

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Nama kafe : Kafe Rolet
 Tahun Berdiri : 2010
 Jenis Usaha : Kafe
 Nama Pendiri : Karang taruna kelompok sadar wisata (Pokdarwis)
 Lokasi : ds. Kelet kec. Keling Kab. Jepara
 Jam Operasional : 9.00 pagi sampai 23.00 Malam

2. Sejarah Singkat Kafe Rolet

Cerita awal Angkringan Rolet View kawasan Rolet ini sebenarnya baru muncul sekitar tahun 2010 lalu. Kala itu sebuah jembatan penghubung anatar dukuh klero dan desa Kelet dibangun disana. Setelah jadi tak disangka jembatan tersebut dijadikan tempat foto oleh anak-anak muda. Akhirnya dari anak-anak karang taruna kelompok sadar wisata (Pokdarwis) desa kelet melihat potensi kawasan tersebut untuk dijadikan tempat wisata. Istilah Rolet sendiri sebenarnya baru muncul setelah ada bangunan jembatan penghubung anantara dukuh Klero (desa Klepu) dan Kelet akhirnya dibuat nama Rolet.

Berbekal bangunan punya gapoktan (kelompok tani bantuna pemerintah) yang merangkak, anak-anak karang taruna menemukan ide untuk membuat angkringan yang berada ditengah sawah. Setelah dikelola dengan uang dari urunan anak karang taruna tak disangka angkringan Rolet mengalami kemajuan yang sangat pesat.

Seiring berjalannya waktu angkringan kafe Rolet diambil alih oleh pemilik lahan yang kemudian berubah menjadi cafe Rolet. Sementara dari anak-anak karang taruna membuat tempat baru yang dulunya bernam angkringan rolet berubah menjadi “Rolet View”. Rolet View ini dikelola oleh anak-anak karang taruna membuat tempat baru yang dulunya bernama angkringan rolet berubah menjadi “Rolet View”. Rolet View ini dikelola oleh anak-anak karang taruna yang membentuk Pokdarwis (kelompok sadar wisata). Dengan memperkejakan 15 karyawan dari anak-anak karang taruna yang semula tidak mempunyai pekerjaan tetap. Rolet view ini mempunyai omset perhari rata-rata 4-5 juta dihari biasa.

Sedangkan untuk weekend sabtu samapi minggu 7-8 juta rupiah.

3. Daftar Menu Makanan dan Minuman Kafe Rolet

Dikafe Rolet terdapat empat 4 stand, setiap stand akan menawarkan menu-menu terbaik mereka, aneka kopi , aneka cemilan, dan makanan berat. Suasana yang ditawarkan di Kafe Rolet tenang karena berada dipersawahan. Cocok untuk dinikmati sunset yang indah bersama teman ataupun keluarga. Banyak pilihan untuk menu makanan dan minuman.

View bagus dapat dinikmati dengan hidangan sambil melihat pemandangan alam. Tempatnya bagus instagrammable, bersih, nyaman, banyak spot foto, pemandangannya bagus, makanannya enak dan harganya terjangkau. Berikut ini daftar menu makanan yang ditawarkan:

Tabel 4.1
Daftar Harga Menu Makanan Kafe Rolet

No.	Nama Makanan	Harga(Rp)
1.	Sate Ayam Maranggi	18.000
2	Bebek Goreng	25.000
3	Ayam Goreng Kalasan	18.000
4	Ayam Geprek	13.000
5	Ayam Goreng Sambal Mastah	15.000
6	Chicken Asam Manis	10.000
7	Telur Dadar	10.000
8	Kentang Goreng	6.000
9	Mendoan	4.000
10	Pisang Keju	10.000
11	Pisang Coklat	10.000

Sedangkan untuk daftar harga menu minuman yaitu berikut ini:

Tabel 4.2
Daftar Harga Menu Minuman Kafe Rolet

No.	Nama Minuman	Harga (Rp)
1	Kopi Tempur	4.000
2	Kopi Arabika	6.000
3	Kopi Lanang	8.000
4	Kopi Jahe	4.000
5	Es Coklat	4.000

6	Es Milo	5.000
7	Es Jeruk	3.000

B. Deskripsi Hasil Data Penelitian

1. Deskripsi Identitas Responden

a. Deskripsi Responden berdasarkan Usia

Dari kuesioner yang telah terkumpul didapatkan dengan jumlah responden menurut usia yaitu berikut ini:

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah	Presentase
17-25 tahun	89	89,0%
26-35 tahun	11	11,0%
36-45 tahun	0	0%
46-55 tahun	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

