral (N) sebanyak 25%, setuju (S) sebanyak 52% dan sangat setuju (SS) sebanyak 16%.
- c) Pernyataan bahwa Jahe Rempah Mbah Tolok memiliki sirkulasi udara ruangan yang baik dan bersih. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 1%, netral (N) sebanyak 21%, setuju (S) sebanyak 59% dan sangat setuju (SS) sebanyak 18%.
- d) Pernyataan bahwa Jahe Rempah Mbah Tolok menyediakan nomor antrian konsumen secara teratur. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 5%, netral (N) sebanyak 20%, setuju (S) sebanyak 52% dan sangat setuju (SS) sebanyak 22%.
- e) Pernyataan bahwa Jahe Rempah Mbah Tolok memiliki pencahayaan lampu yang dapat mendukung aktivitas konsumen. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 21%, setuju (S) sebanyak 58% dan sangat setuju (SS) sebanyak 19%.
- f) Pernyataan bahwa Jahe Rempah Mbah Tolok memiliki warna ruangan yang membuat kesan rileks bagi konsumen. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 5%, netral (N) sebanyak

29%, setuju (S) sebanyak 48% dan sangat setuju (SS) sebanyak 18%.

- g) Pernyataan bahwa Fasilitas yang ditawarkan Jahe Rempah Mbah Tolok sangat lengkap seperti tempat ibadah, toilet, WiFi dan Ruang ber-AC. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 13%, netral (N) sebanyak 33%, setuju (S) sebanyak 39% dan sangat setuju (SS) sebanyak 15%.

3) Variabel Preferensi Konsumen

Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Variabel Preferensi Konsumen Pada Responden Jahe Rempah Mbah Tolok

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
1	1	1%	2	2%	15	15%	57	57%	25	25%
2	0	0%	0	0%	18	18%	60	60%	22	22%
3	0	0%	1	1%	22	22%	50	50%	27	27%
4	0	0%	1	1%	25	25%	53	53%	21	21%
5	1	1%	2	2%	23	23%	54	54%	20	20%
6	0	0%	2	2%	16	16%	53	53%	29	29%
7	0	0%	1	1%	14	14%	55	55%	30	30%

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Hasil jawaban responden berdasarkan tabel tersebut mengenai preferensi konsumen pada Jahe Rempah Mbah Tolok, yaitu:

- a) Pernyataan bahwa harga yang ditawarkan Jahe Rempah Mbah Tolok menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 15%, setuju (S) sebanyak 57% dan sangat setuju (SS) sebanyak 25%.
- b) Pernyataan bahwa kualitas pelayanan dalam menyiapkan makanan dengan cepat dan higienis yang diberikan Jahe Rempah Mbah Tolok menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS)

sebanyak 0%, netral (N) sebanyak 18%, setuju (S) sebanyak 60% dan sangat setuju (SS) sebanyak 22%.

- c) Pernyataan bahwa merek atau nama menu Jahe Rempah Mbah Tolok menjadi daya tarik konsumen dalam melakukan pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 1%, netral (N) sebanyak 22%, setuju (S) sebanyak 50% dan sangat setuju (SS) sebanyak 27%.
- d) Pernyataan bahwa suasana Jahe Rempah Mbah Tolok merupakan salah satu preferensi konsumen dalam memilih tempat pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 1%, netral (N) sebanyak 25%, setuju (S) sebanyak 53% dan sangat setuju (SS) sebanyak 21%.
- e) Pernyataan bahwa lingkungan yang bersih, tatanan meja kursi yang rapi, lahan parkir yang luas, pernak pernik yang bagus dan desain terior ruangan menciptakan daya tarik suasana di Jahe Rempah Mbah Tolok. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 23%, setuju (S) sebanyak 54% dan sangat setuju (SS) sebanyak 20%.
- f) Pernyataan bahwa Pilihan menu Jahe Rempah Mbah Tolok yang beragam merupakan salah satu preferensi konsumen dalam memilih tempat pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 2%, netral (N) sebanyak 16%, setuju (S) sebanyak 53% dan sangat setuju (SS) sebanyak 29%.
- g) Pernyataan bahwa Penyajian menu *fresh* dan hangat yang diberikan Jahe Rempah Mbah Tolok merupakan salah satu preferensi konsumen dalam memilih tempat pembelian. Responden menjawab sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0%, tidak setuju (TS) sebanyak 1%, netral (N) sebanyak 14%, setuju (S) sebanyak 55% dan sangat setuju (SS) sebanyak 30%.

4. Hasil Uji Instrument

a. Uji Validitas Responden

Uji validitas merupakan uji coba pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan penelitian yang diajukan peneliti dan valid.¹ Uji validitas item adalah uji instrumen data untuk mengetahui seberapa validnya item-item yang dikalkulasi. Pengambilan keputusan validitas didasarkan jika nilai r hitung diatas r tabel maka item pertanyaan kuesioner dikatakan valid.² Berdasarkan uji instrumen dengan 30 responden di luar sampel maka diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut:

1) Sidji Coffee

Hasil uji validitas responden pada Sidji Coffee yaitu:

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Sidji Coffee

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation (r hitung)</i>	r Tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.1	0,806	0,361	Valid
	X1.2	0,515	0,361	Valid
	X1.3	0,734	0,361	Valid
	X1.4	0,623	0,361	Valid
	X1.5	0,629	0,361	Valid
	X1.6	0,644	0,361	Valid
	X1.7	0,579	0,361	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0,728	0,361	Valid
	X2.2	0,834	0,361	Valid
	X2.3	0,683	0,361	Valid
	X2.4	0,705	0,361	Valid
	X2.5	0,837	0,361	Valid
	X2.6	0,885	0,361	Valid
	X2.7	0,822	0,361	Valid
Preferensi	Y.1	0,855	0,361	Valid
Konsumen	Y.2	0,767	0,361	Valid

¹ Syafrida Hafni Sahir, Metodologi Penelitian (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf>

² Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 101.

(Y)	Y.3	0,877	0,361	Valid
	Y.4	0,918	0,361	Valid
	Y.5	0,897	0,361	Valid
	Y.6	0,845	0,361	Valid
	Y.7	0,682	0,361	Valid

Sumber : Output SPSS yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas mengenai uji validitas responden pada Sidji Coffee bahwa nilai r hitung pada semua item diatas r tabel. Seluruh item variabel X (independen) yaitu lokasi dan fasilitas terhadap item variabel Y (dependen) yaitu preferensi konsumen dapat dikatakan valid.

