

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

AW Coffee merupakan salah satu kafe yang ada di kota Jepara. *AW coffee* adalah kafe yang saat ini menjadi pilihan sebagai tempat nongkrong dan menikmati kopi. Suasana yang ditawarkan bergaya modern dan bernuansa premium, dengan tempat yang bersih, aman, nyaman dan *aesthetic*. *AW Coffee* beralamatkan di Jl. Raya Mayong-Jepara, Rt.01/ Rw.03, Gleget Mayong Lor, Mayong Jepara. Kafe ini berdiri sejak tahun 2017. Kafe ini memiliki jam buka mulai pukul 13.00-23.00 malam.

AW Coffee selalu memberikan kesan dan kenyamanan seperti rumah untuk berteduh bagi konsumennya. Menurut pemilik salah satu standar *AW Coffee* adalah menyajikan kopi yang baik dan menjawab semua kebutuhan konsumen, setiap konsumen yang datang memiliki kebutuhan yang berbeda – beda seperti hanya sekedar menghilangkan penat, mengerjakan tugas, bertemu dengan keluarga, pasangan dan lain – lain. *AW Coffee* mampu menarik banyak pelanggan dengan memiliki akses yang mudah, suasana yang nyaman, harga yang terjangkau dan berada di tempat yang strategis (dekat dengan jalan raya).¹⁶¹

2. Deskripsi Responden

Pada bagian ini menggambarkan tentang karakteristik responden yang akan diteliti. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama atautkah tidak. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian, Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu jenis penelitian yang dilakukan secara langsung ketika peneliti berada di lapangan dalam rangka untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dari responden untuk mendukung sebagai data penelitian yang akurat.

Kriteria sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang dapat memenuhi kebutuhan penelitian yang dapat

¹⁶¹ Abdul Ghani (Owner *AW Coffee*), Wawancara Oleh Penulis Pada Tanggal 28 Mei 2022.

memberikan jawaban yang objektif sesuai dengan pengalaman ketika berkunjung dan konsumen diposisikan sebagai pengambil keputusan (decider) pembelian produk di *AW Coffee* Mayong Jepara. Untuk memenuhi syarat dalam proses analisis data, dalam penelitian ini jumlah responden telah ditetapkan sebanyak 100 responden.

a. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang jenis kelamin responden sebagai berikut:

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki – Laki	31	31%
Perempuan	69	69%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari 100 kuesioner yang dibagikan diketahui jumlah responden berjenis kelamin laki-laki adalah 31 orang atau 31% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 69 orang atau 69%, berdasarkan angka tersebut terdapat bahwa perbandingan antara laki-laki dan perempuan yang mengalami kepuasan pelanggan bahwa jumlah perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki, indikasi perilaku Kepuasan pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki.

b. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang Usia responden sebagai berikut:

Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
< 15 Tahun	1	1 %
16 – 25 Tahun	70	70 %
26 – 35 Tahun	25	25 %
> 35 Tahun	4	4 %
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang menjadi sampel yang berusia < 15 tahun sebanyak 1 responden atau 1%, responden yang berusia 16 – 25 tahun sebanyak 70 orang atau 70%, responden yang berusia 26 – 35 tahun sebanyak 25 orang atau 25%, responden yang berusia > 35 tahun sebanyak 4 orang atau 4% dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden yang berusia 16 – 25 tahun yaitu sebanyak 70 Orang atau 70%.

c. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang pendidikan terakhir responden sebagai berikut:

Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	2	2%
SMP	1	1%
SMA	61	61%
DIPLOMA	5	5%
SARJANA	31	31%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan data tabel 4.3 di atas, bahwa responden dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 2 orang atau 2%, responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 1 orang atau 1%, responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 61 orang atau 61%, responden dengan pendidikan terakhir Diploma sebanyak 5 orang atau 5%, responden

dengan Pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 31 orang atau 31%. Dapat diketahui bahwa rata-rata responden dengan pendidikan terakhir tertinggi yaitu SMA sebanyak 61 orang atau 61%.

d. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Selama Sebulan

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang pengeluaran selama sebulan responden sebagai berikut:

Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan

Pengeluaran Perbulan	Jumlah	Presentase
<Rp. 500.000	5	5%
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	14	14%
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	27	27%
>Rp. 2.000.000	54	54%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden yang berpenghasilan <Rp. 500.000 sebanyak 5 orang atau 5%, responden yang berpenghasilan Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 14 orang atau 14%, responden yang berpenghasilan Rp 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 27 orang atau 27%, responden yang berpenghasilan >Rp. 2.000.000 sebanyak 54 orang atau 54%. Dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan penghasilan sebesar >Rp 2.000.000 dengan jumlah 54 orang atau 54%.

e. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pembelian Selama Satu Tahun Terakhir di AW Coffee Mayong Jepara

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang pembelian selama satu tahun terakhir responden sebagai berikut:

Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Satu Tahun Terakhir

Pembelian Dalam Satu Tahun	Jumlah	Presentase
1 Kali	17	17%
2 – 3 Kali	18	18%
Lebih dari 3 Kali	65	65%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, responden dengan pembelian satu terakhir sebanyak 1 kali berjumlah 17 orang atau 17 %, responden dengan pembelian satu terakhir sebanyak 2-3 kali berjumlah 18 orang atau 18 %, responden dengan pembelian satu terakhir sebanyak lebih dari 3 kali berjumlah 65 orang atau 65 % , Nampak bahwa persentase tertinggi pembelian selama satu tahun terakhir di *AW Coffee* Mayong Jepara adalah responden dengan pembelian lebih dari 3 kali yaitu sebesar 65%, dan persentase terendah yaitu responden dengan pembelian 1 kali di *AW Coffee* Mayong Jepara yaitu sebesar 17%

f. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka diperoleh data tentang domisili responden sebagai berikut:

Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Presentase
Jepara	67	67%
Luar Kota Jepara	33	33%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa rata-rata responden berdomisili di Jepara dengan persentase 67%, dan responden yang berdomisili di luar kota Jepara sebesar 33 %.

