

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK MAKANAN DAN
MINUMAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI *COFFEE*
SHOP KEDAIKEBUN DI KABUPATEN DHARMASRAYA**

PROPOSAL SKRIPSI



Disusun oleh

MARIF AKBAR
171000293302010

**PROGRAM STUDI PERHOTELAN
FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT**

2022

PERNYATAAN PERSETUJUAN SIDANG PROYEK AKHIR

Proyek akhir ini telah diperiksa, disetujui dan di sah kan oleh Tim Pembimbing untuk selanjutnya dipertanggung jawabkan pada Sidang Proyek Akhir Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Bukittinggi, 09 September 2022

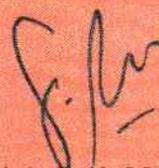
Pembimbing I,



Wina Astv, S.Pd, MM.Par

NIDN. 1019048301

Pembimbing II,



Sri Ariani, M.Pd

NIDN. 1031078602

Menyetujui:

Ketua Program Studi Perhotelan,



Wina Astv, S.Pd, MM.Par

NIDN. 1019048301

PERNYATAAN PENGESAHAN SIDANG PROYEK AKHIR

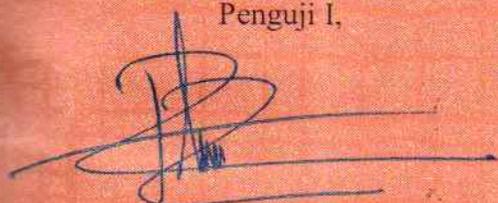
Tim Penguji Sidang Proyek Akhir Mahasiswa Program Studi Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Menyatakan bahwa proyek Akhir yang diajukan oleh:

Nama : M ARIF AKBAR
NIM : 171000293302010
Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk Makanan dan Minuman Terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee Shop Kedai Kebun Kab.Dharmasraya

Telah berhasil dipertahankan dihadapan tim penguji dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Bukittinggi, 09 September 2022

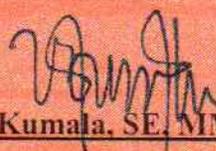
Penguji I,



Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM

NIDN. 1026118003

Penguji II,



Vina Kumala, SE, MM, Ak

NIDN. 1017057103

Menyetujui:

Dekan,



Rozi Yuliani, S.ST.Par.MM

NIDN. 1031078602

**FACULTY OF TOURISM
HOSPITALITY STUDY PROGRAM**

*Final Project, August 2022
M Arif Akbar*

**ANALYSIS OF THE QUALITY OF FOOD AND BEVERAGE PRODUCTS ON
CUSTOMER SATISFACTION AT THE COFFEE SHOP KEDAI KEBUN IN
DHARMASRAYA REGENCY**

ABSTRACT

This study aims to determine the extent to which the analysis of the influence of the quality of food and beverage products can increase customer satisfaction at the Coffee Shop Kedai Kebun Dharmasraya. .

The method used in this research is quantitative associative. The sample in this study were guests who visited the Coffee Shop Kedai Kebun Dharmasraya as many as 99 respondents. sampling technique using the slovin formula. The data collection technique in this research is by distributing structured questionnaires.

The results of this study indicate that partially the t-test for the color variable (X1) has no significant effect on customer satisfaction at the Coffee Shop Kedai Kebun in Dharmasraya Regency. The t-test variable for the appearance variable (X2) increases or decreases the quality of appearance will not affect customer satisfaction at the Coffee Shop Kedai Kebun in Dharmasraya Regency. And the t test variable for the taste variable (X3) there is a significant effect between taste quality on customer satisfaction at the coffee shop at the garden shop in the district. Dharmasraya. And the t-test variable for the texture quality variable (X4) there is a significant influence between texture quality and customer satisfaction at the coffee shop at the garden shop in the district. Dharmasraya.

Keywords: Color, Appearance, Taste Quality, Texture Quality, CustomerSatisfaction.