2) Jahe Rempah Mbah Tolok

Hasil uji validitas responden pada Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu:

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Jahe Rempah Mbah Tolok

Variabel	Item	Corrected Item- Total Correlation (r hitung)	r Tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.1	0,792	0,361	Valid
	X1.2	0,621	0,361	Valid
	X1.3	0,77	0,361	Valid
	X1.4	0,918	0,361	Valid
	X1.5	0,864	0,361	Valid
	X1.6	0,757	0,361	Valid
	X1.7	0,847	0,361	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0,805	0,361	Valid
	X2.2	0,907	0,361	Valid
	X2.3	0,854	0,361	Valid
	X2.4	0,707	0,361	Valid
	X2.5	0,874	0,361	Valid
	X2.6	0,939	0,361	Valid
	X2.7	0,74	0,361	Valid
Preferensi Konsumen (Y)	Y.1	0,822	0,361	Valid
	Y.2	0,883	0,361	Valid
	Y.3	0,833	0,361	Valid
	Y.4	0,803	0,361	Valid
	Y.5	0,777	0,361	Valid

	Y.6	0,921	0,361	Valid
	Y.7	0,818	0,361	Valid

Sumber : Output SPSS yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas mengenai uji validitas responden pada Jahe Rempah Mbah Tolok bahwa nilai r hitung pada semua item diatas r tabel. Seluruh item variabel X (independen) yaitu lokasi dan fasilitas terhadap item variabel Y (dependen) yaitu preferensi konsumen dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Responden

Reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur kekonsistenan jawaban responden yang dinyatakan dalam bentuk angka sebagai keofisiensi, semakin tinggi koefisien maka reliabilitas atau konsistensi jawaban responden tinggi.³ Uji reliabilitas menggunakan SPSS Versi 26. SPSS variabel dapat dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka variabel penelitian dinyatakan tidak reliabel.⁴ Uji reabilitas dari instrumen penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%. Berdasarkan uji instrumen dengan 30 responden diluar sampel maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Sidji Coffee

Hasil uji reliabilitas responden pada Sidji Coffee yaitu:

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Sidji Coffee

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Lokasi	7 Item	0,748	<i>Reliabel</i>
Fasilitas	7 Item	0,893	<i>Reliabel</i>
Preferensi Konsumen	7 Item	0,926	<i>Reliabel</i>

Sumber : Output SPSS yang diolah, 2023

³ Syafrida Hafni Sahir, Metodologi Penelitian (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf>

⁴ Wiratna Sujarweni, *Statistik Untuk Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015),175

Hasil uji reliabilitas pada tabel tersebut diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sehingga variabel lokasi (X1), fasilitas (X2) dan preferensi konsumen (Y) pada Sidji Coffee dapat dinyatakan reliabel.

- 2) Jahe Rempah Mbah Tolok
Hasil uji reliabilitas responden pada Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu:

Tabel 4.14 Hasil Uji Relibilitas Jahe Rempah Mbah Tolok

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Lokasi	7 Item	0,902	<i>Reliabel</i>
Fasilitas	7 Item	0,918	<i>Reliabel</i>
Preferensi Konsumen	7 Item	0,927	<i>Reliabel</i>

Sumber : Output SPSS yang diolah, 2023

Hasil uji reliabilitas pada tabel tersebut diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sehingga variabel lokasi (X1), fasilitas (X2) dan preferensi konsumen (Y) pada Jahe Rempah Mbah Tolok dapat dinyatakan reliabel.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

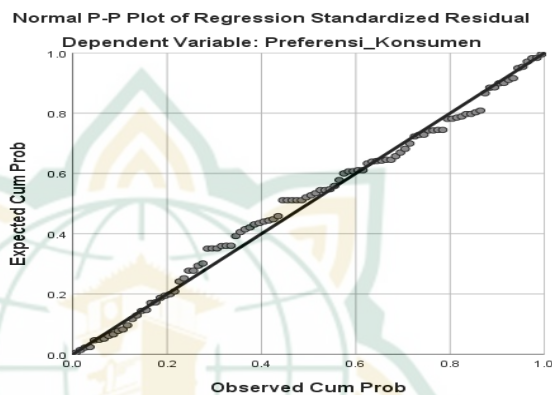
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data variabel independen dan variabel dependen yang akan digunakan dalam penelitian. Nilai residual dapat dilihat menggunakan *P Plot of Regression Standardized Residual* dengan melihat kurva lonceng dikatakan berdistribusi normal jika titik-titiknya menyebar mengikuti dan mendekati garis diagonal. Selain itu, dasar pengambilan keputusan uji normalitas juga dapat menggunakan uji *one-sample kolmogorov-Sminov Test* Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersdistribusi normal dan Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka, hipotesis ditolak karena data

tidak terdistribusi normal.⁵ Penulis menggunakan *P Plot of Regression Standardized Residual* sebagai analisis uji normalitas penelitian ini.

1) Sidji Coffee

Uji normalitas pada Sidji Coffee yaitu:

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Sidji Coffee



Sumber : Output SPSS yang diolah, 2023

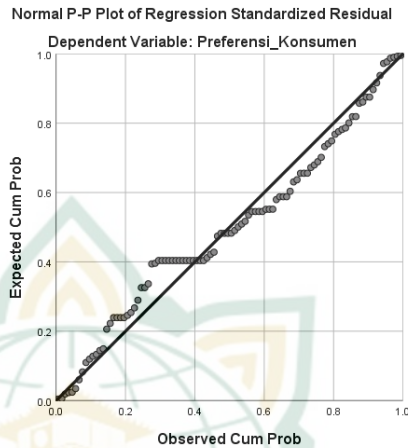
Hasil dari uji normalitas berdasarkan analisis grafik yang dilihat dari *Probability Plot (P-Plot)* pada Sidji Coffee yaitu data menyebar disekitar garis diagonal dan mendekati arah garis diagonal, maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Jahe Rempah Mbah Tolok

Uji Normalitas pada Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu:

⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafrida.pdf>

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Jahe Rempah Mbah Tolok



Sumber : Output SPSS yang diolah, 2023

Hasil dari uji normalitas berdasarkan analisis grafik yang dilihat dari *Probability Plot (P-Plot)* pada Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu data menyebar disekitar garis diagonal dan mendekati arah garis diagonal, maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ada atau tidak ditemukannya korelasi antar variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas yaitu jika *tolerance (TOL)* > 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dan jika nilai *variance inflation factor (VIF)* < 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁶ Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini yaitu:

1) Sidji Coffee

Uji Multikolinieritas pada Sidji Coffee yaitu:

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 108.