3. Deskripsi Data Penelitian

Analisis deskriptif untuk mengetahui gambaran umum hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh *Servicescape*, Variasi Menu dan Komunikasi Interpersonal

Karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada *AW Coffee* Mayong Jepara adalah sebagai berikut:

a. Variabel Servicescape

Servicescape merupakan penampilan *tangible* organisasi dan tempat tersebut menjadi sangat penting dalam membentuk kesan awal yang membentuk harapan konsumen dari perusahaan.¹⁶²

Berdasarkan tabulasi jawaban responden mengenai *Servicescape* yang berada di *AW Coffee* Mayong Jepara, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 10 Frekuensi Variabel Servicescape (X1)

Item Pertanyaan	Total STS		Total TS		Total N		Total S		Total SS	
		%		%		%		%		%
Suhu ruangan AW Coffee terasa sejuk	1	1 %	4	4 %	30	30 %	33	33 %	32	32 %
Pencahayaan dalam ruangan AW Coffee terang	2	2 %	1	1 %	24	24 %	31	31 %	42	42 %
Suasana AW Coffee tenang	1	1 %	3	3 %	16	16 %	35	35 %	45	45 %
Aroma dalam AW Coffee meningkatkan selera makan	2	2 %	1	1 %	13	13 %	38	38 %	46	46 %

¹⁶² Evan Pratama Kosasi, "Pengaruh *Servicescape*, *Service Encounter*, *Perceived Congruency* Terhadap Emosi Dan Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Etnik Dream Of Kahyangan Di Surabaya," 1905-1906.

Warna ruangan pada AW Coffee memberikan suasana menyenangkan	1	1 %	1	1 %	17	17 %	42	42 %	39	39 %
Tata ruang pada AW Coffee memudahkan ruang gerak konsumen	0	0 %	1	1 %	41	41 %	31	31 %	27	27 %
Jarak antar tempat duduk dan meja di AW Coffee memberikan keleluasan untuk bergerak para konsumen	1	1 %	2	2 %	19	19 %	33	33 %	45	45 %
Tempat duduk AW Coffee nyaman	1	1 %	0	0 %	37	37 %	20	20 %	42	42 %
Tempat parkir AW Coffee memadai	0	0 %	0	0 %	49	49 %	23	23 %	28	28 %
Tata letak peralatan AW Coffee terlihat rapi	1	1 %	1	1 %	21	21 %	35	35 %	42	42 %

Papan petunjuk nama AW Coffee jelas.	2	2 %	2	2 %	19	19 %	39	39 %	38	38 %
Barang-barang yang dipajang menjadi ciri khas AW Coffee	1	1 %	2	2 %	17	17 %	35	35 %	45	45 %
Dekorasi AW Coffee menarik	1	1 %	2	2 %	19	19 %	33	33 %	45	45 %
Desain bangunan AW Coffee menarik	0	0 %	1	1 %	17	17 %	44	44 %	38	38 %
Petunjuk arahan memberikan informasi dengan baik dalam menunjukkan (kasir, toilet, ruang outdoor)	0	0 %	2	2 %	14	14 %	48	48 %	36	36 %

Sumber : Data Penelitian yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, data hasil angka untuk variabel *Servicescape* (X1) akan dijelaskan sebagai berikut:

Item 1 pertanyaan Suhu ruangan AW Coffee terasa sejuk, responden menyatakan sangat setuju sebesar 32%, setuju 33%, netral 30%, tidak setuju 4%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap suhu ruangan AW Coffee terasa sejuk.

Item 2 pertanyaan Pencahayaan dalam ruangan AW Coffee terang, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 31%, netral 24%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Pencahayaan dalam ruangan AW Coffee terang.

Item 3 pertanyaan Suasana AW Coffee tenang, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 35%, netral 16%, tidak setuju 3%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Suasana AW Coffee tenang.

Item 4 pertanyaan Aroma dalam AW Coffee meningkatkan selera makan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 46%, setuju 38%, netral 13%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Aroma dalam AW Coffee meningkatkan selera makan.

Item 5 pertanyaan Warna ruangan pada AW Coffee memberikan suasana menyenangkan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 39%, setuju 42%, netral 17%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Warna ruangan pada AW Coffee memberikan suasana menyenangkan.

Item 6 pertanyaan Tata ruang pada AW Coffee memudahkan ruang gerak konsumen, responden menyatakan sangat setuju sebesar 27%, setuju 31%, netral 41%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral terhadap Tata ruang pada AW Coffee memudahkan ruang gerak konsumen.

Item 7 pertanyaan Jarak antar tempat duduk dan meja di AW Coffee memberikan keleluasan untuk bergerak para konsumen, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 33%, netral 19%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Jarak antar tempat duduk dan meja di AW Coffee memberikan keleluasan untuk bergerak para konsumen.

Item 8 pertanyaan Tempat duduk AW Coffee nyaman, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 20%, netral 37%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 1%. Hal

ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Tempat duduk AW Coffee nyaman.

Item 9 pertanyaan Tempat parkir AW Coffee memadai, responden menyatakan sangat setuju sebesar 28%, setuju 23%, netral 49%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral terhadap Tempat parkir AW Coffee memadai.

Item 10 pertanyaan Tata letak peralatan AW Coffee terlihat rapi, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 35%, netral 21%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Tata letak peralatan AW Coffee terlihat rapi.

Item 11 pertanyaan Papan petunjuk nama AW Coffee jelas, responden menyatakan sangat setuju sebesar 38%, setuju 39%, netral 19%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Papan petunjuk nama AW Coffee jelas.

Item 12 pertanyaan Barang-barang yang dipajang menjadi ciri khas AW Coffee, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 35%, netral 17%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Barang-barang yang dipajang menjadi ciri khas AW Coffee.

Item 13 pertanyaan Dekorasi AW Coffee menarik, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 33%, netral 19%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Dekorasi AW Coffee menarik.

Item 14 pertanyaan Desain bangunan AW Coffee menarik, responden menyatakan sangat setuju sebesar 38%, setuju 44%, netral 17%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Desain bangunan AW Coffee menarik.