Dari tabel 4.3 didapatkan bahwa responden yang mempunyai usia 17-25 tahun sebanyak 89 orang atau 89,0%, yang berusia antara 26-35 tahun sebanyak 11 atau 11,0%, yang berusia 36-45 tahun sebanyak 0 orang atau 0% dan yang berusia 46-55 tahun sebanyak 0 responden.

b. Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari kuesioner yang telah dikumpulkan didapatkan jumlah responden menurut jenis kelamin yaitu berikut ini:

Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	32	32,0%
Perempuan	68	68,0%
Jumlah	100	100%

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

Dari tabel 4.4 diatas, diperoleh mengenai jenis kelamin dari responden konsumen Café Rolet yang

diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 32 orang atau 32,0%. Sedangkan responden perempuan sebanyak 68 orang atau 68,0%.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pada kuesioner yang telah dikumpulkan didapatkan tabel mengenai jumlah responden menurut pendidikan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	1	1,0%
SMP	11	11,0%
SMA	36	36,0%
Diploma	15	15,0%
S1	37	37,0%
Jumlah	100	100%

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

Pada tabel 4.5 diperoleh responden yang lulusan SD sebanyak 1 orang atau 1,0%, yang lulus SMP sebanyak 11 orang atau 11,0% , yang lulus SMA sebanyak 36 orang atau 36,0%, yang lulusan diploma sebanyak 15 orang atau 15,0% dan yang lulusan S1 sebanyak 37 orang atau 37,0% responden.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada kuesioner yang telah dikumpulkan didapatkan tabel mengenai jumlah responden mengenai pekerjaan yaitu:

Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Wiraswasta	35	35,0%
Mahasiswa/Pelajar	48	48,0%
Karyawan	17	17,0%
PNS	0	0
Jumlah	100	100

Sumber: *Data primer yang diolah, 2021*

Pada tabel 4.6 didapatkan responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar menduduki peringkat tertinggi dengan jumlah 48,0% (48 responden).

Diikuti oleh pekerjaan sebagai wiraswasta 35,0% (35 responden), dan pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 17,0% (17 responden).

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Datang Responden

Pada kuesioner yang telah dikumpulkan didapatkan tabel dengan jumlah responden mengenai frekuensi datang dari responden, yaitu:

Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Datang Responden

Frekuensi Datang	Jumlah	Presentase
1 kali	29	29,0%
2 kali	15	15,0%
3 kali	12	12,0%
4 kali	14	14,0%
>5 kali	30	30,0%
Jumlah	100	100

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

Dari tabel 4.7 diperoleh responden dengan frekuensi datang sebanyak >5 kali menduduki peringkat tertinggi dengan jumlah 30,0% (30 responden). Diikuti dengan frekuensi datang sebanyak 1 kali dengan jumlah 29,0% (29 responden), diikuti dengan frekuensi datang sebanyak 2 kali dengan jumlah 15,0% (15 responden), diikuti dengan frekuensi datang 4 kali sebanyak 14,0% (14 responden) dan frekuensi datang sebanyak 3 kali sebanyak 12,0% (12 responden).

2. Deskripsi Angket

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Respon dari responden tentang variabel kualitas pelayanan yaitu berikut ini:

Tabel 4.8
Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
KualitasPelayanan1	0	0%	1	1,0%	14	14,0%	68	68,0%	17	17,0%
KualitasPelayanan2	0	0%	0	0%	20	20,0%	59	59,0%	21	21,0%
KualitasPelayanan3	1	1,0%	2	2,0%	27	27,0%	60	60,0%	10	10,0%
KualitasPelayanan4	0	0%	1	1,0%	32	32,0%	59	59,0%	8	8,0%
KualitasPelayanan5	1	1,0%	5	5,0%	27	27,0%	61	61,0%	6	6,0%
KualitasPelayanan6	0	0%	1	1,0%	25	25,0%	67	67,0%	7	7,0%
KualitasPelayanan7	0	0%	0	0%	18	18,0%	59	59,0%	23	23,0%

