**BAB IV**

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. **Gambaran Umum Perusahaan**
2. **Sejarah Coffeeshop Peraduan Tegal**

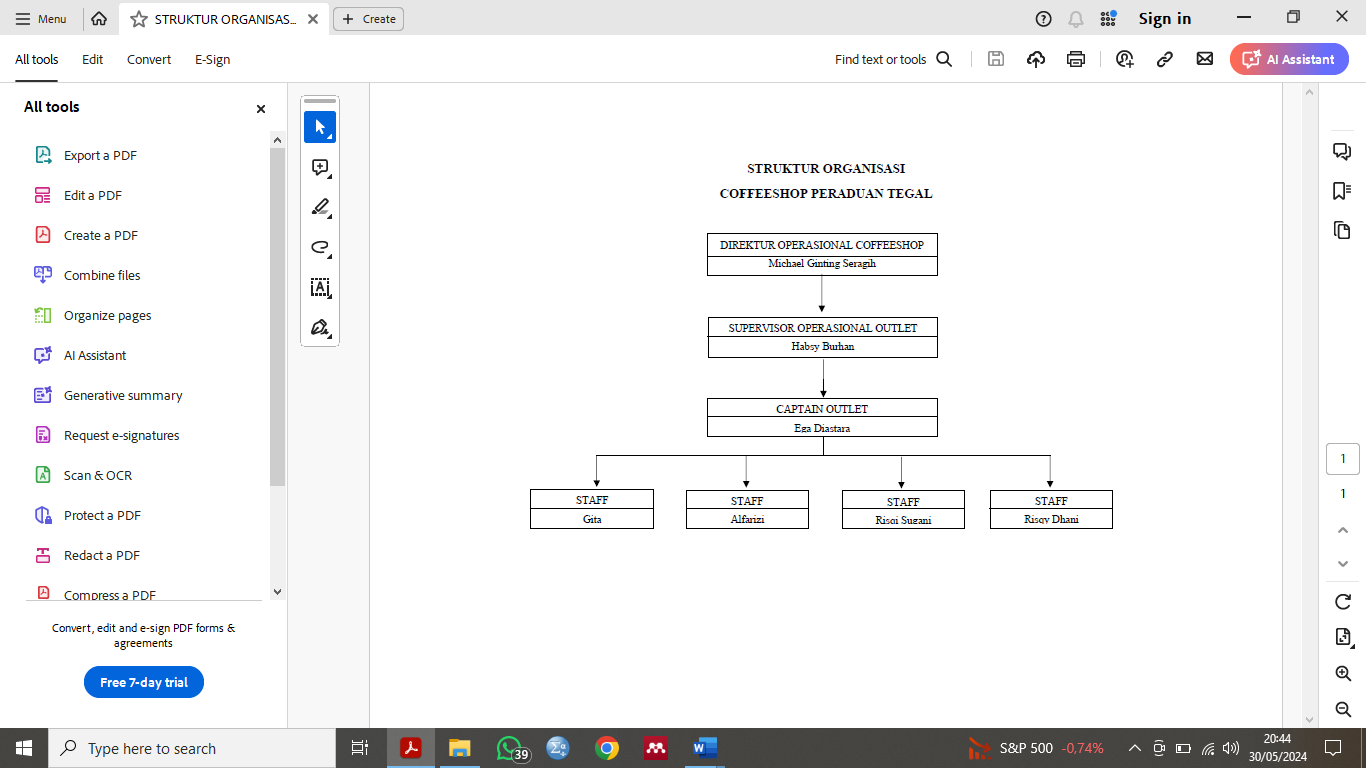
Coffeeshop Peraduan Tegal, kadang-kadang disebut sebagai Place Peraduan, adalah sebuah bisnis yang beroperasi di bawah PT. Tempat Kompetisi Kelompok yang memayungi bidang kuliner atau makanan dan minuman. Kedai kopi ini menawarkan berbagai macam makanan dan minuman, baik kopi maupun non-kopi. Pada tanggal 8 Agustus 2020, Rizal Putra Amanda, Hanin Khirunnisa, dan Nafis Ramadhan mendirikan Coffeeshop Peraduan Tegal. Selama beberapa tahun terakhir, Coffeeshop Peraduan Tegal muncul sebagai pionir pengembangan sektor coffeeshop wilayah Kota Tegal.

Berdirinya Peraduan Coffeeshop dilatarbelakangi oleh semakin besarnya kebutuhan akan ruang berkumpul bagi warga Tegal dan sekitarnya. Hal ini menyebabkan munculnya banyak bisnis kuliner di industri kedai kopi. Kedai Kopi Peraduan pertama kali didirikan dengan tujuan untuk membangun kedai kopi yang belum ada atau dengan suasana yang berbeda di Kota Tegal. Hal ini terinspirasi dari pengalaman hidup pemiliknya di kota besar seperti Semarang dan Solo. Selain itu, pemilik Peraduan Coffeeshop ini mempunyai passion dan bakat dalam bidang pengolahan kopi, sehingga ide untuk membuka coffee shop di kawasan kota Tegal ini terealisasikan.

PT. Peraduan Group memiliki banyak industry bisnis di bidang kuliner berupa coffeeshop, cafetaria, dan industry kreatif diantaranya yaitu: Njajan.co yang terletak di beberapa wilayah tegal dan brebes, Warkop 46, Taichan Jetlis, Tempat Peraduan yang terletak di Keraton, Black Orange Café Coutry yang terletak di Slerok, da Belum Tidur Creative yang merupakan agensi kreatif dari Peraduan Group. Coffeeshop Peraduan mengusung konsep minimalis modern dengan bangunan yang didominasi warna putih memberikan kesan yang aesthetic dan modern. Sejak awal berdiri, respon masyarakat terhadap *Coffeeshop* Peraduan terbilang sangat baik baik terhadap tempat dan cita rasa produknya, salah satu ketertarikan dari *Coffeeshop* Peraduan sendiri adalah beberapa nama menu yang terinspirasi dari nama lagu. Sejauh ini, *Coffeeshop* Peraduan terus berinovasi agar dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi konsumen yang berkunjung.

Coffeeshop Peraduan sendiri menjadi kiblat industry coffeeshop di kota tegal karena dikatakan sebagai tempat fancy yang konsumennya kebanyakan generasi kekinian yang mengikuti perkembangan zaman. Selain itu, Coffeeshop Peraduan terus melakukan inovasi yang bervariatif salah satunya adalah dengan pegadaan event yang rutin setiap tahunnya dengan berkolaborasi dengan perusahaan lain. Hal ini membuat Coffeeshop Peraduan selalu mendapatkan respon yang baik dari konsumennya.

1. **Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan representasi yang memisahkan peran, tugas, dan tingkat wewenang masing-masing individu. CEO dan Pendiri PT. Tempat Lomba Kelompok, selain bagian yang sudah diberi tugas, membawahi Lomba Coffeeshop.