Item 15 pertanyaan Petunjuk arahan memberikan informasi dengan baik dalam menunjukkan (kasir, toilet, ruang outdoor), responden menyatakan sangat setuju sebesar 36%, setuju 48%, netral 14%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Petunjuk arahan memberikan

informasi dengan baik dalam menunjukkan (kasir, toilet, ruang outdoor).

b. Variabel Variasi Menu

Keragaman menu adalah kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen.¹⁶³

Berdasarkan tabulasi jawaban responden mengenai Variasi Menu yang berada di *AW Coffee* Mayong Jepara, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 11 Frekuensi Variabel Variasi Menu (X2)

Item Pertanyaan	Total STS		Total TS		Total N		Total S		Total SS	
		%		%		%		%		%
Semua rasa menu dari AW Coffee sangat nikmat di lidah	2	2 %	1	1 %	24	24 %	31	31 %	42	42 %
Semua varian menu AW Coffee yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi saya	1	1 %	2	2 %	19	19 %	33	33 %	45	45 %

¹⁶³ Nur Maulidya Riftian, “Analisa Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Usaha Kuliner Manalagi Tropodo,” 2.

Aroma makanan AW Coffee sangat menggugah selera	1	1 %	2	2 %	17	17 %	35	35 %	45	45 %
Saya sangat menyukai aroma semua varian menu yang ada di AW Coffee	1	1 %	2	2 %	24	24 %	31	31 %	42	42 %
Tampilan atau penyajian menu yang dihidangkan AW Coffee sangat menarik	1	1 %	1	1 %	17	17 %	42	42 %	39	39 %
Pemotongan bahan baku menu pada AW Coffee sangat bervariasi	1	1 %	1	1 %	21	21 %	35	35 %	42	42 %

Sumber : Data Penelitian yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, data hasil angka untuk variabel Variasi Menu (X2) akan dijelaskan sebagai berikut:

Item 1 pertanyaan semua rasa menu dari AW Coffee sangat nikmat di lidah, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 31%, netral 24%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap semua rasa menu dari AW Coffee sangat nikmat di lidah.

Item 2 pertanyaan Semua varian menu AW Coffee yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi saya, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 33%, netral 19%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Semua varian menu AW Coffee yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi saya.

Item 3 pertanyaan Aroma makanan AW Coffee sangat menggugah selera, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 35%, netral 17% tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Aroma makanan AW Coffee sangat menggugah selera.

Item 4 pertanyaan Saya sangat menyukai aroma semua varian menu yang ada di AW Coffee, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 31%, netral 24% tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Saya sangat menyukai aroma semua varian menu yang ada di AW Coffee.

Item 5 pertanyaan Tampilan atau penyajian menu yang dihidangkan AW Coffee sangat menarik, responden menyatakan sangat setuju sebesar 39%, setuju 42%, netral 17%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Tampilan atau penyajian menu yang dihidangkan AW Coffee sangat menarik.

Item 6 pertanyaan Pematangan bahan baku menu pada AW Coffee sangat bervariasi, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 35%, netral 21%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Pematangan bahan baku menu pada AW Coffee sangat bervariasi.

c. Variabel Komunikasi Interpersonal Karyawan

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang dengan tatap muka dengan kemungkinan setiap pesertanya

menangkap reaksi dari orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal.¹⁶⁴

Berdasarkan tabulasi jawaban responden mengenai Komunikasi interpersonal karyawan yang berada di AW Coffee Mayong Jepara, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 12 Frekuensi Variabel Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3)

Item Pertanyaan	Total STS		Total TS		Total N		Total S		Total SS	
		%		%		%		%		%
Karyawan AW Coffee menerima kritik dan masukan dari pelanggan	1	1 %	4	4 %	30	30 %	33	33 %	32	32 %
Karyawan AW Coffee berkenan menyampaikan informasi penting kepada pelanggan	2	2 %	1	1 %	24	24 %	31	31 %	42	42 %
Karyawan AW Coffee berkomunikasi secara terbuka dengan pelanggan	1	1 %	3	3 %	16	16 %	35	35 %	45	45 %

¹⁶⁴ Suranto, *Komunikasi Interpersonal*, 4.

Saya merasa puas dengan karyawan AW Coffee yang mau mendengarkan semua pembicaraan dengan baik	2	2 %	1	1 %	13	13 %	38	38 %	46	46 %
Karyawan AW Coffee selalu mengedepankan kepentingan pelanggan	1	1 %	1	1 %	17	17 %	42	42 %	39	39 %
Karyawan AW Coffee selalu memberi perhatian ekstra kepada pelanggan yang memberikan keluhan dan masukan	0	0 %	1	1 %	41	41 %	31	31 %	27	27 %
Karyawan AW Coffee menampilkan sikap dan perilaku yang baik ketika berkomunikasi dengan pelanggan	1	1 %	2	2 %	19	19 %	33	33 %	45	45 %

Tidak ada jarak antara karyawan AW Coffee dengan pelanggan dalam berkomunikasi	1	1 %	0	0 %	37	37 %	20	20 %	42	42 %
Karyawan AW Coffee menunjukkan rasa kebersamaan dan teman yang baik dalam berkomunikasi dengan pelanggan	0	0 %	0	0 %	49	49 %	23	23 %	28	28 %
Komunikasi yang dilakukan karyawan AW Coffee akan menimbulkan pelanggan merasa senang dan puas	1	1 %	1	1 %	21	21 %	35	35 %	42	42 %
Karyawan AW Coffee selalu berpikiran positif kepada pelanggan	2	2 %	2	2 %	19	19 %	39	39 %	38	38 %

Karyawan AW Coffee menghargai pelanggan ketika berkomunikasi	1	1 %	2	2 %	17	17 %	35	35 %	45	45 %
--	---	-----	---	-----	----	------	----	------	----	------

Sumber : Data Penelitian yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, data hasil angka untuk variabel Komunikasi interpersonal karyawan (X3) akan dijelaskan sebagai berikut:

Item 1 pertanyaan Karyawan AW Coffee menerima kritik dan masukan dari pelanggan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 32%, setuju 33%, netral 30%, tidak setuju 4%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Karyawan AW Coffee menerima kritik dan masukan dari pelanggan.

Item 2 pertanyaan Karyawan AW Coffe berkenan menyampaikan informasi penting kepada pelanggan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 31%, netral 24%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Karyawan AW Coffee berkenan menyampaikan informasi penting kepada pelanggan.