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

- 1) Untuk poin kualitas pelayanan pertama, dinyatakan 1% responden dinyatakan tidak setuju, 14% dinyatakan netral, 68% dinyatakan setuju dan 17% dinyatakan sangat setuju.
 - 2) Untuk poin kualitas pelayanan kedua, dinyatakan 20% menyatakan netral, 59% dinyatakan setuju dan 21% dinyatakan sangat setuju.
 - 3) Untuk poin kualitas pelayanan ketiga, dinyatakan 1% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2% dinyatakan tidak setuju, 27% dinyatakan netral, 60% dinyatakan setuju dan 10% dinyatakan sangat setuju.
 - 4) Untuk poin kualitas pelayanan keempat, dinyatakan 1% menyatakan tidak setuju, 32% dinyatakan netral, 59% menyatakan setuju dan 8% dinyatakan sangat setuju.
 - 5) Untuk poin kualitas pelayanan kelima, dinyatakan 1% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5% menyatakan tidak setuju, 27% menyatakan netral, 61% menyatakan setuju dan 6% menyatakan sangat setuju.
 - 6) Untuk poin kualitas pelayanan keenam, 1% menyatakan tidak setuju, 25% menyatakan netral, 67% menyatakan setuju dan 7% menyatakan sangat setuju.
 - 7) Untuk poin kualitas pelayanan ketujuh, menyatakan 18% menyatakan netral, 59% menyatakan setuju dan 23% menyatakan sangat setuju.
- b. Variabel Lokasi
- Jawaban dari responden mengenai variabel lokasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Frekuensi Variabel Lokasi

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Lokasi1	1	1,0%	9	9,0%	33	33,0%	48	48,0%	9	9,0%
Lokasi2	0	0%	11	11,0%	25	25,0%	55	55,0%	9	9,0%
Lokasi3	0	0%	21	21,0%	32	32,0%	38	38,0%	9	9,0%
Lokasi4	0	0%	5	5,0%	27	27,0%	59	59,0%	9	9,0%
Lokasi5	0	0%	7	7,0%	27	27,0%	56	56,0%	10	10,0%
Lokasi16	0	0%	18	18,0%	34	34,0%	46	46,0%	2	2,0%
Lokasi7	1	1,0%	9	9,0%	39	39,0%	42	42,0%	9	9,0%
Lokasi8	0	0%	1	1,0%	28	28,0%	56	56,0%	15	15,0%

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

- 1) Untuk poin lokasi pertama, dinyatakan 1% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9% dinyatakan tidak setuju, 33% dinyatakan netral, 48% dinyatakan setuju dan 9% dinyatakan sangat setuju.
- 2) Untuk poin lokasi kedua, dinyatakan 11% menyatakan tidak setuju, 25% dinyatakan netral, 55% dinyatakan setuju dan 9% dinyatakan sangat setuju.
- 3) Untuk poin lokasi ketiga, dinyatakan 21% menyatakan tidak setuju, 32% dinyatakan netral, 38% dinyatakan setuju dan 9% dinyatakan sangat setuju.
- 4) Untuk poin lokasi keempat, dinyatakan 7% menyatakan tidak setuju, 27% dinyatakan netral, 59% dinyatakan setuju dan 9% dinyatakan sangat setuju.
- 5) Untuk poin lokasi kelima, dinyatakan 7% menyatakan tidak setuju, 27% dinyatakan netral, 56% dinyatakan setuju dan 10% dinyatakan sangat setuju.
- 6) Untuk poin lokasi keenam, dinyatakan 18% menyatakan tidak setuju, 34% dinyatakan netral, 46% dinyatakan setuju dan 2% dinyatakan sangat setuju.
- 7) Untuk poin lokasi ketujuh, dinyatakan 1% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9% dinyatakan tidak setuju, 39% dinyatakan netral, 42% dinyatakan setuju dan 9% dinyatakan sangat setuju.
- 8) Untuk poin lokasi kedelapan, dinyatakan 1% menyatakan tidak setuju, 28% dinyatakan netral, 56% dinyatakan setuju dan 15% dinyatakan sangat setuju.

- c. Variabel Kepuasan Konsumen
 Jawaban dari responden mengenai variabel kepuasan konsumen yaitu:

Tabel 4.10
Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
KepuasanKonsumen1	0	0%	2	2,0%	33	33,0%	66	66,0%	9	9,0%
KepuasanKonsumen2	0	0%	4	4,0%	38	38,0%	56	56,0%	2	2,0%
KepuasanKonsumen3	0	0%	2	2,0%	24	24,0%	57	57,0%	3	3,0%
KepuasanKonsumen4	0	0%	2	2,0%	24	24,0%	60	60,0%	14	14,0%
KepuasanKonsumen5	0	0%	0	0%	28	28,0%	57	57,0%	15	15,0%