Sumber : Coffeeshop Peraduan Tegal

**Gambar 4**

**Struktur Organisasi Coffeeshop Peraduan Tegal**

1. Kedudukan Tugas Pokok dan Fungsi

Struktur Organisasi sangat diperlukan di dalam sebuah perusahaan. karena dengan struktur organisasi yang baik, sebuah perusahaan dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan baik pula, dengan demikian tujuan perusahaan akan dapat dicapai dengan cepat. Di dalam struktur organisasi, masing-masing jabatan atau bagian memiliki tugas-tugas yang berbeda. Berikut ini akan diuraikan tugas dari masing-masing jabatan di dalam struktur organisasi Coffeeshop Peraduan Tegal.

1. Direktur Operasional Coffeeshop
2. Mengelola operasi harian, termasuk pembelian, persediaan, dan layanan pelanggan
3. Membuat dan melaksanakan kebijakan dan prosedur operasional
4. Mengawasi staff, termasuk rekrutmen, pelatihan, dan evaluasi kinerja
5. Memastikan kepatuhan terhadap standar kuantitas dan keamanan makanan dan minuman
6. Memonitor dan mengelola anggaran termasuk control biaya dan pengeluaran
7. Mengembangkan strategi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas
8. Menjaga hubungan baik dengan pemasok dan mitra bisnis
9. Menangani masalah operasional dan pelanggan yang muncul secara efektif
10. Supervisor Operational Outlet
11. Mengawasi dan memastikan staff bekerja sesuai dengan standar yang telah ditetapkan
12. Mengatur jadwal kerja staff sesuai dengan kebutuhan operasional
13. Memastikan kebersihan dan kualitas produk terjaga dengan baik
14. Menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat
15. Memastikan kelancaran operasional secara efisien
16. Membuat dan melalukan laporan evaluasi terkait kinerja outlet
17. Captain Outlet
18. Memimpin tim secara langsung di outlet
19. Mengatur alur kerja di outlet termasuk pelayanan pelanggan, untuk memastikan pelayanan cepat dan berkualitas
20. Memberikan pelatihan kepada staff baru
21. Berkomunikasi secara teratur dengan manajemen outlet untuk melaporkan permasalahan operasional
22. Memastikan bahwa produk yang disajikan sesuai dengan standar operasional perusahaan
23. Bertanggungjawab untuk meningkatkan penjualan di outlet dengan mendorong up-selling
24. Staff Outlet
25. Melayani pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan
26. Menyiapkan makanan dan minuman sesuai dengan standar resep dan kualitas perusahaan
27. Menjaga kebersihan area kerja
28. Memantau persediaan bahan baku dan perlengkapan outlet
29. Mengoperasikan kasir
30. Memberikan informasi kepada pelanggan tentang menu, harga, dan promosi yang sedang berlangsung
31. Bekerjasama dengan tim dalam menjalankan tugas sehari-hari
32. **Gambaran Umum Responden**
33. **Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

“Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian yang dilakukan di Coffeeshop Peraduan Tegal disajikan pada tabel sebagai berikut:”

**Tabel 5**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
| 1 | Laki-Laki | 61 | 61% |
| 2 | Perempuan | 39 | 39% |
|  | Jumlah | 100 | 100% |

*Sumber : Data Primer diolah 2024*

“Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa laki-laki mendominasi menjadi pembeli 61 orang atau 61% dan perempuan berjumlah 39 orang atau 39%”

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

“Karakteristik responden berdasarkan usia pada penelitian yang dilakukan di Coffeeshop Peraduan Tegal disajikan pada tabel sebagai berikut :”

**Tabel 6**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Usia | Jumlah | Persentase |
| 1 | 17 – 25 Tahun | 70 | 70% |
| 2 | 26 – 35 Tahun | 17 | 17% |
| 3 | 36 – 45 Tahun | 10 | 10% |
| 4 | >45 Tahun | 3 | 3% |
|  | Jumlah | 100 | 100% |

*Sumber : Data primer diolah 2024*

Berdasarkan tabel 6 tersebut dapat diketahui bahwa usia antara 17 – 25 tahun sebanyak 70 orang atau 70% mendominasi sebagai konsumen Coffeeshop Peraduan, usia 26 – 35 tahun sebanyak 17 orang atau 17%, usia 36 – 40 tahun sebanyak 10 orang atau 10% dan usia > 40 tahun sebanyak 3 orang atau 3%. Jumlah terbanyak terdapat pada usia 17 – 25 tahun, hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen pada Coffeeshop Peraduan Tegal kebanyakn adalah konsumen dengan rentang usia 17 hingga 25 tahun.

1. **Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir pada penelitian yang dilakukan di Coffeeshop Peraduan Tegal disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 7

**Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Usia | Jumlah | Persentase |
| 1 | SLTP/Sederajat | 1 | 1% |
| 2 | SLTA/Sederajat | 38 | 38% |
| 3 | DIII/Diploma | 19 | 19% |
| 4 | S1/Strata | 39 | 39% |
| 5 | S2 | 3 | 3% |
|  | Jumlah | 100 | 100% |

*Sumber : Data primer diolah 2024*

“Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat diketahui pendidikan SLTP sebanyak 1 orang atau 1%, pendidikan SLTA sebanyak 38 orang atau 38%, pendidikan DIII sebanyak 19 orang atau 19%, pendidikan S1 sebanyak 39 orang atau 39% dan pendidikan S2 sebanyak 3 orang atau 3%. Jumlah terbanyak terdapat pada pendidikan S1, hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen Coffeeshop Peraduan Tegal kebanyakan adalah konsumen dengan responden yang berpendidikan terakhir S1.”

1. **Pengujian Instrumen Penelitian**

“Uji validitas yang digunakan untuk mengukur keakuratan suatu variabel dalam kaitannya dengan perannya dalam suatu penelitian, dan uji reliabilitas yang mengukur konsistensi kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel merupakan uji penelitian dalam penelitian ini. . Faktor-faktor penelitian terhadap kepuasan pelanggan (Y) semuanya berhubungan dengan pengalaman konsumen (X1), keragaman produk (X2), dan suasana kafe (X3). Dengan menggunakan Microsoft Excel dan software SPSS 22, hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner yang diisi oleh tiga puluh responden akan dihitung untuk penelitian ini.”