**FAKULTAS PARIWISATA
PROGRAM STUDY PERHOTELAN**

**Proyek Akhir, Agustus 2022
M Arif Akbar**

**ANALISIS KUALITAS PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN TERHADAP
KEPUASAAN PELANGGAN DI *COFFEE SHOP* KEDAI KEBUN DI
KABUPATEN DHARMASRAYA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Analisis Pengaruh kualitas produk makanan dan minuman yang dilakukan dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan di Coffe Shop Kedai Kebun Dharmasraya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif Asosiatif. sampel dalam penelitian ini adalah tamu yang berkunjung ke Coffe Shop Kedai Kebun Dharmasraya sebanyak 99 responden. teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan angket koesioner yang tersusun.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial uji t untuk variable warna (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Kedai Kebun Di Kabupaten Dharmasraya. Variable uji t untuk variable penampilan (X2) naik atau turunnya kualitas penampilan tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Di Coffee Shop Kedai Kebun Di Kabupaten Dharmasraya. Dan variable uji t untuk variable rasa (X3) terdapat pengaruh signifikan antara kualitas rasa terhadap kepuasan pelanggan di coffee shop kedai kebun di kab. Dharmasraya. Dan Variable uji t untuk variable kualitas tekstur (X4) terdapat pengaruh signifikan antara kualitas tekstur terhadap kepuasan pelanggan di coffee shop kedai kebun di kab. Dharmasraya.

Kata Kunci : Warna, Penampilan, Kualitas rasa, Kualitas Tekstur, KepuasanPelanggan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M Arif Akbar

NIM : 171000293302010

Dengan ini menyatakan bahwa Proyek Akhir saya yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk Makanan dan Minuman Terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee Shop Kedai Kebun Kab.Dharmasraya. adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang saya kutip secara langsung maupun tidak langsung ataupun yang dirujuk adalah benar. Jika ternyata dikemudian hari dinyatakan karya saya ini merupakan hasil dari mencontoh (plagiat) sebagian atau keseluruhan dari karya ini maka saya bersedia diproses sesuai dengan hukum dan perundang-undangan yang berlaku di Negara Republik Indonesia.

Bukittinggi, 12 September 2022

Saya yang menyatakan



M Arif Akbar

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI PROYEK AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non exclusive Royalty Free Right*) atas Proyek Akhir Saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Kualitas Produk Makanan dan Minuman Terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee Shop Kedai Kebun Kab.Dharmasraya”

Dengan demikian Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat berhak menyimpan , mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan proyek akhir selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis /pencipta sebagai pemilik hak cipta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 12 September 2022
Saya yang menyatakan,

M Arif Akbar



RIWAYAT HIDUP

M Arif Akbar, di lahirkan di Pulau Punjung pada tanggal 12 April 1998 adalah putra kedua dari dua bersaudara dari pasangan orang tua Kardimanto dan Zulkasmi.

Penulis menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri 08 Pulau Punjung Pada Tahun 2010, Sekolah Menengah Pertama (SMPN) 02 Padang Panjang pada tahun 2013 dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 2 Pulau Punjung pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis di terima di jurusan Perhotlan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

M Arif Akbar



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT .Atas tersusunya Proyek Akhir ini dengan Judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Makanan dan Minuman Terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee Shop Kedai Kebun Kab.Dharmasraya ” ini dengan baik dan lancar. Proyek akhir in disusun untuk memenuhi syarat akhir untuk menempuh gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) pada Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.

Penulis bersyukur telah menyelesaikan karya tulis ini walaupun berbagai hambatan dan kesulitan selama menyelesaikannya. Namun, karena bantuan dan dorongan dari semua pihak akhirnya dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu terutama kepada:

1. Bapak Dr. Riki Saputra, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
2. Bapak Moch. Abdi, SE, MM selaku Wakil Rektor III Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
3. Ibu Rozi Yuliani, SST. Par, MM selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
4. Ibu Wina Asty, S.Pd.,M.M.Par selaku Ka. Prodi Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat dan selaku Dosen Pembimbing satu yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini.
5. Orang tua dan Keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Karya Tulis ini
6. Teman-teman yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Karya Tulis ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya tulis ini. Semoga dengan adanya karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Bukitinggi, 25 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Perumusan Masalah.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Kerangka Teoritis.....	7
2.1.1 Kualitas Produk.....	9
2.1.2 Kualitas Makanan.....	12
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
2.4 Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis penelitian.....	22
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	22