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2021*

- 1) Untuk poin kepuasan konsumen pertama, dinyatakan 0% menyatakan tidak setuju, 33% dinyatakan netral, 66% dinyatakan setuju dan 9% dinyatakan sangat setuju.
- 2) Untuk poin kepuasan konsumen kedua, dinyatakan 4% menyatakan tidak setuju, 38% dinyatakan netral, 56% dinyatakan setuju dan 2% dinyatakan sangat setuju.
- 3) Untuk poin kepuasan konsumen ketiga dinyatakan 2% menyatakan tidak setuju, 39% dinyatakan netral, 57% dinyatakan setuju dan 3% dinyatakan sangat setuju.
- 4) Untuk poin kepuasan konsumen keempat, dinyatakan 2% menyatakan tidak setuju, 24% dinyatakan netral, 60% dinyatakan setuju dan 14% dinyatakan sangat setuju.
- 5) Untuk poin kepuasan konsumen kelima, dinyatakan 28% menyatakan netral, 57% dinyatakan setuju dan 15% dinyatakan sangat setuju.

C. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas

Responden yang dipakai untuk pengukuran uji validitas yaitu berjumlah 100 responden. Duwi Priyatno mengatakan apabila disebut valid bila r hitung $>$ r tabel.¹ Untuk riset ini dalam menentukan r tabel menggunakan

¹ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), 81.

rumus $df = (n-2)$ yakni $100-2= 98$ sehingga didapatkan nilai r tabel sebesar 0,195.

Untuk hasil pengujian validitas untuk disetiap variabel digunakan program SPSS versi 21.0 yaitu:

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No. Butir Instrumen	Variabel	<i>Person Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,613	0,195	Valid
2.		0,577	0,195	Valid
3.		0,759	0,195	Valid
4.		0,777	0,195	Valid
5.		0,739	0,195	Valid
6.		0,657	0,195	Valid
7.		0,630	0,195	Valid

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Dari tabel diatas poin kuesioner untuk variabel pada variabel kualitas pelayanan tersebut memperlihatkan seluruh nilai *person correlation* lebih dari r tabel (0,195) yang berarti semua pertanyaan dikatakan valid. Adapun hasil uji validitas variabel lokasi tersaji dalam tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)

No. Butir Instrumen	Variabel	<i>Person Correlation</i>	R Tabel	Keterangan
1.	Lokasi	0,628	0,195	Valid
2.		0,636	0,195	Valid
3.		0,729	0,195	Valid
4.		0,549	0,195	Valid
5.		0,477	0,195	Valid
6.		0,513	0,195	Valid
7.		0,426	0,195	Valid
8.		0,495	0,195	Valid

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Dari tabel diatas poin kuesioner untuk variabel lokasi memperlihatkan seluruh nilai *person correlation* lebih dari r tabel (0,195) yang berarti semua pertanyaan dikatakan valid.

Adapun hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen tersaji dalam tabel 4.13.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No. Item	Variabel	Person Correlation	R Tabel	Keterangan
1.	Kepuasan Konsumen	0,790	0,195	Valid
2.		0,728	0,195	Valid
3.		0,749	0,195	Valid
4.		0,755	0,195	Valid
5.		0,742	0,195	Valid

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Berdasarkan tabel diatas diketahui poin kuesioner untuk variabel kepuasan konsumen tersebut memperlihatkan seluruh nilai *person correlation* lebih dari r tabel (0,195) yang artinya semua pertanyaan dikatakan valid.

2. Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas ini memakai uji statistik *Cronboach Alpha (a)*. Ketentuan yang digunakan apabila instrument tersebut disebut reliabel adalah jika nilai yang diperoleh dari hasil pengujian statistik *Crobach's Alpha* > 0,60. Begitu dengan kebalikanya apabila nilai jika *Cronbach's Alpha* yang didapatkan memiliki nilai koefisien lebih kecil (< 0,60), artinya tidak reliabel.² Berikut ini hasil dari uji reliabilitas pada variabel penelitian:

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,805	Reliabel
2.	Lokasi	0,686	Reliabel
3.	Kepuasan Konsumen	0,808	Reliabel

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Pada tabel diatas disebutkan bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,805 , variabel lokasi sebesar 0,686 serta variabel kepuasan

²Duwi Prayitno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 98.

konsumen sebesar 0,808. Artinya bahwa semua variabel tersebut mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari (0,60). Hal ini berarti dinyatakan semua variabel dinyatakan reliabel.