1. **Uji Validitas**

Pengujian validitas dan reliabilitas suatu instrumen angket sangat diperlukan pada saat melakukan penelitian dengan instrumen angket. Validitas suatu kuesioner dinilai dengan menggunakan uji validitas. Apabila pertanyaan-pertanyaan dalam suatu kuesioner dapat memberikan informasi mengenai apa yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner tersebut dianggap sah. Korelasi item akan digunakan dalam penelitian ini. Rumus korelasi product moment akan digunakan untuk menghitung korelasi antara masing-masing item dengan skor item secara keseluruhan. Dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada Tingkat Signifikan, maka dapat diketahui valid atau tidaknya data tersebut. Apabila r hitung < r tabel maka data dianggap tidak valid. Standar validitas

1. **Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

“Jumlah butir pernyataan variabel kepuasan konsumen sebanyak 12 butir pernyataan, sebelum dilakukan penelitian kepada 100 responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas kepada 30 responden. Tujuannya untuk mengetahui kuesioner valid atau tidaknya dengan taraf signifikan 0,05 dan r tabel = 0,361. Perhitungan uji validitas item untuk variabel kepuasan konsumen dengan 30 orang responden terdapat pada lampiran. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini :”

**Tabel 8**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kode Item** | **r hitung** | **R tabel** | **Kriteria** |
| Y..01 | 0,655 | 0,361 | Valid |
| Y.02 | 0,767 | 0,361 | Valid |
| Y.03 | 0,803 | 0,361 | Valid |
| Y.04 | 0,699 | 0,361 | Valid |
| Y.05 | 0,617 | 0,361 | Valid |
| Y.06 | 0,722 | 0,361 | Valid |
| Y.07 | 0,743 | 0,361 | Valid |
| Y.08 | 0,623 | 0,361 | Valid |
| Y.09 | 0,740 | 0,361 | Valid |
| Y10 | 0,668 | 0,361 | Valid |
| Y11 | 0,816 | 0,361 | Valid |
| Y12 | 0,707 | 0,361 | Valid |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024*

Seluruh pernyataan dinyatakan valid berdasarkan hasil evaluasi validitas 12 item pernyataan yang dihitung dengan menggunakan software SPSS 22. Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan ukuran kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan dalam penelitian dan dinyatakan valid karena semuanya mempunyai nilai r hitung > r tabel.

1. **Uji Validitas Variabel Pengalaman Konsumen (X1)**

Ada empat belas pernyataan yang berkaitan dengan variabel pengalaman konsumen. Uji validitas mula-mula dilakukan terhadap tiga puluh responden sebelum dilakukan penelitian terhadap seratus responden. Tujuannya untuk mengetahui validitas kuesioner pada tingkat signifikansi 0,05 dan r tabel = 0,361. File tersebut berisi hasil perhitungan uji validitas item variabel pengalaman konsumen dengan jumlah responden 30 orang. Tabel di bawah ini menampilkan hasil uji validitas :

**Tabel 9**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Pengalaman Konsumen**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kode Item** | **r hitung** | **R tabel** | **Kriteria** |
| X1.01 | 0,722 | 0,361 | Valid |
| X1.02 | 0,699 | 0,361 | Valid |
| X1.03 | 0,616 | 0,361 | Valid |
| X1.04 | 0,646 | 0,361 | Valid |
| X1.05 | 0,627 | 0,361 | Valid |
| X1.06 | 0,677 | 0,361 | Valid |
| X1.07 | 0,666 | 0,361 | Valid |
| X1.08 | 0,659 | 0,361 | Valid |
| X1.09 | 0,705 | 0,361 | Valid |
| X1.10 | 0,635 | 0,361 | Valid |
| X1.11 | 0,650 | 0,361 | Valid |
| X1.12 | 0,666 | 0,361 | Valid |
| X1.13 | 0,609 | 0,361 | Valid |
| X1.14 | 0,616 | 0,361 | Valid |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024*

Setelah dilakukan perhitungan dengan software SPSS 22, hasil pengujian terhadap 14 pernyataan menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dianggap asli karena setiap item pernyataan mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap pernyataan variabel pengalaman konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sah dan layak digunakan dalam penelitian.

1. **Uji Validitas Variabel Keragaman Produk (X2)**

Dua belas pernyataan membentuk variabel keragaman produk. Uji validitas mula-mula dilakukan terhadap tiga puluh responden sebelum dilakukan penelitian terhadap seratus responden. Tujuannya untuk mengetahui validitas kuesioner pada tingkat signifikansi 0,05 dan r tabel = 0,361. File tersebut berisi hasil perhitungan uji validitas item variabel keragaman produk dengan menggunakan tiga puluh responden. Tabel di bawah ini menampilkan hasil uji validitas :

**Tabel 10**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Keragaman Produk**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kode Item** | **r hitung** | **R tabel** | **Kriteria** |
| X2.01 | 0,742 | 0,361 | Valid |
| X2.02 | 0,606 | 0,361 | Valid |
| X2.03 | 0,641 | 0,361 | Valid |
| X2.04 | 0,632 | 0,361 | Valid |
| X2.05 | 0,638 | 0,361 | Valid |
| X2.06 | 0,591 | 0,361 | Valid |
| X2.07 | 0,605 | 0,361 | Valid |
| X2.08 | 0,617 | 0,361 | Valid |
| X2.09 | 0,606 | 0,361 | Valid |
| X2.10 | 0,598 | 0,361 | Valid |
| X2.11 | 0,637 | 0,361 | Valid |
| X2.12 | 0,629 | 0,361 | Valid |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024*

Hasil pengujian 12 butir pernyataan tersebut setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS 22, menyatakan keseluruhan pernyataan dinyatakan valid karena semua butir pernyataan memiliki nilai r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan variabel keragaman produk yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan dalam penelitian dan dinyatakan valid.

1. **Uji Validitas Variabel Suasana Café (X3)**

Ada delapan belas pernyataan dalam variabel yang disebut “suasana kafe”. Digunakan uji validitas sebanyak 30 responden sebelum 100 responden dilibatkan dalam penelitian. untuk menentukan validitas kuesioner menggunakan rtabel = 0,361 dan ambang signifikansi 0,05. Lampiran berisi perhitungan uji validitas item variabel suasana kafe dengan tiga puluh responden. Berikut tabel hasil uji validitas :

**Tabel 11**

**Hasil Uji Validitas Instrumen Suasana Cafe**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kode Item** | **r hitung** | **R tabel** | **Kriteria** |
| X3.01 | 0,634 | 0,361 | Valid |
| X3.02 | 0,721 | 0,361 | Valid |
| X3.03 | 0,615 | 0,361 | Valid |
| X3.04 | 0,710 | 0,361 | Valid |
| X3.05 | 0,688 | 0,361 | Valid |
| X3.06 | 0,634 | 0,361 | Valid |
| X3.07 | 0,647 | 0,361 | Valid |
| X3.08 | 0,670 | 0,361 | Valid |
| X3.09 | 0,677 | 0,361 | Valid |
| X3.10 | 0,590 | 0,361 | Valid |
| X3.11 | 0,618 | 0,361 | Valid |
| X3.12 | 0,586 | 0,361 | Valid |
| X3.13 | 0,638 | 0,361 | Valid |
| X3.14 | 0,620 | 0,361 | Valid |
| X3.15 | 0,618 | 0,361 | Valid |
| X3.16 | 0,617 | 0,361 | Valid |
| X3.17 | 0,613 | 0,361 | Valid |
| X3.18 | 0,604 | 0,361 | Valid |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024*

Dari hasil uji validitas 18 item pernyataan yang dilakukan setelah perhitungan selesai menggunakan metode program SPSS 22, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel suasana kafe yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan dalam penelitian ini. penelitian dan dinyatakan valid. Setiap item pernyataan mempunyai nilai r yang ditentukan lebih besar dari r tabel, yang menunjukkan validitas setiap pernyataan.