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas Sidji Coffee

Variabel	Tolerance	VIF
Lokasi	0,802	1,247
Fasilitas	0,802	1,247

Sumber : Output SPSS yang diolah, 2023

Uji multikolinieritas pada Sidji Coffee didapatkan hasil yaitu:

Pertama, nilai tolerance variabel lokasi (X1) sebesar 0,802 lebih besar dari $>0,1$ dan nilai VIF variabel lokasi (X1) sebesar 1,247 lebih kecil dari $<10,00$ yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Kedua, nilai tolerance variabel fasilitas (X2) sebesar 0,802 lebih besar dari $>0,1$ dan nilai VIF variabel fasilitas (X2) sebesar 1,247 lebih kecil dari $<10,00$ yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel pada Sidji Coffee tidak terjadi multikolinieritas.

2) Jahe Rempah Mbah Tolok

Uji Multikolinieritas pada Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu:

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas Jahe Rempah Mbah Tolok

Variabel	Tolerance	VIF
Lokasi	0,700	1,429
Fasilitas	0,700	1,429

Sumber : Output SPSS yang diolah, 2023

Uji multikolinieritas pada Jahe Rempah Mbah Tolok didapatkan hasil yaitu:

Pertama, nilai tolerance variabel lokasi (X1) sebesar 0,700 lebih besar dari $>0,1$ dan nilai VIF variabel lokasi (X1) sebesar 1,429 lebih kecil dari $<10,00$ yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Kedua, nilai tolerance variabel fasilitas (X2) sebesar 0,700 lebih besar dari $>0,1$ dan nilai VIF variabel fasilitas (X2) sebesar 1,429 lebih kecil dari $<10,00$ yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel pada Jahe Rempah Mbah Tolok tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi mengenai ada atau tidak kesamaan varian dari residual antar pengamatan satu ke pengamatan lain. Jika varian pengamatan satu ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas dan jika pengamatan satu ke pengamatan lain sama disebut homokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan uji glejser yaitu jika nilai signifikansi $< 0,05$ terjadi heteroskedastisitas. Dan jika nilai signifikansi $> 0,05$ tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷ Penelitian ini menggunakan uji glejser dengan hasil sebagai berikut:

1) Sidji Coffee

Uji heteroskedastisitas pada Sidji Coffee yaitu:

Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Sidji Coffee

Variabel	Sig	Batas
Lokasi	0,697	$>0,05$
Fasilitas	0,108	$>0,05$

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas pada Sidji Coffee yaitu:

Nilai sig variabel lokasi (X1) sebesar 0,679 lebih besar dari $>0,05$ yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai sig variabel fasilitas (X2) sebesar 0,108 lebih besar dari $>0,05$ yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel Sidji Coffee tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Jahe Rempah Mbah Tolok

Uji heteroskedastisitas pada Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu:

⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 139

Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas Jahe Rempah Mbah Tolok

Variabel	Sig	Batas
Lokasi	0,498	>0,05
Fasilitas	0,089	>0,05

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Nilai sig variabel lokasi (X1) sebesar 0,498 lebih besar dari >0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas. Nilai sig variabel fasilitas (X2) sebesar 0,089 lebih besar dari > 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel Jahe Rempah Mbah Tolok tidak terjadi heteroskedastisitas.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen.⁸ Hasil analisis data menggunakan uji regresi linear berganda dengan SPSS versi 2.6 yaitu:

a. Sidji Coffee

Uji regresi linear berganda pada Sidji Coffee yaitu:

Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Sidji Coffee

Variabel	B	Beta	t hitung	Sig t	Keterangan
Constant	4.178				
Lokasi	0,219	0,220	2.780	0,007	Signifikan
Fasilitas	0,629	0,591	7.465	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Regresi linear berganda pada Sidji Coffee dijelaskan sebagai berikut:

Rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 4,178 + 0,219 + 0,629 + 2,465$$

Keterangan:

Y : Preferensi konsumen

⁸ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 144

- a : Konstanta
 b1 : Koefisien regresi lokasi terhadap preferensi konsumen
 b2 : Koefisien regresi fasilitas terhadap preferensi konsumen
 X1 : Variabel lokasi
 X2 : Variabel fasilitas
 e : standar eror

Pertama, nilai konstanta sebesar 4,178 memberikan arti apabila variabel lokasi (X1), fasilitas (X2) diasumsikan 0 maka preferensi konsumen terhadap Sidji Coffee secara konstant bernilai 4,178.

Kedua, nilai koefisien regresi variabel lokasi (X1) sebesar 0,219 yang memiliki nilai positif terhadap preferensi konsumen. Jika nilai lokasi 0,219 meningkat 1% maka preferensi konsumen akan ada peningkatan sebesar 0,219 atau 21,9% dan sebaliknya jika nilai lokasi mengalami penurunan 1% maka preferensi konsumen turun sebesar 0,219 atau 21,9% . Nilai positif menunjukkan arti adanya pengaruh yang searah antara variabel lokasi (X1) dengan variabel preferensi konsumen (Y).

Ketiga, nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X2) sebesar 0,629 yang memiliki nilai positif terhadap preferensi konsumen. Jika nilai fasilitas 0,629 meningkat 1% maka preferensi konsumen akan ada peningkatan sebesar 0,629 atau 62,9% dan sebaliknya jika nilai fasilitas mengalami penurunan 1% maka preferensi konsumen turun sebesar 0,629 atau 62,9% . Nilai positif menunjukkan arti adanya pengaruh yang searah antara variabel fasilitas (X2) dengan variabel preferensi konsumen (Y).

b. Jahe Rempah Mbah Tolok

Uji regresi linear berganda pada Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu:

Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Jahe Rempah Mbah Tolok

Variabel	B	Beta	t hitung	Sig t	Keterangan
Constant	4.738				
Lokasi	0,402	0,409	5.728	0,000	Signifikan
Fasilitas	0,448	0,509	7.126	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Regresi linear berganda pada Jahe Rempah Mbah Tolok dijelaskan sebagai berikut:

Rumus regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 4,738 + 0,402 + 0,448 + 1,787$$

Keterangan:

Y : Preferensi konsumen

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi lokasi terhadap preferensi konsumen

b2 : Koefisien regresi fasilitas terhadap preferensi konsumen

X1 : Variabel lokasi

X2 : Variabel fasilitas

e : standar eror

Pertama, nilai konstanta sebesar 4,738 memberikan arti apabila variabel lokasi (X1), fasilitas (X2) diasumsikan 0 maka preferensi konsumen terhadap Jahe Rempah Mbah Tolok secara konstant bernilai 4,738.