Item 3 pertanyaan Karyawan AW Coffee berkomunikasi secara terbuka dengan pelanggan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 35%, netral 16%, tidak setuju 3%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Karyawan AW Coffee berkomunikasi secara terbuka dengan pelanggan.

Item 4 pertanyaan Saya merasa puas dengan karyawan AW Coffee yang mau mendengarkan semua pembicaraan dengan baik, responden menyatakan sangat setuju sebesar 46%, setuju 38%, netral 13%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Saya merasa puas dengan karyawan AW Coffee yang mau mendengarkan semua pembicaraan dengan baik.

Item 5 pertanyaan Karyawan AW Coffee selalu mengedepankan kepentingan pelanggan, responden

menyatakan sangat setuju sebesar 39%, setuju 42%, netral 17%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Karyawan AW Coffee selalu mengedepankan kepentingan pelanggan.

Item 6 pertanyaan Karyawan AW Coffee selalu memberi perhatian ekstra kepada pelanggan yang memberikan keluhan dan masukan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 27%, setuju 31%, netral 41%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral terhadap Karyawan AW Coffee selalu memberi perhatian ekstra kepada pelanggan yang memberikan keluhan dan masukan.

Item 7 pertanyaan Karyawan AW Coffee menampilkan sikap dan perilaku yang baik ketika berkomunikasi dengan pelanggan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 33%, netral 19%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Karyawan AW Coffee menampilkan sikap dan perilaku yang baik ketika berkomunikasi dengan pelanggan.

Item 8 pertanyaan Tidak ada jarak antara karyawan AW Coffee dengan pelanggan dalam berkomunikasi, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 20%, netral 37%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Tidak ada jarak antara karyawan AW Coffee dengan pelanggan dalam berkomunikasi.

Item 9 pertanyaan Karyawan AW Coffee menunjukkan rasa kebersamaan dan teman yang baik dalam berkomunikasi dengan pelanggan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 28%, setuju 23%, netral 49%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral terhadap Karyawan AW Coffee menunjukkan rasa kebersamaan dan teman yang baik dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

Item 10 pertanyaan Komunikasi yang dilakukan karyawan AW Coffee akan menimbulkan pelanggan merasa senang dan puas, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 35%, netral 21%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

responden sangat setuju terhadap Komunikasi yang dilakukan karyawan AW Coffee akan menimbulkan pelanggan merasa senang dan puas.

Item 11 pertanyaan Karyawan AW Coffee selalu berpikiran positif kepada pelanggan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 38%, setuju 39%, netral 19 tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Karyawan AW Coffee selalu berpikiran positif kepada pelanggan.

Item 12 pertanyaan Karyawan AW Coffee menghargai pelanggan ketika berkomunikasi, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 35%, netral 17%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Karyawan AW Coffee menghargai pelanggan ketika berkomunikasi.

d. Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (*customer requirements*). Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai konsep yang bukan absolut, karena relatif atau sesuai dengan apa yang individu harapkan.¹⁶⁵

Berdasarkan tabulasi jawaban responden mengenai Kepuasan pelanggan yang berada di *AW Coffee* Mayong Jepara, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

¹⁶⁵ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, 175.

Tabel 13 Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pertanyaan	Total		Total		Total		Total		Total	
	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Pelayanan AW Coffee memberikan kepuasan dan membuat saya ingin berkunjung lagi	1	1 %	4	4 %	30	30 %	33	33 %	32	32 %
Berminat untuk membeli dan mengkonsumsi kembali produk di AW Coffee	1	1 %	2	2 %	24	24 %	31	31 %	42	42 %
Saya akan selalu membeli produk AW Coffee yang sudah pernah saya beli	1	1 %	3	3 %	16	17 %	35	35 %	45	45 %
Saya sering membicarakan keunggulan AW Coffee ketika berbicara dengan orang lain	2	2 %	1	1 %	13	13 %	38	38 %	46	46 %
Saya akan merekomendasikan AW Coffee	1	1 %	1	1 %	17	17 %	42	42 %	39	39 %

kepada kerabat										
Saya pernah memberi dorongan kepada teman untuk mengunjungi AW Coffee	1	1 %	1	1 %	21	21 %	35	35 %	42	42 %
Lebih memilih AW Coffee dibandingkan pesaing sejenis	2	2 %	2	2 %	19	19 %	39	39 %	38	38 %
Saya akan terus mengunggulkan AW Coffee kepada orang lain	1	1 %	2	2 %	17	17 %	35	35 %	45	45 %
AW Coffee memberikan informasi yang jujur antara iklan dan kenyataan	1	1 %	2	2 %	19	19 %	33	33 %	45	45 %
Adanya diferensiasi produk menjadikan saya mengunjungi AW Coffee	0	0 %	1	1 %	41	41 %	31	31 %	27	27 %

Saya berkeinginan mencari tahu tentang informasi produk terbaru yang disebar AW Coffee melalui akun media sosial resmi dari AW Coffee	1	1 %	2	2 %	19	19 %	33	33 %	45	45 %
Saya akan membeli varian produk lain AW Coffee pada pembelian selanjutnya	1	1 %	0	0 %	37	37 %	20	20 %	42	42 %

Sumber : Data Penelitian yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, data hasil angka untuk variabel Kepuasan pelanggan (Y) akan dijelaskan sebagai berikut:

Item 1 pertanyaan Pelayanan AW Coffee memberikan kepuasan dan membuat saya ingin berkunjung lagi, responden menyatakan sangat setuju sebesar 32%, setuju 33%, netral 30%, tidak setuju 4%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Pelayanan AW Coffee memberikan kepuasan dan membuat saya ingin berkunjung lagi.

Item 2 pertanyaan Berminat untuk membeli dan mengkonsumsi kembali produk di AW Coffee, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 31%, netral 24%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Berminat untuk membeli dan mengkonsumsi kembali produk di AW Coffee.

Item 3 pertanyaan Saya akan selalu membeli produk AW Coffee yang sudah pernah saya beli, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 35%, netral

16%, tidak setuju 3%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Saya akan selalu membeli produk AW Coffee yang sudah pernah saya beli.