1. **Uji Reliabilitas**

Reliabilitasnya dapat dipercaya untuk dimanfaatkan sebagai alat pengumpul data karena merupakan instrumen yang baik. Alat yang lebih baik tidak akan memiliki bias yang dapat mempengaruhi responden dalam memilih jawaban tertentu. Alat pengukuran yang andal sama pentingnya dengan validitas. Apabila koefisien determinasi suatu instrumen melebihi 0,60 maka instrumen tersebut dianggap mempunyai kriteria yang dapat diandalkan. Temuan tes dipecah per variabel :

1. **Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

Dengan menggunakan tiga puluh responden dan rumus Cronbach Alpha, validitas dua belas item pernyataan yang membentuk variabel kepuasan pelanggan diperiksa. Berikut temuan uji reliabilitas yang dilakukan untuk ukuran kepuasan konsumen dalam penelitian ini:

**Tabel 12**

**Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .906 | 12 |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Nilai Cronbach Alpha variabel kepuasan konsumen sebesar 0,906 ditentukan berdasarkan perhitungan ketergantungannya. Pertanyaan kuesioner variabel kepuasan konsumen dianggap reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian karena skor Cronbach Alpha sebesar 0,906 > 0,60.

1. **Uji Reliabilitas Variabel Pengalaman Konsumen (X1)**

Ke-14 item pernyataan yang membentuk variabel pengalaman konsumen diperiksa validitasnya menggunakan rumus Cronbach Alpha pada 30 responden. Hasil pengujian reliabilitas faktor pengalaman konsumen penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 13**

**Uji Reliabilitas Variabel Pengalaman Konsumen (X1)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .896 | 14 |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Temuan perhitungan reliabilitas variabel pengalaman pelanggan menunjukkan nilai Cronbach Alpha variabel sebesar 0,896. Item kuesioner variabel pengalaman konsumen dianggap reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian karena nilai Cronbach Alpha sebesar 0,896 > 0,60.

1. **Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Produk (X2)**

12 item pernyataan yang termasuk dalam variabel variasi produk diperiksa validitasnya dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha pada 30 responden. Hasil penilaian ketergantungan variabel variasi produk pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 14**

**Uji Reliabilitas Variabel Keragaman Produk (X2)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .860 | 12 |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Nilai Cronbach Alpha pada variabel keragaman produk sebesar 0,860 yang ditentukan berdasarkan perhitungan ketergantungannya. Item kuesioner variabel keberagaman produk dinilai kredibel dan layak untuk diteliti karena nilai Cronbach Alpha sebesar 0,860 > 0,60.

1. **Uji Reliabilitas Variabel Suasana Café (X3)**

Ke-18 item pernyataan yang menyusun variabel suasana kafe diuji validitasnya dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha pada 30 responden. Hasil penilaian ketergantungan variabel suasana kafe pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 15**

**Uji Reliabilitas Variabel Suasana Cafe (X3)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .914 | 18 |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Nilai Cronbach Alpha variabel suasana kafe sebesar 0,914 yang ditentukan berdasarkan temuan perhitungan reliabilitas. Pertanyaan kuesioner variabel suasana kafe dianggap reliabel dan dapat dimanfaatkan untuk penelitian karena nilai Cronbach Alpha sebesar 0,914 > 0,60.

1. **Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diawali dengan mengubah data ordinal ke

1. **Analisis Statistik Deskriptif**

Untuk menganalisis data, digunakan statistik deskriptif untuk mendeskripsikan atau mengilustrasikan data yang telah dikumpulkan dan memberikan gambaran atau deskripsi data dalam hal varians, nilai maksimum dan minimum, standar deviasi, dan rata-rata (mean). Berikut adalah tabel dengan statistik deskriptif :

**Tabel 16**

**Analisis Statistik Deskriptif**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Descriptive Statistics** | | | | | |
|  | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Pengalaman Konsumen | 100 | 49.00 | 61.00 | 55.7200 | 2.74535 |
| Keragaman Produk | 100 | 40.00 | 51.00 | 46.4000 | 2.26524 |
| Suasana Café | 100 | 69.00 | 79.00 | 72.7000 | 2.13910 |
| Kepuasan Konsumen | 100 | 41.00 | 60.00 | 50.4200 | 3.26654 |
| Valid N (listwise) | 100 |  |  |  |  |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Keempat variabel penelitian—pengalaman pelanggan, keragaman produk, suasana kafe, dan kepuasan konsumen—dapat dilihat pada tabel di atas. Untuk variabel keragaman produk, sampel berjumlah 100 responden dengan nilai minimum sebesar 49, nilai maksimum sebesar 61, nilai mean sebesar 55,72, dan nilai standar deviasi sebesar 2,74535. Hal ini menunjukkan simpangan data yang rendah karena nilai mean lebih besar dari nilai simpangan baku sehingga menghasilkan nilai yang merata.

Dengan nilai minimum sebesar 40, nilai maksimum sebesar 51, nilai mean sebesar 46,40, dan nilai standar deviasi sebesar 2,26524 maka variabel keragaman produk mempunyai sampel sebanyak 100 responden. Hal ini menunjukkan bahwa distribusinya merata karena nilai mean lebih tinggi dari nilai standar deviasi, sehingga menunjukkan deviasi data yang rendah.

Dengan nilai minimum sebesar 69, nilai maksimum sebesar 79, nilai mean sebesar 72,70, dan nilai standar deviasi sebesar 2,13910, maka variabel suasana kafe mempunyai sampel sebanyak 100 responden. Hal ini menunjukkan bahwa distribusinya merata karena nilai mean lebih tinggi dari nilai standar deviasi, sehingga menunjukkan deviasi data yang rendah.

Dengan nilai minimum sebesar 41, nilai maksimum sebesar 60, nilai mean sebesar 50,42, dan nilai standar deviasi sebesar 3,26654 maka sampel sebanyak 100 responden untuk variabel kepuasan konsumen mempunyai distribusi yang merata karena nilai mean lebih tinggi dari standar. nilai deviasi.