Kedua, nilai koefisien regresi variabel lokasi (X1) sebesar 0,402 yang memiliki nilai positif terhadap preferensi konsumen. Jika nilai lokasi 0,402 meningkat 1% maka preferensi konsumen akan ada peningkatan sebesar 0,402 atau 40,9% dan sebaliknya jika nilai lokasi mengalami penurunan 1% maka preferensi konsumen turun sebesar 0,402 atau 40,2% . Nilai positif menunjukkan arti adanya pengaruh yang searah antara variabel lokasi (X1) dengan variabel preferensi konsumen (Y).

Ketiga, nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X2) sebesar 0,629 yang memiliki nilai positif terhadap preferensi konsumen. Jika nilai fasilitas 0,629 meningkat 1% maka preferensi konsumen akan ada peningkatan sebesar 0,629 atau 62,9% dan sebaliknya jika nilai fasilitas mengalami penurunan 1% maka preferensi konsumen turun sebesar 0,629 atau 62,9% . Nilai positif menunjukkan arti adanya pengaruh yang searah antara variabel fasilitas (X2) dengan variabel preferensi konsumen (Y).

2. Uji Statistik T (Uji Parsial)

Uji statistik t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual digunakan untuk mengetahui variabel X mempengaruhi variabel Y. Uji T tujuannya adalah untuk mengetahui signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.⁹ Dasar pengambilan keputusan uji t, yaitu :

- a. Jika nilai signifikansi diatas 0,05 maka dinyatakan H0 diterima. Jika nilai signifikansi dibawah 0,05 maka dinyatakan H0 ditolak.
- b. Jika $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$ dinyatakan H0 diterima. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dinyatakan H0 ditolak.¹⁰

Analisis uji statistik t dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 26 untuk memudahkan dan mengurangi *human error*. Uji signifikansi parameter individual dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan oleh t_{hitung} . Tabel t didapatkan dari derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ (dimana n yaitu jumlah sampel dan k merupakan variabel bebas dan terikat) sehingga $df = 100-2-1 = 97$, maka t_{tabel} diperoleh dengan signifikan 5% (0,05) adalah 1,98472 atau 1,984.

a. Sidji Coffee

Uji Statistik T pada Sidji Coffee yaitu:

Tabel 4.21 Hasil Uji Statistik T Sidji Coffee

Variabel	t hitung	Sig t	Keterangan
Constant			
Lokasi	2.780	0,007	Signifikan
Fasilitas	7.465	0,000	Signifikan

Sumber: *Data primer yang diolah SPSS, 2023*

Hasil uji t pada Sidji Coffee yang didapatkan yaitu:

- 1) Pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen Sidji Coffee

Variabel lokasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,780 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,780 > 1,984$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,007 <$

⁹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 160

¹⁰ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 155

0,05). Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen, sehingga H1 diterima dengan kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan variabel lokasi terhadap Preferensi Konsumen pada Sidji Coffee.

2) Pengaruh fasilitas terhadap preferensi konsumen Sidji Coffee

Variabel fasilitas memiliki nilai t_{hitung} sebesar 7,465 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,465 > 1,984$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen, sehingga H2 diterima dengan kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan variabel fasilitas terhadap Preferensi Konsumen pada Sidji Coffee.

b. Jahe Rempah Mbah Tolok

Uji Statistik T pada Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu:

Tabel 4.22 Hasil Uji Statistik T Jahe Rempah Mbah Tolok

Variabel	t hitung	Sig t	Keterangan
Constant			
Lokasi	5.728	0,000	Signifikan
Fasilitas	7.126	0,000	Signifikan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Hasil uji t pada Jahe Rempah Mbah Tolok yang didapatkan yaitu:

1) Pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen Jahe Rempah Mbah Tolok

Variabel lokasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,728 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,728 > 1,984$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen, sehingga H3 diterima dengan kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan variabel lokasi terhadap Preferensi Konsumen pada Jahe Rempah Mbah Tolok.

- 2) Pengaruh fasilitas terhadap preferensi konsumen Jahe Rempah Mbah Tolok

Variabel fasilitas memiliki nilai t_{hitung} sebesar 7,126 yang artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,126 > 1,984$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil pengujian tersebut menyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen, sehingga H4 diterima dengan kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan variabel fasilitas terhadap Preferensi Konsumen pada Jahe Rempah Mbah Tolok.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika angka koefisien determinasi dalam model regresi kecil maka semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai R^2 semakin mendekati 100% maka semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.¹¹ Analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 26 untuk memudahkan dan mengurangi *human error*.

a. Sidji Coffee

Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada Sidji Coffee yaitu:

Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Sidji Coffee

Model Summary	
R Square	Adjusted R Square
0,513	0,503

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang dinotasikan dalam angka *R Square* 0,513, artinya 51,3% preferensi konsumen dapat dijelaskan oleh lokasi dan fasilitas. Sedangkan sisanya dari perhitungan $100\% - 51,3\% = 48,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

¹¹ Syafrida Hafni Sahir, Metodologi Penelitian (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2021), <https://repository.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/16455/1/E-Book%20Metodologi%20Penelitian%20Syafriada.pdf>

b. Jahe Rempah Mbah Tolok

Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu:

Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Jahe Rempah Mbah Tolok

Model Summary	
R Square	Adjusted R Square
0,654	0,647

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang dinotasikan dalam angka *R Square* 0,654, artinya 65,4% preferensi konsumen dapat dijelaskan oleh lokasi dan fasilitas. Sedangkan sisanya dari perhitungan $100\% - 65,4\% = 34,6\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4. Uji Beda (*Independent Sampel T-Test*)

Uji beda *Independent Sampel T-Test* tujuannya untuk memastikan dua sampel yang tidak berkaitan rata-ratanya berbeda. Uji ini membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standar eror dari perbedaan rata-rata dua sampel.¹² Ada tiga cara pengambilan keputusan dari hasil perhitungan SPSS versi 26, yaitu:

- Membaca signifikansi *f* pada *levenes test*, jika signifikansi *f* test kurang dari jika probabilitas $> 0,05$ maka data homogen (varian sama). Jika probabilitas $< 0,05$ maka data tidak homogen (varian berbeda).
- Melihat nilai *t* dan signifikansi *t*. Jika nilai uji *f levenes test* homogen maka menggunakan nilai *t* dan signifikansi *t* pada *equal variance assumed* (jika diasumsikan semua varian sama), dan jika *levens test* tidak homogen maka menggunakan nilai *t* dan signifikansi *t* pada *equal variance not assumed* (jika diasumsikan semua varian berbeda).
- Melihat data pada tabel group statistik yaitu pada mean antar sampel dan dapat dibandingkan.¹³

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 64.