3.3 Variabel Penelitian	22
3.4 Populasi dan sampel.....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6 Instrumen Penelitian	25
3.7 Uji Instrumen Penelitian	28
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	30
Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran umum.....	32
4.2 Karakteristik responden	32
4.3 Uji instrumen penelitian	34
4.4 Uji asumsi klasik.....	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 variabel penelitian	23
Tabel 3.2 intrumen penelitian	26
Tabel 3.3 kisi kisi intrumen penelitian	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.10 Hasil Uji T	47
Tabel 4.11 Hasil Uji F	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka konsep



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu industri yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebuah negara. Pariwisata menjadi sektor andalan Indonesia yang menjanjikan dalam pemasukan devisa negara. Untuk meningkatkan kegiatan rekreasi sebagai sarana hiburan yang dapat menghilangkan tekanan dan beban kerja (*stres*) yang terkait dengan perjuangan untuk memenuhi tuntutan hidup telah menciptakan berbagai bentuk pariwisata seperti ekowisata, wisata alam, *slumtourism*, *sustainable tourism*, wisata gunung dan banyak lainnya (Banki *et al.*, 2014).

Banyak sekali jenis wisata yang ada di Indonesia, salah satunya adalah wisata kuliner. Wisata kuliner saat ini menjadikan sebuah wisata yang sangat banyak dampaknya bagi perkembangan sebuah daerah. salah satunya wisata kuliner yang sedang *trend* pada saat ini yaitu *coffee shop*. Pada akhir abad ke 17 Indonesia mulai mengenal kopi pada masa pemerintahan kolonial Belanda dan dalam kurung waktu yang bertahun-tahun kopi pun mulai ditanam di area kepulauan Indonesia. Salah satu kabupaten Di Sumatera Barat yang sedang maju perkembangan usahanya adalah Kabupaten Dharmasraya.

Dharmasraya adalah merupakan salah satu kabupaten yang lagi berkembang letak daerahnya yang strategis yang berada di jalur Lintas tengah Sumatera yang menghubungkan Sumatera Barat dengan Provinsi Jambi dan Propinsi Riau. Posisi Kabupaten Dharmasraya sangat strategis. Maka wajar

Dharmasraya menjadi salah satu kabupaten yang sangat pesat perkembangan usaha perdagangannya. Salah satu bentuk usaha perdagangan yang sangat pesat perkembangannya di Dharmasraya adalah usaha *coffee shop*.

Berdasarkan *survey* Peneliti yang dilakukan pada tanggal 1 april 2022, hingga saat ini sedang berkembang 5 outlet *coffee shop* yang ternama di Kabupaten Dharmasraya yaitu: *Island coffe*, *Sobat Coffee*, *Kedai 17*, *Mbah Ruhun* dan *Kedai Kebun* dan beberapa outlet kopi lainnya. Lima outlet *coffee shop* di atas sangat banyak dikunjungi oleh masyarakat terutama dikalangan anak muda. Dari beberapa *coffee shop* di Dharmasraya *Kedai Kebun* menjadi objek paling menarik untuk diteliti. Hal ini dikarenakan *Kedai kebun* merupakan *coffee shop* pertama di Kabupaten Dharmasraya yang bertema dan bersuasanakan kebun karet dimana memiliki perbedaan dengan *coffee shop* lainnya.

Kedai kebun juga dikenal dengan kesopanan dan keramahan karyawannya. Karyawan bersikap baik kepada pengunjung baik yang minum ditempat maupun yang *take away*. Kesopanan dan keramahan karyawan merupakan bentuk dari kepuasan pelanggan yang diterima konsumen saat berbelanja di *Kedai Kebun Dharmasraya*.