1. **Metode Suksesif Interval (MSI)**

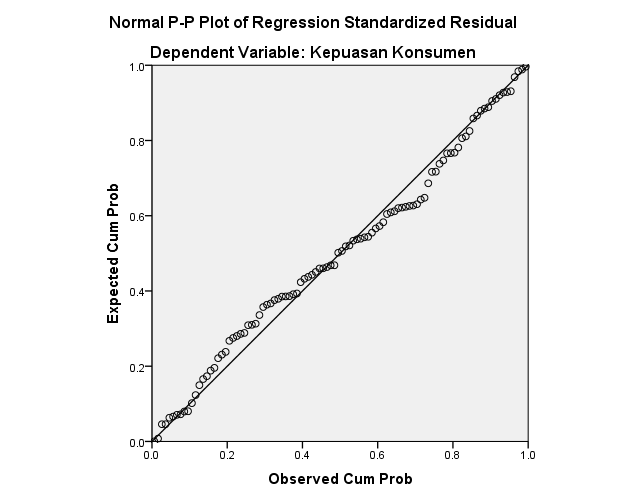
Seringkali data yang diperoleh dari penelitian merupakan data ordinal (misalnya Likert), sehingga tidak dapat langsung dianalisis menggunakan statistik parametrik seperti regresi atau analisis jalur. Oleh karena itu, data ordinal harus diubah terlebih dahulu ke dalam skala interval dengan menggunakan Metode Success Interval (MSI). Hasil transformasi data ordinal menjadi data interval dapat dilihat pada lampiran 17,18,19,20.

1. **Uji Asumsi Klasik**

Model regresi harus lulus uji asumsi tradisional untuk menentukan apakah model tersebut benar-benar menggambarkan hubungan yang bermakna dan representatif. Tes ini terdiri dari:

1. **Uji Normalitas**
2. **Uji Normalitas Pendekatan Grafik *Normal Probability Plot***

Uji normalitas dengan pendekatan grafik normal *normal probability plot*  dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



**Gambar 5**

**P-PLOT Hasil Uji Normalitas**

Pola sebarannya dapat dikatakan normal karena grafik P-P plot normal di atas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar terhadap garis diagonal dan sebarannya mengikuti garis diagonal. Grafik di atas menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi, sehingga model regresi pengalaman pelanggan Kedai Kopi Tegal Peraduan, keragaman produk, dan suasana kafe dapat digunakan dalam analisis kepuasan konsumen penelitian ini.

1. **Uji Normalitas Pendekatan Kolmogrov-Smimov**

Hasil ini didukung dengan uji normalitas Kolmogrov-Smimov, apabila nilai signifikan lebih besar dari 0.05 maka data tersebut terdistribusi normal.

**Tabel 17**

**Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | |
|  | | Unstandardized Residual |
| N | | 100 |
| Normal Parametersa,b | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 4109.40737990 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .080 |
| Positive | .080 |
| Negative | -.065 |
| Test Statistic | | .080 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .114c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Tabel di atas memberikan informasi tentang nilai probabilitas atau Asymp. Nilai signifikansi 2-tailed sebesar 0,114. Model regresi dapat digunakan karena nilai probabilitas p sebesar 0,114 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05.

1. **Uji Multikolonieritas**

Pengujian ini melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance untuk melihat apakah terdapat keterkaitan antar variabel independen dalam model regresi berganda. Model regresi bebas multikolinearitas jika nilai VIF kurang dari 10,00 dan nilai toleransi lebih dari 0,10. Tabel uji multikolinearitas ditunjukkan di bawah ini :

**Tabel 18**

**Uji Multikolonieritas**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | -4022.808 | 4491.080 |  |  |  |
| Pengalaman Konsumen | .324 | .090 | .343 | .497 | 2.013 |
| Keragaman Produk | .430 | .104 | .383 | .521 | 1.919 |
| Suasana Café | .191 | .067 | .202 | .899 | 1.113 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | | |

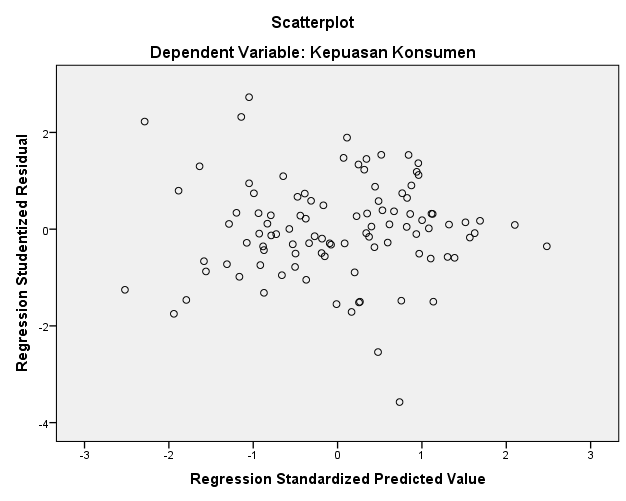
*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024*

Output uji multikolinearitas pada model regresi seperti terlihat pada tabel di atas memberikan hasil sebagai berikut: nilai toleransi pengalaman konsumen sebesar 0,497, keragaman produk sebesar 0,521, dan lingkungan kafe sebesar 0,899. Setiap nilai toleransi lebih dari 0,10. Secara bersamaan nilai VIF keragaman produk sebesar 1,919, lingkungan kafe sebesar 1,113, dan variabel pengalaman konsumen memiliki nilai VIF sebesar 2,013. Setiap nilai VIF kurang dari $10,00. Dengan demikian, dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi yang digunakan dalam penyelidikan ini .

1. **Uji Heterokedastisitas**

Menguji apakah model regresi mempunyai variansi yang tidak sama antara sisa observasi yang satu dengan observasi yang lain merupakan tujuan dari uji heteroskedastisitas. Disebut homoskedastisitas jika varians antara sisa pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain tetap, dan disebut heteroskedastisitas jika berbeda. Model regresi yang layak adalah model yang memenuhi syarat terjadinya heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, grafik sebar dan analisis digunakan untuk menilai model regresi berikut:

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka keadaan demikian mengidentifikasikan adanya gejaa heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka keadaan demikian tidak terjadi heterokedastisitas.



**Gambar 6**

**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Keluaran uji heteroskedastisitas pada model regresi seperti terlihat pada gambar di atas menunjukkan bahwa sebaran titik-titiknya ada di atas dan di bawah angka, dan ada beberapa titik yang tersebar sehingga membentuk pola yang ambigu atau tidak membentuk. pola tertentu. sumbu Y dan nol. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model persamaan regresi.