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 65-66.

t_{tabel} didapatkan dari derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ (dimana n yaitu jumlah sampel dan k merupakan variabel bebas dan terikat) sehingga $df = 100-2-1 = 97$, maka t_{tabel} diperoleh dengan signifikan 5% (0,05) adalah 1,98472 atau 1,984. Apabila nilai t_{hitung} positif, maka ada perbedaan bermakna jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Apabila nilai t_{hitung} negatif, maka ada perbedaan bermakna $t_{hitung} < t_{tabel}$.

a. Lokasi

**Tabel 4.25 Hasil Uji Beda (*Independent Sampel T-Test*)
Lokasi**

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Lokasi	Equal variances assumed	.565	.453	-1.705	198	.090	-.91000	.53362	-1.96230	.14230
	Equal variances not assumed			-1.705	197.648	.090	-.91000	.53362	-1.96231	.14231

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil data SPSS pada tabel tersebut menunjukkan hasil perhitungan uji beda menggunakan *Independent Samples T Test* sebagai berikut:

- 1) Pada *Levenes Test* angka probabilitas sebesar $0,453 > 0,05$ yang berarti data homogen sehingga varian populasi identik atau sama. Jika data pada sig f homogen maka analisis hipotesis menggunakan asumsi *equal variance assumed*.
- 2) Pengambilan keputusan menggunakan *equal variance assumed* dengan melihat nilai t dan signifikansi. Terlihat bahwa nilai t pada *qual variance assumed* sebesar -1,705 dimana jika t_{hitung} bernilai negatif maka

$t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,705 < 1,984$) maka H_5 diterima yaitu terdapat perbandingan pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen antara Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok dengan probabilitas pada uji *t equal variance assumed* sebesar 0,090.

- 3) Dilihat dari data pada tabel group statistik yaitu pada mean antar sampel variabel lokasi dengan hasil berikut:

Tabel 4.26 Hasil Group Statistics Lokasi

Group Statistics					
	Perusahaan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Lokasi	Sidji Coffee	100	27.6000	3.69274	.36927
	Jahe Rempah Mbah Tolok	100	28.5100	3.85205	.38520

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Data *output* tersebut menunjukkan jumlah N pada kelompok 1 = 100, mean atau rata-rata lokasi Sidji Cofee lebih kecil dari pada Jahe Rempah Mbah Tolok ($27,60 < 28,51$) atau dapat diambil kesimpulan bahwa rata-rata lokasi Sidji Coffee lebih kecil dari pada Jahe Rempah Mbah Tolok.

- b. Fasilitas

Tabel 4.27 Hasil Uji Beda (Independent Sampel T-Test) Fasilitas

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Fasilitas	Equal variances assumed	3.712	.055	4.464	198	.000	2.4600	.55107	1.37328	3.54672

Equal variances not assumed			4.464	189.117	.000	2.46000	.55107	1.37296	3.54704
-----------------------------	--	--	-------	---------	------	---------	--------	---------	---------

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil data SPSS pada tabel tersebut menunjukkan hasil perhitungan uji beda menggunakan *Independent Samples T Test* sebagai berikut:

- 1) Pada *Levenes Test* angka probabilitas sebesar $0,055 > 0,05$ yang berarti data homogen sehingga varian populasi identik atau sama. Jika data pada sig f homogen maka analisis hipotesis menggunakan asumsi *equal variance assumed*.
- 2) Pengambilan keputusan menggunakan *equal variance assumed* dengan melihat nilai t dan signifikansi. Terlihat bahwa nilai t pada *qual variance assumed* sebesar 4,464 dimana jika t_{hitung} bernilai positif maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,464 > 1,984$) maka H_0 diterima yaitu terdapat perbandingan pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen antara Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok dengan probabilitas pada uji t *equal variance assumed* sebesar 0,000.
- 3) Dilihat dari data pada tabel group statistik yaitu pada mean antar sampel variabel lokasi dengan hasil berikut:

Tabel 4.28 Hasil Group Statistics Fasilitas

Group Statistics					
	Perusahaan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Fasilitas	Sidji Coffee	100	29.1600	3.44867	.34487
	Jahe Rempah Mbah Tolok	100	26.7000	4.29823	.42982

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Data *output* tersebut menunjukkan jumlah N pada kelompok 1 = 100, mean atau rata-rata lokasi Sidji Cofee lebih kecil dari pada Jahe Rempah Mbah Tolok ($29,16 < 26,70$) atau dapat diambil kesimpulan bahwa rata-rata fasilitas Sidji Coffee lebih tinggi dari pada Jahe Rempah Mbah Tolok.

C. Pembahasan

Tabel 4.29 Ringkasan Hasil Penelitian Regresi Pada Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok

No	Keterangan	Nilai	
		Sidji Coffee	Jahe Rempah Mbah Tolok
1	Konstanta	4,178	4,738
	Lokasi (X1)	0,219	0,402
	Fasilitas (X2)	0,629	0,448
2	Nilai T		
	T lokasi (X1)	2,780	5,728
	T Fasilitas (x2)	7,465	7,126
3	Sig t_{tabel}		
	Lokasi (X1)	0,007	0,000
	Fasilitas (X2)	0,000	0,000
4	R Square	0,513	0,654
	Adjusted R Square	0,503	0,647
	Std Error The Estimate	2,590	2,250

Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2023

Tabel 4.30 Ringkasan Hasil Penelitian Independent Sampel T Test Pada Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok

		Variabel	
		Lokasi	Fasilitas
Levene's Test For Equality of Variances	F	0,565	3,712
	Sig.	0,453	0,055
Equal Variances not Assumed	T	-1,705	4,464
	Sig.	0,090	0,000
Sidji Coffee	Mean	27,60	29,16
	Std.Dev	3,69	3,44

Jahe Rempah Mbah Tolok	Mean	28,51	26,70
	Std.Dev	3,85	4,29

Sumber : Data primer yang diolah SPSS,
2023

1. Pembahasan Hasil Uji Regresi Linier Berganda

a. Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Konsumen Pada Sidji Coffee

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi usaha pada Sidji Coffee mempengaruhi preferensi konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap pembelian produk minuman Sidji Coffee.

Pengaruh lokasi Sidji Coffee bernilai positif sebesar 0,219 atau 21,9% yang berarti “setiap kenaikan 1% lokasi, maka nilai preferensi konsumen akan naik sebesar 0,219 atau 21,9% dan sebaliknya.” Dengan hal itu, variabel lokasi Sidji Coffee berpengaruh terhadap preferensi konsumen Sidji Coffee. Pada uji statistik yang pertama yaitu uji t dengan nilai t_{hitung} 2,780 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 ($2,780 > 1,984$) dengan nilai probability 0,007 lebih kecil dari 0,05 yang berarti “secara parsial lokasi berpengaruh terhadap preferensi konsumen pada Sidji Coffee.”

Pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen pada Sidji Coffee mendapatkan hasil hipotesis H1 diterima yakni “Terdapat Pengaruh yang signifikan variabel Lokasi terhadap Preferensi Konsumen pada Sidji Coffee.”

Sesuai yang dikutip dari Tjiptono menyatakan bahwa lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama pelanggan mendatangi lokasi fasilitas dan yang kedua adalah penyedia jasa

yang mendatangi pelanggan.¹⁴ Sesuai garis besar tersebut diharapkan Sidji Coffee mempertahankan dan meningkatkan letak kestrategisan lokasi usaha untuk memberi kemudahan dan kelancaran konsumen dalam melakukan pembelian dengan memenuhi indikator lokasi seperti akses, visibilitas, ekspansi, lalu lintas (*traffic*), lingkungan, kompetisi, dan peraturan pemerintah.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Meidianty Putri Arifiani dengan judul “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumsi Pada Toko Basmalah (Studi Pada Toko Basmalah Kota Pasuruan)” pada tahun 2019 Mendapatkan hasil bahwa lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi konsumen.¹⁵ Hasil penelitian menunjukkan nilai uji t pada sig variabel lokasi bernilai $0,000 < 0,05$ sehingga H1 diterima. Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yaitu dalam ruang lingkup yang sama yaitu preferensi konsumen, menggunakan data primer yaitu kuesioner, menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada jenis dan jumlah objek penelitian yang digunakan, tetapi penelitian menunjukkan hasil yang sama yaitu adanya pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen.

b. Pengaruh Fasilitas Terhadap Preferensi Konsumen Pada Sidji Coffee

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas usaha yang diberikan Sidji Coffee mempengaruhi preferensi konsumen

¹⁴ Robby Fauji, dan Syifa Pramudita Faddila, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang,” 35-56, diakses pada 12 januari, 2022, <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/1029>

¹⁵ Meidianty Putri Arifiani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumsi Pada Konsumen Toko Basmalah (Studi Pada Toko Basmalah Kota Pasuruan),” *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, (2019), diakses pada 12 januari, 2022, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6127>

dalam menentukan pilihannya terhadap pembelian produk minuman Sidji Coffee.

Pengaruh fasilitas Sidji Coffee bernilai positif sebesar 0,629 atau 62,9% yang berarti “setiap kenaikan 1% lokasi, maka nilai preferensi konsumen akan naik sebesar 0,629 atau 62,9% dan sebaliknya.” Dengan hal itu, variabel fasilitas Sidji Coffee berpengaruh terhadap preferensi konsumen Sidji Coffee. Pada uji statistik yang pertama yaitu uji t dengan nilai t_{hitung} 7,465 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 ($7,465 > 1,984$) dengan nilai probability 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti “secara parsial fasilitas berpengaruh terhadap preferensi konsumen pada Sidji Coffee.”

Pengaruh fasilitas terhadap preferensi konsumen pada Sidji Coffee mendapatkan hasil hipotesis H2 diterima yakni “Terdapat Pengaruh yang signifikan variabel Fasilitas terhadap Preferensi Konsumen pada Sidji Coffee.”

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Menurut Edy Haryanto mengutip dari Kotler & Keller menjelaskan fasilitas merupakan piranti fisik yang disediakan perusahaan untuk memberikan kenyamanan pelanggan. Selain itu, Menurut Fandy Tjiptono fasilitas adalah suatu hal fisik yang diberikan kepada pelanggan sebelum dilakukan penggunaan jasa dalam perusahaan dan merupakan suatu hal yang memberi kemudahan pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa di suatu perusahaan.¹⁶ Adanya teori tersebut diharapkan Sidji Coffee memberikan manfaat fasilitas sesuai yang dibutuhkan kepada konsumen untuk meningkatkan daya tarik konsumen dalam menentukan preferensinya diantaranya seperti memberikan fasilitas yang bersih dan nyaman. Selain itu, untuk menunjang aktivitas terdapat unsur pendukung lain seperti internet area atau WiFi yang

¹⁶ Edy Haryanto, “Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado,” *Jurnal Emba*, no.3, (2013) , diakses pada 10 Januari, 2023, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2212>

diharapkan dapat memberikan manfaat kepada konsumen untuk menyelesaikan tugas ataupun pekerjaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh N. Rahardi dan R. Wiliasih pada tahun 2016 berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah” menunjukkan hasil bahwasanya variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dalam memilih hotel pada taraf nyata 10% dengan odds ratio sebesar 1.530 yang berarti semakin tinggi fasilitas hotel syariah maka konsumen akan lebih berpeluang memilih hotel syariah. Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yaitu dalam ruang lingkup yang sama yaitu preferensi konsumen, menggunakan data primer yaitu kuesioner, menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu menggunakan objek penelitian yang berbeda, penelitian ini hanya mengkaji satu objek penelitian, sedangkan penulis menggunakan dua objek penelitian yang dibandingkan. Penelitian menunjukkan hasil yang sama yaitu adanya pengaruh fasilitas terhadap preferensi konsumen.

Sidji Coffee memiliki nilai R^2 sebesar 51,3% preferensi konsumen dipengaruhi oleh variabel lokasi dan fasilitas. Sedangkan sisanya dari perhitungan $100\% - 51,3\% = 48,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Untuk menarik minat pembelian konsumen pemilik usaha harus mengetahui faktor apa saja yang diduga memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen. Lokasi yang strategis menjadi salah satu daya tarik minat pembelian konsumen dikarenakan dapat memberikan efisiensi dan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan proses pembelian. Selain itu, pemberian fasilitas yang baik dan memadai bertujuan untuk mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan agar konsumen melakukan pembelian kembali produk dan jasa yang disediakan. Tujuan lain dari fasilitas adalah dipergunakan untuk memudahkan pelaksanaan usaha dan memperlancar kerja dalam

rangka mencapai tujuan. Penelitian ini memberikan bukti bahwa preferensi konsumen Sidji Coffee menjadi alasan bagi pemilik untuk meningkatkan daya tarik lokasi dan memberikan fasilitas yang dibutuhkan konsumennya guna mencapai tujuan, visi dan misi serta meningkatkan penjualan.

c. Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Konsumen Jahe Rempah Mbah Tolok

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi usaha pada Jahe Rempah Mbah Tolok mempengaruhi preferensi konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap pembelian produk minuman Jahe Rempah Mbah Tolok.