Dari *survey* Penelitian awal tersebut ,peneliti menemukan wisatawan yang mengunjungi *kedai kebun* sebagian besar adalah anak muda, adapun usia anak muda yang sering berkunjung ke *kedai kebun* ini berkisar antara 18-35 tahun. Namun tidak hanya anak muda saja yang berkunjung ke *kedai kebun* di kalangan usia dewasa pun juga banyak berkunjung ke *coffee shop* *kedai kebun*. Ini dikarenakan *coffee shop* *kedai kebun* asik dijadikan tempat nongkrong karena

tempatnyanya yang bertema Kebun Karet dengan menyatu dengan alam dan suasana yang asri hijau menjadikan kedai kebun tempat yang asik untuk berkumpul. Sudah bukan alasan lagi kalau kalangan anak muda lebih suka nongkrong di *coffee shop* kedai kebun hal ini dikarenakan suasana yang lebih tenang dan nyaman. Tema kebun yang diciptakan oleh pihak kedai kebun ini memang sengaja dibuat agar para pengunjung nyaman mengobrol berlama-lama dengan teman. Selain tempat nongkrong di kalangan dewasa lebih banyak menghabiskan waktu untuk menghilangkan beban stres dari pekerjaan dan terkadang juga dijadikan tempat untuk membahas pekerjaan. Selain itu kedai kebun juga dilengkapi mushola untuk tempat beribadah.

Pada *coffee shop* kedai kebun musik yang diputar lebih asik tanpa musik mengalun merdu rasanya tidak akan lengkap biasanya musik yang diputar adalah musik-musik yang digandrungi anak-anak muda. Menjadikan pengunjung bisa menjadikan kedai kebun sebagai tempat buat tugas sekolah atau pekerjaan. Tak jarang pengunjung *coffee shop* kedai kebun asik dengan laptop atau *notebook* mereka. Kalau bukan mengerjakan tugas sekolah, biasanya pengunjung sedang mengerjakan pekerjaan kantor di kedai kebun yang mana membuat pengunjung lebih produktif karena adanya fasilitas pendukung dan kualitas produk yang cukup baik serta harumnya aroma kopi yang menenangkan otak jadi lebih cepat berpikir. Selain bisa jadi tempat berkumpul dan mengerjakan tugas kebanyakan pengunjung yang berkunjung ke kedai kebun karena *coffee shop* merupakan *tremlife style* bagi para pengunjung. Ada banyak pengunjung yang datang ke *coffee shop* bukan hanya untuk menikmati

kenikmatan kopi , tetapi pengunjung juga ingin eksis dan tidak ingin ketinggalan dengan orang lain terutama teman- temannya. Tak jarang pengunjung memesan menu selain kopi seperti minuman coklat dan makanan karena mereka tidak suka atau tidak bisa minum kopi. Kedai Kebun sendiri tidak hanya menyediakan minuman kopi saja tetapi jugamenyediakan makanan sehingga para pengunjung yang mengikuti tren bisa menikmati suasana *coffee shop*. Kedai kebun juga bisa dijadikan tempat eksis di media sosial tempatnya yang *instagramnable* bisa dijadikan tempat berfoto dan kebanyakan pengunjung yang datang selain menikmati kopi juga menjadikan kedai kebun sebagai tempat berfoto-foto.

Namun peneliti menemukan beberapa masalah pada saat peneliti melakukan penelitian yaitu seperti ada beberapa kerusakan pada alat pembuat kopi yang mengakibatkan hasil kopi tidak maksimal dan peneliti juga melihat kualitas produk yang di sajikan terutama seperti produk makanan masih banyak kekurangan terutama dari segi rasa, bentuk dan bahan baku yang digunakan tidak selalu segar yang dapat mempengaruhi kualitas produk yang disajikan. Contohnya pada saat peneliti melakukan survey awal, peneliti menemukan beberapa komplain tamu terhadap makanan yang di hidangkan seperti rasa nasi goreng yang kekurangan bumbu dan bahan baku seperti sayur atau salada yang diberikan pada nasi goreng tidak segar lagi.