3. Hasil Uji Prasyarat

a. Uji Multikolinearitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah disetiap variabel saling berhubungan secara linear. Pengujian ini bisa diukur dengan *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kriteria yang digunakan untuk uji ini yaitu apabila nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan VIF < 10. Apabila nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka bisa disebutkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.³ Untuk hasil pengujian ini bisa dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.652	1.534
	Lokasi	.652	1.534

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Pada tabel 4.15 diatas menyatakan bahwa nilai *tolerance* variabel Kualitas Pelayanan diperoleh sebesar 0,652 serta variabel Lokasi sebesar 0,652. Nilai VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan yang didapatkan sebesar 1,534 serta variabel lokasi memperoleh sebesar 1,534. Setiap variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10 serta nilai VIF < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas untuk itu bisa memenuhi syarat analisis regresi.

b. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu hubungan yang terjadi diantara residual di satu pengamatan dengan pengamatan lain di model regresi. Ketentuan pada pengujian ini memakai

³ Duwi Prayitno, *Spss 22 (Pengolahan Data Terpraktis)*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2014), 104.

metode pengujian *Durbin-Waston* (uji DW).⁴ Untuk hasil dari pengujian ini bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b	
Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1.741	2.085

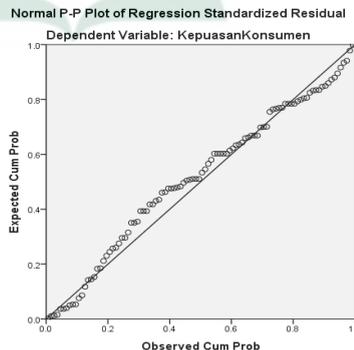
- a. Predictors: (Constant), Lokasi, KualitasPelayanan
 - b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen
- Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa nilai *Durbin-Waston* yang diperoleh pada model regresi yaitu sebesar 2,085. Sedangkan pada tabel *Durbin-Waston* yang menggunakan signifikansi 0,05 serta jumlah (n) = 100 serta k = 2 memperoleh nilai dL sebesar 1,6337 serta dU sebsar 1,7152 serta 4-dU = 2,2848 maka $dU < DW < 4-dU$ atau $1,712 < 2,085 < 2,2848$, untuk itu bisa ditarik kesimpulan bahwa dalam riset ini tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Normalitas

Pengujian normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen serta variabel independen keduanya memiliki penyebaran data normal ataukah tidak. Distribusi data yang baik yaitu yang mempunyai penyebaran data normal atau mendekati normal. Berikut ini hasil dari uji normalitas:

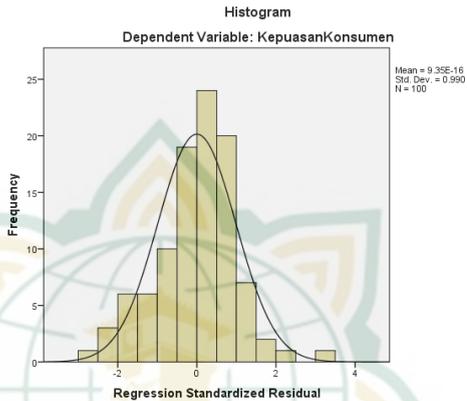
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability P-Plot



⁴ Duwi Prayitno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 87.

Dari gambar diatas memperlihatkan bahwa data tersebut menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah diagonal. Sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut adalah berdistribusi secara normal.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas menggunakan Histogram



Pada gambar diatas menunjukkan bahawa kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. sehingga bisa dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18.6300000
	Std. Deviation	1.61827724
	Absolute	.064
Most Extreme Differences	Positive	.042
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.635
Asymp. Sig. (2-tailed)		.815

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

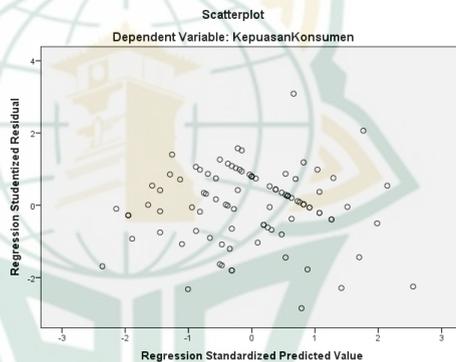
Pada tabel tersebut memperlihatkan nilai SIG sebesar 0,815 sehingga nilainya > 0,05. Untuk itu, bisa

disimpulkan bahwa penyebaran data tersebut adalah normal.

d. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian pada residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Apabila varian pada residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain tetap artinya homoskedastisitas serta apabila berbeda maka dikatakan heteroskedastisitas. Ketentuan untuk model regresi yang baik yaitu yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada tabel diatas disebutkan bahwa tidak memiliki pola yang teratur, titik-titikpun menyebar diatas serta dibawah 0 dari sumbu Y yang mana tidak memiliki pola yang teratur. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 4.18 Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KualitasPelayanan	100	19	34	27.03	3.047
Lokasi	100	22	38	28.59	3.519
KepuasanKonsumen	100	12	25	18.63	2.364
Valid N (listwise)	100				