Pengaruh lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok bernilai positif sebesar 0,402 atau 40,2% yang berarti “setiap kenaikan 1% lokasi, maka nilai preferensi konsumen akan naik sebesar 0,402 atau 40,2% dan sebaliknya.” Dengan hal itu, variabel lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok berpengaruh terhadap preferensi konsumen Jahe Rempah Mbah Tolok. Pada uji statistik yang pertama yaitu uji t dengan nilai t_{hitung} 5,728 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 ($5,728 > 1,984$) dengan nilai probability 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti “secara parsial lokasi berpengaruh terhadap preferensi konsumen pada Jahe Rempah Mbah Tolok.”

Pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen pada Jahe Rempah Mbah Tolok mendapatkan hasil hipotesis H3 diterima yakni “Terdapat Pengaruh yang signifikan variabel Lokasi terhadap Preferensi Konsumen pada Jahe Rempah Mbah Tolok.”

Sesuai yang dikutip dari Tjiptono menyatakan bahwa lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa. Pertama pelanggan mendatangi lokasi fasilitas dan yang kedua adalah penyedia jasa

yang mendatangi pelanggan.¹⁷ Sesuai garis besar tersebut diharapkan Jahe Rempah Mbah Tolok mempertahankan dan meningkatkan letak kestrategisan lokasi usaha untuk memberi kemudahan dan kelancaran konsumen dalam melakukan pembelian dengan memenuhi indikator lokasi seperti akses, visibilitas, ekspansi, lalu lintas (*traffic*), lingkungan, kompetisi, dan peraturan pemerintah.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Meidianty Putri Arifiani dengan judul “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumsi Pada Toko Basmalah (Studi Pada Toko Basmalah Kota Pasuruan)” pada tahun 2019 Mendapatkan hasil bahwa lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap preferensi konsumen.¹⁸ Hasil penelitian menunjukkan nilai uji t pada sig variabel lokasi bernilai $0,000 < 0,05$ sehingga H1 diterima. Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yaitu dalam ruang lingkup yang sama yaitu preferensi konsumen, menggunakan data primer yaitu kuesioner, menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada jenis dan jumlah objek penelitian yang digunakan, tetapi penelitian menunjukkan hasil yang sama yaitu adanya pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen.

d. Pengaruh Fasilitas Terhadap Preferensi Konsumen Pada Jahe Rempah Mbah Tolok

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas usaha yang diberikan Jahe Rempah Mbah Tolok mempengaruhi preferensi konsumen dalam menentukan pilihannya terhadap

¹⁷ Robby Fauji, dan Syifa Pramudita Faddila, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang,” 35-56, diakses pada 12 januari, 2022, <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/1029>

¹⁸ Meidianty Putri Arifiani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumsi Pada Konsumen Toko Basmalah (Studi Pada Toko Basmalah Kota Pasuruan),” *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, (2019), diakses pada 12 januari, 2022, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6127>

pembelian produk minuman Jahe Rempah Mbah Tolok.

Pengaruh fasilitas Jahe Rempah Mbah Tolok bernilai positif sebesar 0,448 atau 44,8% yang berarti “setiap kenaikan 1% fasilitas, maka nilai preferensi konsumen akan naik sebesar 0,448 atau 44,8% dan sebaliknya.” Dengan hal itu, variabel fasilitas Jahe Rempah Mbah Tolok berpengaruh terhadap preferensi konsumen Jahe Rempah Mbah Tolok. Pada uji statistik yang pertama yaitu uji t dengan nilai t_{hitung} 7,126 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 ($7,126 > 1,984$) dengan nilai probability 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti “secara parsial fasilitas berpengaruh terhadap preferensi konsumen pada Jahe Rempah Mbah Tolok.”

Pengaruh fasilitas terhadap preferensi konsumen pada Jahe Rempah Mbah Tolok mendapatkan hasil hipotesis H₄ diterima yakni “Terdapat Pengaruh yang signifikan variabel Fasilitas terhadap Preferensi Konsumen pada Jahe Rempah Mbah Tolok.”

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Menurut Edy Haryanto mengutip dari Kotler & Keller menjelaskan fasilitas merupakan piranti fisik yang disediakan perusahaan untuk memberikan kenyamanan pelanggan. Selain itu, Menurut Fandy Tjiptono fasilitas adalah suatu hal fisik yang diberikan kepada pelanggan sebelum dilakukan penggunaan jasa dalam perusahaan dan merupakan suatu hal yang memberi kemudahan pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa di suatu perusahaan.¹⁹ Adanya teori tersebut diharapkan Jahe Rempah Mbah Tolok memberikan manfaat fasilitas sesuai yang dibutuhkan kepada konsumen untuk meningkatkan daya tarik konsumen dalam menentukan preferensinya diantaranya seperti memberikan fasilitas yang bersih dan nyaman. Selain itu, untuk menunjang aktivitas

¹⁹ Edy Haryanto, “Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado,” *Jurnal Emba*, no.3, (2013) , diakses pada 10 Januari, 2023, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2212>

terdapat unsur pendukung lain seperti internet area atau WiFi yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada konsumen untuk menyelesaikan tugas ataupun pekerjaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh N. Rahardi dan R. Wiliasih pada tahun 2016 berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah” menunjukkan hasil bahwasanya variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen dalam memilih hotel pada taraf nyata 10% dengan odds ratio sebesar 1.530 yang berarti semakin tinggi fasilitas hotel syariah maka konsumen akan lebih berpeluang memilih hotel syariah. Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yaitu dalam ruang lingkup yang sama yaitu preferensi konsumen, menggunakan data primer yaitu kuesioner, menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu menggunakan objek penelitian yang berbeda, penelitian ini hanya mengkaji satu objek penelitian, sedangkan penulis menggunakan dua objek penelitian yang dibandingkan. Penelitian menunjukkan hasil yang sama yaitu adanya pengaruh fasilitas terhadap preferensi konsumen.

Jahe Rempah Mbah Tolok memiliki nilai R^2 sebesar 65,4% preferensi konsumen dipengaruhi oleh variabel lokasi dan fasilitas. Sedangkan sisanya dari perhitungan $100\% - 65,4\% = 34,6\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Untuk menarik minat pembelian konsumen pemilik usaha harus mengetahui faktor apa saja yang diduga memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen. Lokasi yang strategis menjadi salah satu daya tarik minat pembelian konsumen dikarenakan dapat memberikan efisiensi dan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan proses pembelian. Selain itu, pemberian fasilitas yang baik dan memadai bertujuan untuk mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan agar konsumen melakukan pembelian kembali produk dan jasa yang disediakan. Tujuan lain dari fasilitas adalah dipergunakan untuk memudahkan

pelaksanaan usaha dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai tujuan. Penelitian ini memberikan bukti bahwa preferensi konsumen Jahe Rempah Mbah Tolok menjadi alasan bagi pemilik untuk meningkatkan daya tarik lokasi dan memberikan fasilitas yang dibutuhkan konsumennya guna mencapai tujuan, visi dan misi serta meningkatkan penjualan.