Item 4 pertanyaan Saya sering membicarakan keunggulan AW Coffee ketika berbicara dengan orang lain, responden menyatakan sangat setuju sebesar 46%, setuju 38%, netral 13%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Saya sering membicarakan keunggulan AW Coffee ketika berbicara dengan orang lain.

Item 5 pertanyaan Saya akan merekomendasikan AW Coffee kepada kerabat, responden menyatakan sangat setuju sebesar 39%, setuju 42%, netral 17%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Saya akan merekomendasikan AW Coffee kepada kerabat.

Item 6 pertanyaan Saya pernah memberi dorongan kepada teman untuk mengunjungi AW Coffee, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 35%, netral 21%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Saya pernah memberi dorongan kepada teman untuk mengunjungi AW Coffee.

Item 7 pertanyaan Lebih memilih AW Coffee dibandingkan pesaing sejenis, responden menyatakan sangat setuju sebesar 38%, setuju 39%, netral 19%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Lebih memilih AW Coffee dibandingkan pesaing sejenis.

Item 8 pertanyaan Saya akan terus mengunggulkan AW Coffee kepada orang lain, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 35%, netral 17%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Saya akan terus mengunggulkan AW Coffee kepada orang lain.

Item 9 pertanyaan AW Coffee memberikan informasi yang jujur antara iklan dan kenyataan, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 33%, netral 19%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap AW

Coffee memberikan informasi yang jujur antara iklan dan kenyataan.

Item 10 pertanyaan Adanya diferensiasi produk menjadikan saya mengunjungi AW Coffee, responden menyatakan sangat setuju sebesar 27%, setuju 31%, netral 41%, tidak setuju 1%, sangat tidak setuju 0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap Adanya diferensiasi produk menjadikan saya mengunjungi AW Coffee.

Item 11 pertanyaan Saya berkeinginan mencari tahu tentang informasi produk terbaru yang disebar AW Coffee melalui akun media sosial resmi dari AW Coffee, responden menyatakan sangat setuju sebesar 45%, setuju 33%, netral 19%, tidak setuju 2%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Saya berkeinginan mencari tahu tentang informasi produk terbaru yang disebar AW Coffee melalui akun media sosial resmi dari AW Coffee.

Item 12 pertanyaan Saya akan membeli varian produk lain AW Coffee pada pembelian selanjutnya, responden menyatakan sangat setuju sebesar 42%, setuju 20%, netral 37%, tidak setuju 0%, sangat tidak setuju 1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap Saya akan membeli varian produk lain AW Coffee pada pembelian selanjutnya.

4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.¹⁶⁶

Dalam pengujian validitas instrumen dibantu dengan program SPSS 23 untuk menentukan apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Adapun hasil uji validitas instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

¹⁶⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta, Mediakom 2010), 90

Tabel 14 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Servicescape</i> (X1)	X1.1	0,377	0.1966	Valid
	X1.2	0,448	0.1966	Valid
	X1.3	0,261	0.1966	Valid
	X1.4	0,532	0.1966	Valid
	X1.5	0,567	0.1966	Valid
	X1.6	0,249	0.1966	Valid
	X1.7	0,697	0.1966	Valid
	X1.8	0,216	0.1966	Valid
	X1.9	0,329	0.1966	Valid
	X1.10	0,587	0.1966	Valid
	X1.11	0,623	0.1966	Valid
	X1.12	0,509	0.1966	Valid
	X1.13	0,697	0.1966	Valid
	X1.14	0,265	0.1966	Valid
	X1.15	0,443	0.1966	Valid
Variasi Menu (X2)	X2.1	0,701	0.1966	Valid
	X2.2	0,665	0.1966	Valid
	X2.3	0,474	0.1966	Valid
	X2.4	0,701	0.1966	Valid
	X2.5	0,679	0.1966	Valid
	X2.6	0,679	0.1966	Valid
	X3.1	0,414	0.1966	Valid

Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3)	X3.2	0,505	0.1966	Valid
	X3.3	0,287	0.1966	Valid
	X3.4	0,581	0.1966	Valid
	X3.5	0,561	0.1966	Valid
	X3.6	0,273	0.1966	Valid
	X3.7	0,605	0.1966	Valid
	X3.8	0,276	0.1966	Valid
	X3.9	0,362	0.1966	Valid
	X3.10	0,587	0.1966	Valid
	X3.11	0,630	0.1966	Valid
	X3.12	0,471	0.1966	Valid
	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,405	0.1966
Y2		0,485	0.1966	Valid
Y3		0,297	0.1966	Valid
Y4		0,550	0.1966	Valid
Y5		0,579	0.1966	Valid
Y6		0,581	0.1966	Valid
Y7		0,628	0.1966	Valid
Y8		0,505	0.1966	Valid
Y9		0,725	0.1966	Valid
Y10		0,251	0.1966	Valid
Y11		0,725	0.1966	Valid
Y12		0,221	0.1966	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa masing – masing item memiliki r hitung lebih besar dari r tabel

(0,1966) dan dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jika nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ maka dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah reliabel atau handal dan jika nilai *Cronbach Alpha* $\leq 0,60$ maka dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah tidak reliabel/ tidak handal.¹⁶⁷Tabel dibawah ini menunjukkan hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan alat bantu SPSS 23.

Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficients	Alpha	Keterangan
<i>Servicescape</i>	0,724	0,60	Reliabel
Variasi Menu	0,726	0,60	Reliabel
Komunikasi Interpersonal Karyawan	0,664	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,719	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang Diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas di atas, empat variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60, berdasarkan ketentuan diatas maka variabel dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas data adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil output dari pengujian normalitas dengan kolmogorov-smirnov adalah sebagai berikut:

¹⁶⁷ Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 185.