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Pada tabel 4.18 disebutkan bahwa keseluruhan sampel (N) berjumlah 100 responden. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai minimum 19 serta nilai maksimum 34 sedangkan untuk nilai rata-ratanya 27,03 serta standar devisiasinya sebesar 3,047. Variabel lokasi mempunyai nilai minimum 22 serta nilai maksimum 38 sedangkan nilai rat-ratnya sebesar 28,59 serta standar devisianya sebesar 3,159. Variabel kepuasan konsumen mempunyai niali minimum 12 serta nilai maksimum 25 sedangkan untuk nilai rat-ratanya 18,63 serta standar devisianya sebesar 2,364.

5. Hasil Statistik Inferensial

Pada analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis serta riset yang sudah disusun sebelumnya ialah digunakan untuk mengetahui dampaknya seberapa jauh variabel bebas serta variabel terikat.. berikut ini persamaan yang telah diuraikan dengan variabel-variabel pada riset ini:

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Yaitu digunakan untuk menguji hipotesis pada riset ini yaitu untuk mengetahui apakah ada dampak dari pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Berikut ini bisa dilihat hasilnya:

Tabel 4.19
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.244	1.683		1.927	.057
1 KualitasPelayanan	.407	.071	.525	5.724	.000
Lokasi	.153	.062	.228	2.487	.015

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka didapatkan persamaan berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y= Kepuasan Konsumen

a= Konstanta

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Lokasi

Berdasarkan persamaan regresi linier tersebut diatas bisa diinterpretasikan berikut ini:

$$Y = 3,244 + 0,407X_1 + 0,153X_2$$

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 3,244 menyatakan bahwa apabila kualitas pelayanan dan lokasi dianggap konstan atau bernilai 0, maka kepuasan konsumen akan bernilai 3,244
- 2) Nilai b1 yang merupakan koefisien dari variabel X_1 sebesar 0,407 dapat diartikan bahwa apabila nilai kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,407, dengan asumsi variabel lain memiliki nilai tetap (konstan). Koefisien bernilai positif dengan asumsi variabel lain bernilai konstan menunjukkan terjadinya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Semakin tinggi nilai kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula nilai kepuasan konsumen.
- 3) Nilai b2 yang merupakan koefisien regresi dari variabel X_2 sebesar 0.153 dapat diartikan bahwa apabila nilai lokasi mengalami peningkatan sebanyak 1 %, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebanyak 0,153, dengan asumsi variabel lain memiliki nilai tetap (konstan). Koefisien bernilai positif dengan asumsi variabel lain bernilai konstan menunjukkan terjadinya hubungan positif antara lokasi dan kepuasan konsumen. Semakin tinggi nilai lokasi maka semakin tinggi pula nilai kepuasan konsumen.

b. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Hasil pengujian ini digunakan untuk memperlihatkan sejauh mana dampaknya disetiap variabel X secara individual terhadap variabel Y. ketentuan untuk mengambil keputusan melalui perbandingan t hitung dengan t tabel. Pencarian t tabel menggunakan derajat kebebasan (df) = n-k-1 (n ialah jumlah sampel serta k ialah jumlah variabel bebas). Untuk itu didapatkan t tabel df=(100-2-1=97) dengan signifikansi 5% yaitu sebesar 1,9847, untuk lebih detailnya berikut ini dijelaskan pada tabel 4.20:

Tabel 4.20
Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.244	1.683		1.927	.057
1 Kualitas Pelayanan	.407	.071	.525	5.724	.000
Lokasi	.153	.062	.228	2.487	.015

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Pada tabel 4.20 diketahui variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam pengujian untuk variabel X berpengaruh terhadap variabel Y adalah apabila nilai t hitung $>$ t tabel serta nilai sig. $<$ 0,05).⁵

- 1) Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen Kafe Rolet pada Kabupaten Jepara. Dari hasil pengujian tersebut didapatkan nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 5,724 lebih besar dari nilai t tabel (1,9847) dengan signifikansi 0,000 dimana nilai signifikansi kurang dari ($<$ 0,05).
- 2) Pengaruh variabel lokasi (X2) terhadap kepuasan konsumen Kafe Rolet pada Kabupaten Jepara. Dari hasil pengujian tersebut didapatkan nilai t hitung variabel lokasi sebesar 2,487 lebih besar dari nilai t tabel (1,9847) dengan signifikansi 0,015 dimana nilai signifikansi kurang dari ($<$ 0,05).