1. **Uji Autokorelasi**

untuk menentukan apakah kesalahan pengganggu persamaan regresi linier pada periode t dan t-1 berkorelasi. Masalah dengan autokorelasi ditunjukkan jika ditemukan korelasi. Masalah autokorelasi bisa saja muncul. Model regresi tanpa autokorelasi dianggap berkualitas tinggi. Tes Durbin-Watson merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk pengujian. Hasil pengujian DW berikut ini diperoleh dari data menggunakan SPSS:

**Tabel 19**

**Uji Autokorelasi**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summaryb** | | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .754a | .568 | .555 | 4173.12292 | 1.956 |
| a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Keragaman Produk, Pengalaman Konsumen | | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024*

Hasil uji autokorelasi dengan 3 variabel independen (K = 3) dan jumlah sampel N = 100 ditampilkan pada tabel berikut, menunjukkan nilai DW sebesar 1,956. Diketahui nilai dU dan dL masing-masing sebesar 1,736 dan 1,613, maka 4-dL (4 – 1,613 = 2,839). Berdasarkan hasil diatas yang menunjukkan bahwa 1,736 < 1,956 < 2,839 menunjukkan tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif, hal ini diindikasikan tidak terdapat gejala autokorelasi jika ditemukan nilai Durbin Watson diantara kolom dU < DW < 4-dL

1. **Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diteliti dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Berikut bentuk umum persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dari analisis yang dilakukan dengan aplikasi SPSS versi 22:

**Tabel 20**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients | | T | | Sig. | |
| B | Std. Error | | Beta | |
| 1 | (Constant) | -4022.808 | | 4491.080 | |  | | -.896 | | .373 |
| Pengalaman Konsumen | .324 | | .090 | | .343 | | 3.608 | | .000 |
| Keragaman Produk | .430 | | .104 | | .383 | | 4.125 | | .000 |
| Suasana Café | .191 | | .067 | | .202 | | 2.853 | | .005 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | | | | | | |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Nilai konstanta yang dihasilkan sebesar -4022,808, koefisien X1 dan X2 masing-masing sebesar 0,324, 0,430, dan 0,191 berdasarkan data keluaran SPSS diatas. maka berikut persamaan regresi linier bergandanya:

**Y = -4022.808 + 0.324 X1 + 0.430 X2 + 0.191 X3**

Berdasarkan persamaan dari model regresi linier berganda tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa :

1. Jika variabel independen—pengalaman konsumen, keragaman produk, dan suasana kafe—memiliki nilai nol (0), maka variabel dependen—kepuasan konsumen—memiliki nilai konstan sebesar -4022,808.
2. Kepuasan pelanggan Kedai Kopi Tegal Peraduan dipengaruhi secara positif oleh variabel pengalaman konsumen yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi β1 untuk variabel pengalaman konsumen sebesar 0,324. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Tegal Peraduan akan meningkat jika pelanggan menilai pengalamannya lebih baik; sebaliknya, jika pelanggan menilai pengalamannya semakin tidak positif, maka kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Tegal Peraduan akan menurun..
3. Pada Coffeeshop Tegal Peraduan, keberagaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi β2 untuk variabel keberagaman produk sebesar 0,430. Artinya, kebahagiaan pelanggan di Kedai Kopi Tegal Peraduan akan meningkat jika konsumen menilai keragaman produk dengan lebih baik. Sebaliknya, pelanggan Kedai Kopi Tegal Peraduan akan kurang puas jika mereka lebih mementingkan ragam produk yang ditawarkan.
4. D. Suasana café Coffeeshop Tegal Peraduan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi β3 untuk variabel ini yaitu sebesar 0,191. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Tegal Peraduan akan meningkat jika pelanggan menilai suasana kafe dengan tinggi, dan akan menurun jika pelanggan tidak menilai suasana kafe dengan tinggi.
5. **Uji Signifikansi**
6. **Uji Parsial (Uji t)**

Uji signifikansi merupakan alat yang berguna untuk menunjukkan kontribusi relatif setiap variabel independen terhadap penjelasan fluktuasi variabel dependen. Tes yang digunakan dalam penyelidikan ini memiliki ambang batas signifikansi 0,05 (α = 5%). Berikut ini penjelasan mengenai standar diterima atau ditolaknya suatu hipotesis:

1. Jika nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima. Hal ini menunjukan bahwa variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikanssi > 0,05 maka hipotesis ditolak. Hal ini menunjukan variabel dependen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independent.

**Tabel 21**

**Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -4022.808 | 4491.080 | |  | -.896 | .373 |
| Pengalaman Konsumen | .324 | .090 | | .343 | 3.608 | .000 |
| Keragaman Produk | .430 | .104 | | .383 | 4.125 | .000 |
| Suasana Café | .191 | .067 | | .202 | 2.853 | .005 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | | | |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Berdasarkan data yang terdapat pada table di atas diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi sebesar 0,000 diperoleh dari tabel di atas. Mengingat 0,000 < 0,05 merupakan angka signifikan maka H0 ditolak dan H1 diterima. Kesimpulannya di Coffeeshop Tegal Peraduan, kebahagiaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelanggan..
2. Nilai signifikansi sebesar 0,000 ditentukan dengan menggunakan tabel sebelumnya. Nilai signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 artinya H0 ditolak dan H1 diterima. Kesimpulannya, keberagaman produk Coffeeshop Tegal Peraduan berpengaruh signifikan terhadap kebahagiaan pelanggan.
3. Nilai signifikansi sebesar 0,005 diperoleh dari tabel di atas. Mengingat 0,005 < 0,05 merupakan nilai signifikan maka H0 ditolak dan H1 diterima. Kesimpulannya, suasana Kedai Kopi Tegal Peraduan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan..
4. **Uji Simultan (Uji F)**

Untuk mengetahui apakah pengalaman pelanggan (X1), keragaman produk (X2), dan suasana kafe (X3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara simultan atau kolektif maka dilakukan pengujian secara simultan (Uji F). Sedangkan kriteria digunakan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau F hitung lebih kecil dari F tabel, maka H0 diterima, hal ini menunjukkan bahwa suatu variabel independen tidak secara bersamaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika F hitung > F tabel atau nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka H0 ditolak yang berarti variabel independen dan dependen mempunyai pengaruh secara bersama-sama.

**Tabel 22**

**Hasil Uji Signifikansi Simultan (F)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVAa** | | | | | | |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 2200165189.374 | 3 | 733388396.458 | 42.113 | .000b |
| Residual | 1671835672.386 | 96 | 17414954.921 |  |  |
| Total | 3872000861.760 | 99 |  |  |  |
| 1. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Keragaman Produk, Pengalaman Konsumen | | | | | | |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Nilai signifikansinya sebesar 0,000 < 0,05 berdasarkan data uji signifikansi simultan yang ditampilkan pada tabel di atas. Karena nilai signifikansi kurang dari ambang batas 5%, maka H0 diabaikan dan H1 disetujui. Dengan demikian hipotesis penelitian keempat dapat dibuktikan kebenarannya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa di Kedai Kopi Tegal Peraduan, kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh suasana kafe, keragaman produk, dan pengalaman konsumen secara bersamaan.

1. **Analisis Koefisien Determinasi**

Sejauh mana variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh model regresi dalam penelitian ini diukur dengan koefisien determinasi (R2). Nilai R2 menunjukkan bagaimana faktor-faktor yang berhubungan dengan pengalaman pelanggan, variasi produk, dan suasana kafe dapat mempengaruhi kebahagiaan pelanggan.