Tabel 16 Hasil Uji Normalitas dengan teknik Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98641693
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.036
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

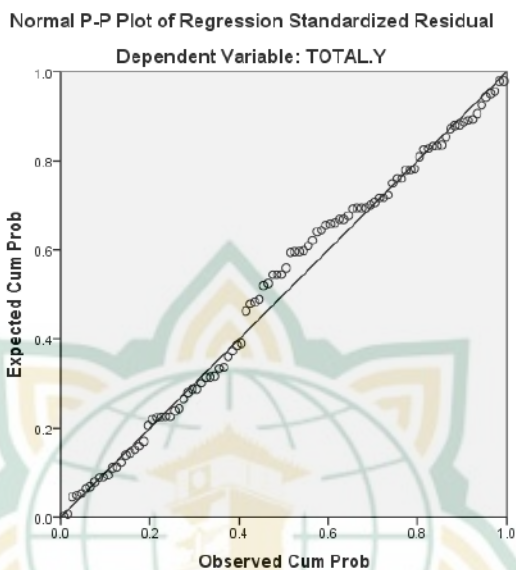
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer yang Diolah,2023

Berdasarkan data output SPSS pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig (2- tailed) sebesar 0,067 atau lebih besar dari 0,050 artinya data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilihat pada grafik Normal Probability plot, dimana data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal berarti bahwa pola tersebut berdistribusi normal, jadi model regresinya memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan grafik Probability Plot:

Gambar 3 Grafik Normal P. Plot



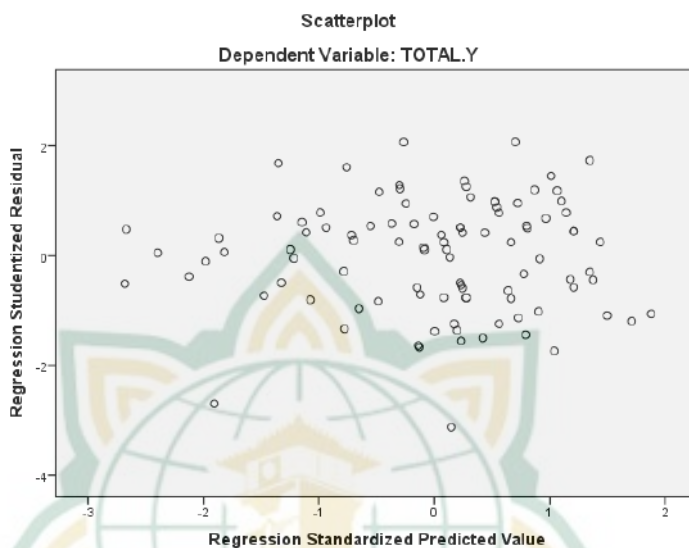
Sumber : Data Primer yang Diolah,2023

Berdasarkan hasil uji gambar normal p-plot menunjukkan bahwa titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal, maka variabel dependen memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamat yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam satu model regresi.¹⁶⁸

¹⁶⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*,
139

Gambar 4 Uji Heteroskedasitas

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Grafik scatterplot di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi ini. Selain dengan mengamati grafik scatterplot, uji heteroskedasitas juga dapat dilakukan dengan uji glejser. Uji glejser yaitu pengujian dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Output uji glejser adalah sebagai berikut:

Tabel 17 Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.377	.575		-.655	.514
Servicescape (X1)	-.033	.038	-.350	-.864	.390
Variasi Menu (X2)	-.072	.028	-.442	- 2.577	.011
Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3)	.103	.046	.900	2.250	.027

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Nilai sig variabel X1 sebesar 0,390 Nilai sig variabel X2 sebesar 0,011 dan X3 sebesar 0,027 lebih dari 0.05 artinya data variabel independen pada penelitian ini terhindar dari gejala heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk menguji penelitian dengan model uji regresi linier berganda.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, Nilai yang umumnya dipakai adalah nilai tolerance 0,01 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.¹⁶⁹

¹⁶⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*, 92.

Tabel 18 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.300	1.081		-2.129	.036		
<i>Servicescape</i> (X1)	.284	.064	.185	4.476	.000	.319	3.135
Variasi Menu (X2)	.232	.053	.151	4.412	.000	.313	3.200
Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3)	.274	.055	.178	5.005	.000	.327	3.055

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, nilai tolerance seluruh variable > 0,01. Di samping itu, nilai VIF seluruh variable juga > 10. Hal ini berarti bahwa variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yang berarti semua variabel dapat digunakan.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu

pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya).¹⁷⁰

Tabel 19 Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.982 ^a	.965	.964	1.002	1.880

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3), Variasi Menu (X2), *Servicescape* (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel output di atas diketahui nilai durbin-watson sebesar 1,880. Selanjutnya nilai ini akan kita bandingkan dengan nilai tabel durbin-watson pada signifikansi 5%. Nilai durbin-watson sebesar 1,880 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1.7364 dan lebih kecil dari (4-du) $(4-1.7364) = 2,2636$ atau bisa diringkas $1.7364 < 1,880 < 2,2636$ artinya data terhindar dari gejala autokorelasi.

6. Hasil Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *Servicescape*, Variasi Menu, Komunikasi Interpersonal Karyawan terhadap Kepuasan pelanggan pada *AW Coffee* Mayong Jepara.

Berdasarkan analisis dengan dengan program SPSS 23 diperoleh hasil regresi berganda sebagai berikut:

¹⁷⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariati dengan Program IBM SPSS*, 110.

**Tabel 20 Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.300	1.081		-2.129	.036
<i>Servicescape</i> (X1)	.271	.072	.304	3.756	.000
Variasi Menu (X2)	.232	.053	.151	4.412	.000
Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3)	.596	.086	.555	6.949	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

$$Y = a + Bx_1 + Bx_2 + Bx_3 + e$$

$$Y = -2,300 + 0,271X_1 + 0,232X_2 + 0,596X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

x₁: *Servicescape*

x₂: Variasi Menu

x₃: Komunikasi Interpersonal Karyawan

b₁: Koefisien Regresi Variabel *Servicescape*

b₂: Koefisien Regresi Variabel Variasi Menu

b₃: Koefisien Regresi Variabel Komunikasi Interpersonal Karyawan

e : Pengganggu (Error)

Dari persamaan regresi linier di atas dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut:

1) Konstanta = -2,300

Nilai konstanta (a) berada negatif yaitu sebesar -2,300 artinya variabel *Servicescape*, Variasi Menu, Komunikasi Interpersonal Karyawan dianggap konstan (nilainya 0) maka rata-rata Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar -2,300.