2. Pembahasan Hasil Uji Beda *Independent Sampel T-Test*

a. Perbedaan Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Konsumen Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok

Hasil pengujian variabel lokasi pada Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok berpengaruh terhadap preferensi konsumen. Hasil perhitungan uji beda *Independent Sampel T-Test* menunjukkan data *Levenes Test* angka probabilitas sebesar $0,453 > 0,05$ yang berarti data homogen. Nilai t pada *equal variance assumed* sebesar $-1,705$ dimana jika t_{hitung} bernilai negatif maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,705 < 1,984$) maka H_5 diterima yaitu “Terdapat perbandingan pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen antara Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok” dengan probabilitas pada uji t *equal variance assumed* sebesar $0,090$. Pada tabel group statistik yaitu pada mean antar sampel variabel lokasi dengan hasil

jumlah N pada kelompok 1 = 100, mean atau rata-rata lokasi Sidji Coffee lebih kecil dari pada Jahe Rempah Mbah Tolok ($27,60 < 28,51$).

Setiap usaha memiliki strategi yang berbeda dalam menarik preferensi konsumennya. Begitu pula yang dilakukan Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok. Hasil uji beda mendapati perbedaan daya tarik lokasi antara Sidji Coffee dengan Jahe Rempah Mbah Tolok. Terlihat dari nilai mean lokasi Sidji Coffee sebesar $27,60$ dengan standar deviasi $3,69$ lebih rendah daripada nilai mean lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok sebesar $28,51$ dengan standar deviasi $3,85$. Dengan demikian simpangan data Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok menunjukkan data variabel

lokasi bernilai baik karena data standar deviasi lebih kecil dari mean. Dapat diambil kesimpulan bahwa rata-rata preferensi konsumen lokasi Sidji Coffee lebih kecil dari pada Jahe Rempah Mbah Tolok. Perbandingan tersebut disebabkan oleh lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok lebih strategis, dan kesesuaian indikator lokasi yaitu akses, visibilitas, ekspansi, lalu lintas (*traffic*), lingkungan, kompetisi, dan peraturan pemerintah lebih baik jika dibandingkan dengan lokasi Sidji Coffee.

b. Perbedaan Pengaruh Fasilitas Terhadap Preferensi Konsumen Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok

Hasil pengujian variabel fasilitas pada Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok berpengaruh terhadap preferensi konsumen. Hasil perhitungan uji beda *Independent Sampel T-Test* menunjukkan data *Levenes Test* angka probabilitas sebesar $0,055 > 0,05$ yang berarti data homogen sehingga varian populasi identik atau sama. Nilai t pada *equal variance assumed* sebesar 4,464 dimana jika t_{hitung} bernilai positif maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,464 > 1,984$) maka H_0 diterima yaitu “Terdapat perbandingan pengaruh fasilitas terhadap preferensi konsumen antara Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok” dengan probabilitas pada uji t *equal variance assumed* sebesar 0,000. Pada tabel *group statistik* yaitu pada mean antar sampel variabel lokasi dengan jumlah N pada kelompok 1 = 100, mean atau rata-rata fasilitas Sidji Coffee lebih kecil dari pada Jahe Rempah Mbah Tolok ($29,16 < 26,70$).

Setiap usaha memiliki strategi yang berbeda dalam menarik preferensi konsumennya. Begitu pula yang dilakukan Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok. Hasil uji beda mendapati perbedaan daya tarik fasilitas antara Sidji Coffee dengan Jahe Rempah Mbah Tolok. Terlihat dari nilai mean fasilitas Sidji Coffee sebesar 29,16 dengan standar deviasi 3,44 lebih rendah daripada nilai mean lokasi Jahe Rempah Mbah Tolok sebesar 26,70 dengan standar deviasi 4,29. Dengan demikian simpangan data Sidji Coffee dan Jahe Rempah Mbah Tolok menunjukkan data variabel

fasilitas bernilai baik karena data standar deviasi lebih kecil dari mean. Dapat diambil kesimpulan bahwa rata-rata preferensi konsumen fasilitas Sidji Coffee lebih tinggi dari pada Jahe Rempah Mbah Tolok. Perbandingan tersebut disebabkan oleh fasilitas Sidji Coffee lebih memenuhi kebutuhan konsumennya didukung dengan kesesuaian indikator fasilitas yaitu perencanaan spasial, perencanaan ruangan, piranti dan pekakas, tata cahaya, gambar grafis, dan unsur pendukung fasilitas lainnya seperti ruangan ber-AC dan Wifi lebih baik jika dibandingkan dengan fasilitas Jahe Rempah Mbah Tolok.

Penelitian ini sejalan dengan teori menurut Sudijono Anas yang menjelaskan penelitian Komparatif yaitu penelitian yang berusaha untuk mengemukakan persamaan dan perbedaan tentang benda, orang, ide, kritik, terhadap orang atau kelompok terhadap suatu ide atau prosedur kerja. Selain itu juga dapat digunakan untuk membandingkan persamaan pandangan dan perubahan pandangan orang, grup atau negara terhadap kasus, ide atau peristiwa.²⁰

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Ratna Asribestari dan Jawoto Sih Setyono pada tahun 2013 berjudul “Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar Karangayu dan Giant Superdome)” menunjukkan hasil bahwasanya semua variabel yang digunakan menunjukkan perbedaan terhadap Preferensi Konsumen. Hasil penelitian menyatakan bahwa daya tarik pasar Karangayu lebih disukai dari variasi barang, harga barang, dan fasilitas sedangkan daya tarik Giant Superdome lebih disukai dari kenyamanan, variasi barang, harga barang, kondisi fisik pasar dan fasilitas umum. Dapat disimpulkan bahwa daya tarik mempengaruhi preferensi konsumen.

²⁰ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2014), 274.

Daya tarik pasar menunjukkan Giant Superdome lebih disukai daripada Pasar Karangayu.

Perbandingan pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap preferensi konsumen Sidji Coffee dengan Jahe Rempah Mbah Tolok dapat diambil kesimpulan bahwa masing-masing usaha memiliki karakteristik berbeda sebagai preferensi konsumen. Sidji Coffee lebih unggul pada daya tarik variabel fasilitas dikarenakan fasilitas yang dimiliki memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada konsumen. Sedangkan daya tarik yang dimiliki oleh Jahe Rempah Mbah Tolok yaitu lokasi yang strategis sehingga memberikan kemudahan konsumen untuk mengunjunginya.