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini berguna untuk menguji variabel bebas (kualitas pelayanan dan lokasi) secara bersamaan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Cara untuk mengetahui apakah variabel tersebut berpengaruh secara bersamaan atau tidak adalah dengan cara melihat tabel anova.

Tabel anova berguna untuk melihat keseuaian model regresi yang telah dibuat dengan ketentuan yaitu jika H_0 diterima nilai sig $>$ α atau nilai F hitung $<$ F tabel serta apabila H_a diterima jika nilai sig $<$ α atau F

⁵Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 69.

hitung > F tabel. Pencarian F tabel menggunakan derajat kebebasan $df_1=k-1$ ($2-1=1$) serta $df_2 = n-k-1$ ($100-2-1=97$) dimana n merupakan jumlah dari sampel serta k merupakan jumlah dari variabel bebas. Untuk itu diperoleh nilai dari F tabel $df_1=1$ serta $df_2=97$ dengan signifikan 0,05 yaitu 3,94. Berikut ini hasil dari pengujian uji F:

Tabel 4.21
Uji Signifikan Simultan F(Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	259.263	2	129.632	42.763	.000 ^b
	Residual	294.047	97	3.031		
	Total	553.310	99			

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

b. Predictors: (Constant), Lokasi, KualitasPelayanan

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Pada tabel diatas memperlihatkan nilai F hitung $42,763 >$ sedangkan f tabel sebesar 3,94 dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabelkepuasan konsumen. Hal ini bisa dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kafe Rolet di Kabupaten Jepara.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan niali koefisien determinasi (R^2) ditentukan dengan *R Square*.

Tabel 4.22
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.685 ^a	.469	.458	1.741	2.085

a. Predictors: (Constant), Lokasi, KualitasPelayanan

b. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Sumber Data: *Output SPSS yang Diolah, 2021*

Pada tabel 4.22 bisa dijelaskan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan dari nilai R Square sebesar 0,469 yang artinya 46,9% variabel kepuasan kosnumen bisa oleh variabel kualitas pelayanan dan lokasi ($100\% - 46,9\% = 53,1\%$) dan sisanya sebesar 53,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ditelitipada riset ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Rolet di Kabupaten Jepara

Dari hasil uji statistic kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Rolet di Kabupaten Jepara memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,724 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,9847 serta nilai p value (sig) sebesar 0,000 yang artinya nilainya dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Hal ini artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,724 > 1,9847$), sehingga H_0 ditolak kemudian Hipotesis pertama (H_1) dinyatakan diterima yang berarti secara individual variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepeuasan konsumen pada Kafe Rolet di Kabupaten Jepara.

Untuk itu, dari riset tersebut bisa ditarik kesimpulan, jika indikator dari kualitas pelayanan diberikan dengan baik maka kepuasan konsumen Kafe Rolet di Kabupaten Jepara akan meningkat, sehingga apabila konsumen merasa aman serta puas dengan pelayanan yang telah diberikan maka akan dengan senang hati untuk berkunjung lagi ke café tersebut. Hal ini efektif bahwa variabel kualitas pelayanan bisa memberikan peningkatan pada kepuasan konsumen Kafe Rolet di Kabupaten Jepara.

Hasil dari riset ini juga sependapat dengan riset yang diteliti oleh Sartika Moha & Sjendry Loindong yang mempunyai judul “*Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado*” menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan kepada kepuasan konsumen.⁶ Akan tetapi, riset ini bertentangan dari riset yang diteliti oleh Dhita Tresiya dkk yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan

⁶ Sartika Moha dan Sjendry Loindong, “Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado”, *Jurnal Emba* 4, no.1 (2016), 582.

Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri” yang mengatakan secara individual variabel kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.⁷

Menurut Tjiptono pada bukunya Etta Mamang Sangadji & Sopiah yang mempunyai judul “*Perilaku Konsumen*” menyatakan bahwa jika jasa disarankan ataupun diterima sesuai dengan apa yang diinginkan maka kualitas jasa dipandang bagus serta memuaskan. Kebalikannya, jika jasa yang diterima mempunyai nilai rendah dengan apa yang diinginkan maka kualitas jasa tersebut akan dipandang buruk. Untuk itu, bagus atau tidaknya kualitas jasa bergantung dari kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi keinginan dari konsumen secara kontinu.⁸ Kesimpulannya yaitu dengan begitu ketika kualitas pelayanan yang diberikan dan disediakan suatu pemilik toko ataupun café dapat memberikan kepuasan pelanggan, dengan begitu pelanggan akan merasa tertarik untuk kembali datang ke toko/kafe tersebut.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Rolet di Kabupaten Jepara

Dari uji statistik variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Rolet di Kabupaten Jepara memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,487 dan nilai dari t_{tabel} sebesar 1,9847 serta nilai dari p value (sig) 0,015 yang artinya nilainya dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Untuk itu, dapat diartikan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,487 > 1,9847$), sehingga H_0 ditolak serta Hipotesis kedua (H_2) dinyatakan diterima yang mempunyai arti secara individual lokasi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Rolet di Kabupaten Jepara.