2) Koefisien X1 = 0,271

Nilai hasil koefisien regresi variabel *Servicescape* bertanda positif artinya hubungan positif antara *Servicescape* (b_1) dengan Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 0,271 artinya setiap kenaikan *Servicescape* sebesar 100% maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 27,1%, semakin tinggi *Servicescape* maka semakin meningkatkan Kepuasan pelanggan.

3) Koefisien $X_2 = 0,232$

Nilai hasil koefisien regresi variabel Variasi Menu bertanda positif artinya hubungan positif antara Variasi Menu (b_2) dengan Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 0,232 artinya setiap kenaikan Variasi menu sebesar 100% maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 23,2%, semakin tinggi Variasi menu maka semakin meningkatkan Kepuasan pelanggan.

4) Koefisien $X_3 = 0,596$

Nilai hasil koefisien regresi variabel Komunikasi Interpersonal Karyawan bertanda positif artinya hubungan positif antara Komunikasi Interpersonal Karyawan dengan Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 0,596 artinya setiap kenaikan Komunikasi Interpersonal Karyawan sebesar 100% maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 59,6% semakin tinggi Komunikasi Interpersonal Karyawan maka semakin meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi ganda ini digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka semakin baik. Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada output Model Summary. Berikut ini merupakan hasil perhitungan koefisien determinasi.

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.982 ^a	.965	.964	1.002

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3), Variasi Menu (X2), *Servicescape* (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Dari analisis hasil uji Koefisien Determinasi tersebut dapat dilihat bahwa nilai adjusted R Square dalam tabel adalah 0,964. Besarnya angka koefisien determinasi 0,964 sama dengan 96,4%. Hal ini berarti *Servicescape*, Variasi Menu, Komunikasi Interpersonal Karyawan mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 96,4% terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan. Sedangkan sisanya 3,6 % dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini atau nilai error.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh secara bersama sama dan signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji Koefisien Regresi secara simultan (Uji F) yang dibantu dengan SPSS 23.

Tabel 21 Hasil Uji Koefisien Regresi secara simultan (UJI F) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2641.781	3	880.594	877.588	.000 ^b
Residual	96.329	96	1.003		
Total	2738.110	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3), Variasi Menu (X2), *Servicescape* (X1)

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

F-Tabel = (n-k) = (100-3) = F-Tabel 97 = 2.70.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ($877,588 > 2.70$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara *Servicescape*, Variasi Menu, Komunikasi Interpersonal Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara.

d. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji T adalah pengujian yang digunakan untuk memperoleh informasi apakah dalam model regresi variabel *Servicescape*, Variasi Menu, Komunikasi Interpersonal Karyawan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak maka akan dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} berikut adalah hasil perhitungan t_{hitung} yang dibantu dengan program SPSS 23.

Tabel 22 Hasil Uji koefisien Regresi Secara Parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.300	1.081		-2.129	.036
<i>Servicescape</i> (X1)	.271	.072	.304	3.756	.000
Variasi Menu (X2)	.232	.053	.151	4.412	.000
Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3)	.596	.086	.555	6.949	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut:

1) Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan AW Coffee Mayong Jepara

Dalam pengujian satu sisi dari hasil output SPSS pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,756 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai T_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (pengujian dua sisi) dengan degree of freedom (df) = $n-k-1$ atau $(100-3-1) = t\text{-Tabel } 96 = 1.98498$. dari hasil perbandingan menunjukkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,756 > 1,98498$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara.

2) Pengaruh Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan AW Coffee Mayong Jepara

Dalam pengujian satu sisi dari hasil output SPSS pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,412 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai T_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (pengujian dua sisi) dengan degree of freedom (df) = $n-k-1$ atau $(100-3-1) = t\text{-Tabel } 96 = 1.98498$. dari hasil perbandingan menunjukkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,412 > 1,98498$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara.

3) Pengaruh Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan AW Coffee Mayong Jepara

Dalam pengujian satu sisi dari hasil output SPSS pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,949 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai T_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (pengujian dua sisi) dengan degree of freedom (df) = $n-k-1$ atau $(100-3-1) = t_{Tabel } 96 = 1.98498$. dari hasil perbandingan menunjukkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,949 > 1,98498$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Komunikasi Interpersonal Karyawan

Terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada pembahasan hasil penelitian ini, penting untuk diingat bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis banyak elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan pengunjung *AW Coffee* Mayong Jepara sebagai subjek penelitian. Sedangkan faktor-faktor tersebut dalam ketentuan peneliti terbatas pada variabel *Servicescape*, Variasi Menu dan Komunikasi Interpersonal Karyawan, yang akan dibahas sebagaimana berikut:

Tabel 23 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

No	Keterangan	Nilai
1	Konstanta <i>Servicescape</i> (X1) Variasi Menu (X2) Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3)	-2,300 0,271 0,232 0,596
2	R Square Adjusted R Square Std. Error of the estimate	0,965 0,964 1,002
3	Nilai F	877,588
4	Nilai t <i>Servicescape</i> (X1) Nilai t Variasi Menu (X2) Nilai t Komunikasi Interpersonal Karyawan (X3)	3.756 (0,000) 4.412 (0,000) 6.949 (0,000)

1. Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara

Lingkungan layanan atau *servicescape* merupakan lingkungan fisik dan elemen-elemen yang mempengaruhi perilaku *customer* dan bentuk pengalaman *customer* tersebut dalam mengkonsumsi jasa.

Hasil menunjukkan statistic *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,756 dan t_{tabel} 1,98498, ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,7566 > 1,98498$) dengan p value (sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan pada *AW Coffee* Mayong Jepara, sehingga hipotesis (H1) yang menyatakan *servicescape* (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *AW Coffee* Mayong Jepara.