**Tabel 23**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summaryb** | | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .754a | .568 | .555 | 4173.12292 | 1.956 |
| a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Keragaman Produk, Pengalaman Konsumen | | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen | | | | | |

*Sumber : Data primer diolah SPSS versi 22, 2024.*

Berdasarkan table output SPSS di atas, menunjukan bahwa nilai Adjusted R Square = 0,555 atau sama dengan 55,5%. Hal ini menunjukan bahwa variable pengalaman konsumen, keragaman produk, dan suasana café secara simultan (Bersama-sama) berpengaruh terhadap variable kepuasan konsumen sebesar 55,5% sedangkan selebihnya sebesar 44,5% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

1. **Pembahasan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh suatu hasil penelitian sebagai berikut :

1. **Pengaruh Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen**

Tujuan dari uji hipotesis pertama adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh customer experience Tegal Peraduan Coffeeshop. Hasil uji t menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel pengalaman konsumen. Koefisien regresi β1 sebesar 0,324 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 diperoleh dari hasil pengujian. Hal ini menunjukkan bahwa pada Kedai Kopi Tegal Peraduan kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh variabel pengalaman konsumen. Hal ini dikarenakan pengalaman pelanggan akan mempengaruhi harapan dan aspirasi mereka terhadap lokasi yang mereka kunjungi.

Temuan penelitian secara teoritis memberikan implikasi bahwa salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan adalah pengalaman konsumen. Pengalaman pelanggan mengacu pada bagaimana perasaan pelanggan terhadap bisnis atau merek tertentu sejak mereka melakukan pembelian hingga setelahnya. Pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong bisnis yang berulang jika mereka yakin mereka mendapatkan pengalaman positif dan berkesan saat berkunjung. Sebuah bisnis mungkin memperoleh keuntungan dari pengalaman pelanggan yang positif. Pengalaman yang dimiliki pelanggan dapat dimanfaatkan oleh bisnis untuk membuat mereka merasa nyaman dan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Priansa (2017:197), keuntungan lain dari pengalaman konsumen adalah meningkatnya kepuasan pelanggan, yang dapat.

Temuan penelitian ini memiliki relevansi praktis karena menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan pengalaman berkesan pelanggan selama berkunjung ke Kedai Kopi Tegal Peraduan. Ketika mengunjungi sebuah kedai kopi, dimana pelanggan dapat menerima pengalaman langsung melalui berbagai teknik indera, rasa, berpikir, bertindak, dan berhubungan, maka besarnya kepuasan yang mereka temui dapat berdampak pada kepuasan tersebut. Berdasarkan temuan penelitian, Peraduan Coffeeshop perlu mampu menerapkan sejumlah strategi untuk memberikan pengalaman tak terlupakan kepada pelanggan. Strategi-strategi tersebut antara lain meningkatkan cita rasa dan kualitas barang yang lebih unggul dari yang ditemukan di tempat lain, menyiapkan ruangan yang ramah pelanggan dan menarik, serta menawarkan berbagai acara yang patut untuk dicoba. lebih disukai daripada lokasi lain untuk memuaskan .

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nevita Desmi Ristia dan R.A. Marlien pada tahun 2020 yang berjudul “ Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja)”. Hasil dari penelitian ini yaitu pengujian parsial mendapatkan hasil terdapat pengaruh positif secara signifikan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

1. **Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Mengevaluasi hubungan antara keberagaman produk dengan kebahagiaan pelanggan di Kedai Kopi Peraduan Tegal merupakan tujuan dari evaluasi hipotesis kedua. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel keberagaman produk di Coffeeshop Peraduan Tgal berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien regresi β2 sebesar 0,430 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Ada yang berpendapat bahwa variabel keragaman produk mempunyai dampak positif terhadap kebahagiaan pelanggan, artinya semakin banyak variasi produk yang ditawarkan akan membuat pelanggan lebih bahagia dalam melakukan pembelian. Menurut penelitian ini, terdapat korelasi positif antara keberagaman produk dan kebahagiaan konsumen karena beragamnya produk akan berdampak positifImplikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu banyaknya variasi produk dan kelengkapan produk seperti jenis warna, ukuran, warna, dan kualitas yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Dalam meningkatkan kepuasan konsumen, keragaman produk juga menjadi elemen penting bagi konsumen karena dengan tersedianya produk yang beragam akan membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Dengan tersedianya variasi produk yang beragam membuat konsumen merasa diperhatikan oleh perusahaan karena konsumen memiliki banyak pilihan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Dampak praktis dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan Kedai Kopi Tegal Peraduan meningkat seiring dengan banyaknya produk yang mereka jual. Hal ini menunjukkan bahwa variasi produk yang tersedia dan kualitas produk yang ditampilkan mempunyai dampak besar terhadap kepuasan pelanggan di Competition Coffeeshop. Ketersediaan produk juga berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Agar tidak meninggalkan pelanggan kecewa karena mayoritas produk yang ditawarkan tidak tersedia dengan baik, Kedai Kopi Tegal Peraduan perlu terus melakukan inovasi terhadap produk yang ditawarkan, memperbanyak variasi produk yang ditawarkan terutama makanan berat, menghadirkan paket produk hemat, dan mempertahankan produk yang baik. ketersediaan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ririen Novita Sari, Edy Suwasono, dan Rike Kusuma Wardhani pada tahun 2023 yang berjudul “Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Café Kana Eatery Kediri”. Hasil dari penelitian menunjukan bahwa variabel keragaman produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

1. **Pengaruh Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hubungan suasana kafe Coffeeshop Tegal Peraduan dengan kebahagiaan pelanggan menjadi fokus uji hipotesis ketiga. Berdasarkan hasil pengujian, variabel suasana café Coffeeshop Tegal Peraduan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan koefisien regresi β3 sebesar 0,191. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel suasana kafe berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya dengan menaikkan dimensi suasana kafe maka akan meningkatkan kebahagiaan pelanggan.

Temuan penelitian ini secara teoritis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat sangat dipengaruhi oleh suasana yang dirasakan pelanggan di toko atau kafe. Daniel (2001: 148) menyatakan bahwa eksterior kafe dapat memberikan kontribusi terhadap kenyamanan pengunjungnya dan membantu membentuk kesan dalam pikiran mereka. Atribut fisik sebuah kedai kopi memiliki kekuatan untuk membangkitkan emosi dan meningkatkan mood pelanggan. Karena kecenderungan mereka untuk nongkrong di kedai kopi, pelanggan mungkin akan menjadi pelanggan tetap.

Temuan penelitian ini mempunyai implikasi praktis bagi Kedai Kopi Tegal Peraduan, karena kedai ini dapat memberikan masukan yang signifikan dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dengan memahami suasana kafe. Praktisnya, Competition Coffeeshop harus menjaga dan menjaga fasilitas yang ditawarkan kepada pelanggan untuk menjamin kenyamanan mereka, termasuk pencahayaan, AC interior, dan pemeliharaan toilet. Selain menjaga kerapian kafe, Kedai Kopi Peraduan juga harus menata ruangannya agar pengunjung dapat lebih mudah berpindah-pindah tempat. Untuk meningkatkan kemungkinan pelanggan kembali lagi, perlu dilakukan upaya untuk membuat mereka merasa nyaman dan diterima saat berada di kedai kopi.

Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fery Budi Setiawan, Ida Bagus Nyoman Udayana, dan Bernadepta Diansepti Maharani pada tahun 2023 yang berjudul “Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Café Basabasi Yogyakarta”. Hasil dari penelitian ini semua variabel store atmosphere atau suasana café scara parsia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

1. **Pengaruh Pengalaman Konsumen, Keragaman Produk, dan Suasana Café Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dengan menggunakan analisis signifikansi simultan, uji hipotesis keempat berupaya untuk mengetahui bagaimana suasana kafe, keragaman produk, dan pengalaman pelanggan Kedai Kopi Tegal Peraduan berhubungan satu sama lain (Uji F). Nilai Fhitung sebesar 42,113 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 diperoleh dari data yang digunakan dalam perhitungan uji signifikansi simultan. Dengan demikian, pengalaman pelanggan, keragaman produk, dan suasana kafe di Tegal Peraduan Coffeeshop semuanya mempunyai dampak besar terhadap kebahagiaan pelanggan.

Temuan penelitian tersebut secara teoritis memberikan implikasi bahwa kepuasan konsumen berperan besar dalam mencapai harapan atau aspirasi konsumen sehubungan dengan apa yang sebenarnya mereka terima. Ekspektasi konsumen terhadap pengalaman menarik apa yang akan mereka dapatkan ketika mengunjungi daerah baru dipengaruhi oleh pengalaman mereka di lokasi lain sehingga dapat berdampak pada kepuasan konsumen. Selain pengalaman pelanggan, keragaman penawaran kafe mempengaruhi kepuasan pelanggan karena memberikan pelanggan beragam pilihan dan membuat mereka merasa puas dengan beragam produk. Suasana yang dihadirkan sebuah kafe juga mempengaruhi kepuasan pelanggan karena sangat mempengaruhi seberapa nyaman perasaan pelanggan di sana,

Implikasi praktis penelitian ini mencakup kemungkinan bahwa pengalaman pelanggan, keragaman produk, dan suasana kafe Tegal Peraduan Coffeeshop semuanya dapat dipengaruhi secara langsung oleh kepuasan pelanggan. Kedai Kopi Tegal Peraduan dapat memanfaatkan komponen-komponen tersebut secara maksimal untuk memberikan kesan yang baik kepada pelanggan. Dengan tetap setia pada bisnis, pelanggan yang puas akan sering mengunjungi kafe tersebut. Dengan bantuan penelitian ini, Kedai Kopi Tegal Peraduan seharusnya mampu memuaskan pelanggan dengan kualitas penawaran dan settingnya. Persaingan Coffeeshop juga diharapkan untuk lebih fokus pada keluhan pelanggan guna meningkatkan kinerjanya dan menerima komentar positif dari pelanggan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Evi Novita Sari, Hartono, dan M. Syamsul Hidayat pada tahun 2023 yang berjudul “Pengaruh Store Atmosphere, Experiental Marketing, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Café House Of Essentials Mojokerto”. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa store atmosphere, experiental marketing, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengalaman konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffeeshop Peraduan Tegal. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.
2. Keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffeeshop Peraduan Tegal. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.
3. Suasana café berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffeeshop Peraduan Tegal. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05.
4. Pengalaman konsumen, keragaman produk, dan suasana café secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffeeshop Peraduan Tegal. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikansi simultan sebesar 0,000 < 0,05.
5. **Saran**

Berdasarkan penelitian di atas, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
2. Coffeeshop Peraduan tegal yang mana begerak di bidang Food and Beverage industry kuliner harus melakukan inovasi untuk dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Coffeeshop Peraduan harus lebih memperhatikan kesan pengalaman yang baik saat konsumen berkunjung dengan cara memperbaiki kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan, memperbaiki kualitas pelayanan yang lebih ramah supaya konsumen lebih loyal dan terkesan positif, dan menghadirkan event menarik lainnya untuk keunggulan bersaing dengan konsumen lain. Dengan menerapkan strategi tersebut Coffeeshop Peraduan akan mendapatkan kesan positif dari pengalaman konsumen yang berkunjung.
3. Coffeeshop Peraduan sebaiknya menambah beberapa jumlah variasi produk tertentu supaya konsumen memiliki banyak pilihan produk yang akan dibelinya. Produk yang beragam dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena dengan adanya variasi produk yang banyak akan menambah opsi alternative pilihan bagi konsumen. Variasi produk yang perlu ditambahkan pada Coffeeshop Peraduan adalah makanan karena variasi minuman cenderung lebih banyak daripada makanan yang tersedia. Coffeshop Peraduan juga sebaiknya lebih memperhatikan ketersediaan makanan dan minuman yang ditawarkan supaya selalu tersedia dengan baik dan tidak membuat konsumen kecewa karena seringkali produk yang ditawarkan kehabisan dan kekurangan bahan baku yang nantinya akan menurunkan tingkat kepuasan konsumen.
4. Coffeeshop Peraduan Tegal sebaiknya harus memperhatikan hal-hal yang berpengaruh terhadap suasana café yang disajikan berupa eksterior, interior tata letak, serta fasilitas-fasilitas yang disajikan. Suasana yang nyaman pada coffeeshop dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena konsumen menjadi betah berlama-lama berada di coffeeshop tersebut. Coffeeshop Peraduan juga harus lebih memperhatikan kebersihan area café dengan membersihkan meja yang digunakan oleh konsumen dan tidak membiarkan konsumen membereskan sampah plastic minuman pengunjung lain di meja yang akan ditempati, kesigapan karyawan dalam menjaga kebersihan harus lebih diperhatikan di area coffeeshop. Pemeliharaan fasilitas seperti ac dan pencahayaan juga haruus lebih diperhatikan untuk kenyamanan konsumen.
5. Coffeeshop Peraduan Tegal sebaiknya lebih memperhatikan tingkat kepuasan konsumen karena konsumen yang puas memiliki potensi menjadi pembeli potensial dalam jangka panjang. Coffeeshop Peraduan dapat mempertimbangkan pengalaman konsumen, keragaman produk, dan suasana café yang disajikan untuk menunjang kepuasan konsumen. Coffeeshop Peraduan dapat memperbaiki kualitas dan cita rasa produk makanan dan minuman, memperbaiki penataan tempat yang disajikan, menambah variasi produk, dan perawatan secara intens terhadap fasilitas-fasilitas area coffeeshop.
6. Untuk peneliti yang akan data ng sebaiknya meneliti variabel lain yang diduga berhubungan dengan kepuasan konsumen untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan efektivitas variabel-variabel tersebut dalam mengendalikan kepuasan konsumen.