Hasil dari riset tersebut bisa ditarik kesimpulan, jika indicator variabel lokasi diberikan dengan baik maka kepuasan konsumen pada Kafe Rolet di Kabupaten Jepara akan meningkat, untuk itu, apabila konsumen merasakan lokasi tersebut mudah untuk dijangkau dan tersedianya tempat parkir yang memadai sehingga konsumen merasa

⁷ Dhita Tresiya,dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri”, (Kediri: Universitas Kediri,2018), 221.

⁸Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset;2013, 100.

aman dan nyaman akan membuat bersedianya konsumen untuk datang kembali ke kafe tersebut. Hal ini efektif bahwa variabel lokasi dapat meningkatkan kepuasan konsumen Kafe Rolet di Kabupaten Jepara.

Hasil dari riset ini sependapat dengan riset yang telah diteliti oleh Jefry F.T. Bailia dkk yang mempunyai judul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-warung Makan Lamongan Di Kota Manado*” yang menyatakan bahwa variabel tempat secara individual mempunyai pengaruh kepuasan konsumen pada warung-warung makan Lamongan di kota Manado⁹ sedangkan riset ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andreas S. Manampiring yang berjudul “*Analisis Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri Tbk. Manado*” yang mengatakan bahwa secara individual variabel lokasi tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.¹⁰

Menurut Lupiyoadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Stivani Yanti Atmanegara dkk lokasi ialah suatu tempat bisnis yang begitu berpengaruh untuk pelanggan bisa berkunjung serta berbelanja.¹¹ Dengan demikian, tempat bisnis begitu mempengaruhi sedikit banyaknya pelanggan yang datang, semakin jauh serta sulit untuk dijangkau maka konsumen akan enggan untuk berkunjung sebab transport agar bisa datang ketempat itu akan makin mahal. Sehingga dalam pemilihan lokasi dalam usaha dapat menjadi penentu dari keberhasikab ataupun kegagalan bisnis itu untuk masa yang akan datang.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Rolet di Kabupaten Jepara

Hasil dari riset untuk uji F didapatkan nilai dari F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $(42,763 > 3,94)$, dan nilai dari signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil uji

⁹ Jefry F.T. Bailia, dkk, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-warung Makan Lamongan Di Kota Manado”, *Jurnal EMBA* 2, no.3 (2014):178.

¹⁰ Andreas S. Manampiring, Analisis Produk, harga, Lokasi Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Kredit TT. Bank Mandiri Tbk. Manado”, *Jurnal EMBA* 4, no.2 (2016):176.

¹¹ Stivani Yanti Atmanegara, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso”, *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia (JSMBI)* 9, no. 1 (2019): 83.

F tersebut, sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel dari kualitas pelayanan dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif secara bersamaan terhadap pengungkapan kepuasan konsumen pada Kafe Rolet di Kabupaten Jepara.

Salah satu tanggung jawab dari seorang pengusaha atau pebisnis adalah dengan memperhatikan tingkat kepuasan konsumen karena apabila konsumen merasakan kepuasan terhadap lokasi ditawarkan serta pelayanan yang diberikan ketika terjadinya transaksi seras merasakan kepuasan jasa ataupun barang yang diperoleh, maka kemungkinan besar mereka akan datang untuk melaksanakan pembelian serta merekomendasikan kepada keluarga serta teman-temannya mengenai produk yang ada pada perusahaan tersebut.

Menurut Handoko dalam penelitiannya ada beberapa hal yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen diantaranya yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional dari pelanggan, harga dan juga biaya.¹² Kesimpulannya untuk mengetahui kepuasan konsumen tak hanya memperhatikan satu variabel saja dalam menentukan tingkat kepuasan dari konsumen. Akan tetapi, memerlukan pengujian dari variabel lainnya sebab kepuasan konsumen cakupannya luas serta bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat menunjang tingkat kepuasan dari konsumen itu sendiri.

¹² Bagus Handoko, “Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan”, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 18, no.1 (2017): 66.