Diterima

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Remita Miranti dan Amirul Mukminin yang berjudul “*Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pegadaian (Persero) Cabang Bima*”, berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *servicescape* terhadap kepuasan konsumen adalah berkorelasi positif dan signifikan.¹⁷¹

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, *servicescape* secara umum digunakan untuk menjabarkan fasilitas fisik secara keseluruhan dalam sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan. Tujuan dari *servicescape* ini sangatlah beragam di setiap responnya dan ini akan selalu berbeda dari satu orang ke orang yang lain. Setiap personal seseorang berbeda, maka menyebabkan keputusan respon yang berbeda pula. Kondisi fisik lingkungan layanan yang dialami oleh pelanggan juga memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (atau mengurangi) kepuasan pelanggan, khususnya pada jasa pada tingkat kontak yang tinggi dan melibatkan manusia dalam prosesnya.

2. Pengaruh Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara

Variasi menu merupakan varian makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner, yang memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan. Variasi menu juga dibedakan berdasarkan resep masakan, cara pengolahan, bahan makanan, sampai dengan jenis makanan dalam suatu hidangan.

Hasil menunjukkan statistic variasi menu terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,412 dan t_{tabel} 1,98498, ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,412 > 1,98498$) dengan p value (sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *AW Coffee* Mayong Jepara, sehingga

¹⁷¹ Remita Miranti dan Amirulmukminin, “*Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pegadaian (Persero) Cabang Bima*”, 641.

hipotesis (H2) yang menyatakan variasi menu (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *AW Coffee* Mayong Jepara.

Diterima

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Felinda Frika Astuti, dkk dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso*”, berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan variasi menu, cita rasa, persepsi harga dan kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi menunjukkan bahwa masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.¹⁷²

Berdasarkan hasil penelitian yang diuji oleh peneliti, dapat diketahui bahwa semakin banyak variasi menu pada *AW Coffee* Mayong Jepara maka akan meningkatkan kepuasan pada diri pelanggan, begitu juga sebaliknya. Variasi menu yang dimiliki *AW Coffee* Mayong Jepara termasuk dalam kategori baik sesuai pernyataan responden, hal ini disebabkan *AW Coffee* Mayong Jepara memiliki variasi menu yang beragam, sehingga dapat memenuhi keinginan pelanggan yang memiliki selera yang berbeda – beda.

3. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara

Komunikasi interpersonal adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk memberikan pesan berupa informasi, pendapat ataupun yang lainnya yang mampu menciptakan suatu perubahan perilaku yang positif atau sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penyampai pesan.

Hasil menunjukkan statistic komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 6,949 dan t_{tabel} 1,98498, ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,949 > 1,98498$) dengan p value (sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel komunikasi interpersonal karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *AW Coffee*

¹⁷²Felinda Frika Astuti, dkk, “*Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso*”, 159.

Mayong Jepara, sehingga hipotesis (H3) yang menyatakan komunikasi interpersonal karyawan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *AW Coffee* Mayong Jepara. **Diterima**

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Miftah Rizki Putri Pambayun dan Dewi K Soedarsono dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Komunikasi Interpersonal Barista Terhadap Kepuasan Konsumen*”, berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan komunikasi interpersonal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹⁷³

Berdasarkan hasil penelitian yang diuji oleh peneliti, komunikasi interpersonal karyawan mempengaruhi kepuasan pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara. Hal ini disebabkan karyawan *AW Coffee* Mayong Jepara memiliki keterampilan yang cukup baik, sehingga komunikasi interpersonal yang terjalin antara karyawan dengan konsumen begitu maksimal, selain itu semakin rendah kemampuan komunikasi interpersonal yang diberikan oleh karyawan, maka semakin rendah juga kepuasan pelanggan.

4. **Pengaruh *Servicescape*, Variasi Menu dan Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara**

Pengaruh *Servicescape*, Variasi Menu dan Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara, Berdasarkan nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ($877,588 > 2.70$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak H_a diterima yang artinya bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara *Servicescape*, Variasi Menu, Komunikasi Interpersonal Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (*customer requirements*). Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai konsep yang bukan absolut, karena relatif atau sesuai dengan apa yang individu harapkan.¹⁷⁴

¹⁷³ Miftah Rizki Putri Pambayun dan Dewi K Soedarsono, “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Barista Terhadap Kepuasan Konsumen”, 6.

¹⁷⁴ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*, 175.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dianalisis bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian Dony Eko Wirawan dan Ismunandar¹⁷⁵, Miftah Rizki Putri Pambayun dan Dewi K Soedarsono¹⁷⁶ serta Felinda Frika Astuti, dkk.¹⁷⁷ Konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan setelah melakukan pengunjungan pada suatu tempat maupun setelah melakukan pembelian suatu produk. Penataan kondisi lingkungan fisik (*servicescape*) merupakan hal yang sangat penting berdampak langsung pada kepuasan konsumen atas jasa yang diberikan, peneliti juga berasumsi bahwa pelanggan selalu ingin merasakan semua menu yang tersedia, selain itu karyawan *AW Coffee* Mayong Jepara telah memiliki keterampilan komunikasi yang cukup baik, sehingga komunikasi interpersonal yang terjalin antar karyawan dan konsumen dapat berhasil. Hal ini yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan pada *AW Coffee* Mayong Jepara sudah bagus, dimana ketika sudah merasakan kenyamanan pada *AW Coffee* Mayong Jepara, merasakan menu dan merasakan pelayanan yang diberikan pada *AW Coffee* Mayong Jepara, maka mereka akan merekomendasikan kepada keluarga ataupun mengajak teman untuk ikut merasakan menu yang ada pada *AW Coffee* Mayong Jepara.

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian, kajian teori serta hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Servicescape*, Variasi Menu dan Komunikasi Interpersonal Karyawan berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan *AW Coffee* Mayong Jepara. Kondisi fisik lingkungan layanan yang dialami oleh pelanggan juga memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (atau mengurangi) kepuasan pelanggan. Variasi menu yang ditawarkan serta keterampilan komunikasi antar karyawan dan konsumen yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

¹⁷⁵ Dony Eko Wirawan dan Ismunandar, "Pengaruh *Servicescape* dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Uma Ilo Peta Kota Bima," 395.

¹⁷⁶ Miftah Rizki Putri Pambayun dan Dewi K Soedarsono, "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Barista Terhadap Kepuasan Konsumen", 6.

¹⁷⁷ Felinda Frika Astuti, dkk, "Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso", 159.