Berdasarkan latar belakang di atas dapat kita lihat bahwa keinginan untuk berkunjung ulang niat perilaku ke *coffee shop* tidak hanya didasari atas keinginan untuk melepas dahaga dan melepaskan beban pekerjaan saja akan tetapi

dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti suasana toko, kepuasan pelanggan dan persepsi nilai sehingga melahirkan kepuasan konsumen. Sehingga pada penelitian ini peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketiga hal tersebut terhadap minat berkunjung ulang ke *coffee shop* yang ada di Dharmasraya. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan usaha *coffee shop* di Dharmasraya kedepannya.

Judul penelitian ini adalah “Analisis Pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan ke *coffee shop* Kedai Kebun di kabupaten Dharmasraya ”

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang dikembangkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya beberapa kerusakan pada mesin pembuat produk.
2. Kurang menariknya bentuk dan tekstur produk yang disajikan
3. Bahan baku yang digunakan untuk produk makanan tidak selalu segar.

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah dalam penelitian ini tidak terlalu luas dan memudahkan penulis dalam pembuatan penulisan, serta agar lebih mengarahkan penelitian ini pada pokok permasalahan yang telah dijabarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi penelitian yang akan di teliti pada “Analisis Pengaruh kualitas produk Makanan dan Minuman terhadap KepuasanPelanggan di *Coffee Shop* Kedai Kebun di kabupaten Dharmasraya”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas rumusan masalah penelitian ini adalah :

”Sejauh mana Analisis Pengaruh kualitas produk makanan dan minuman yang dilakukan dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan di *Coffe Shop* Kedai Kebun”?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui sejauh mana Analisis Pengaruh kualitas produk makanan dan minuman yang dilakukan dapat meningkatkan kepuasan pada pelanggan di *Coffe Shop* Kedai Kebun.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis, Penelitian ini bagi peneliti adalah diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan penerapan dalam bidang pengembangan kualitas produk makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan. Diharapkan setelah penelitian ini dilakukan peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan di coffee shop. Dan diharapkan penelitian ini bisa menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan perilaku konsumen.
2. Manfaat Praktis, Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak untuk menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk pengembangan usaha, evaluasi keputusan strategi yang dapat memberikan dampak baik kepada konsumen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka teoritis

2.1.1 Pengertian Coffe Shop

Definisi coffee shop menurut (Wiktionary, 2010) bisa diartikan “sebuah café kecil atau restoran kecil yang biasanya menjual kopi dan terkadang minuman non-alkohol, makanan sederhana atau snaks, dengan fasilitas yang menunjang di tempat tersebut”. Para penikmat kopi dapat datang ke coffee shop dengan mudah dan menikmati secangkir kopi yang berkualitas. Tentunya hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menciptakan produk minuman kopi yang mempunyai kualitas baik sehingga akan berdampak kepada kepuasan konsumen.

Pengertian coffee shop atau warung kopi sendiri dalam kamus besar Bahasa Indonesia karya Poerwadarminta (dikutip oleh Anik, 2009) adalah “sebuah tempat yang menjual kopi dan jenis minuman lain, serta makanan-makanan kecil dengan harga yang murah”.

2.1.2 Kualitas Produk

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009), Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Martono dan Iriani (2014) arti dari kualitas produk adalah

kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Wijaya dalam Bailia, Soegoto dan Loindong (2014) kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lainsejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Dengan kata lain, meskipun menurut produsennya, barang yang dihasilkannya sudah melalui prosedur kerja yang cukup baik, namun jika tetap belum mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, maka kualitas barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen tersebut tetap dinilai sebagai suatu yang memiliki kualitas yang rendah. Disamping harus mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, baik buruknya kualitas barang yang dihasilkan juga dapat dilihat dari konsistensi keterpenuhan harapan dan kebutuhan masyarakat. Pernyataan ini menegaskan kualitas tersebut hendaknya dinilai secara periodik dan

berkesinambungan sehingga terlihat konsistensi keterpenuhan di atas standar.

Dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu sendiri terhadap kualitas produk yang dirasakannya.

2.1.2.2. Indikator-Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009.), ada sembilan dimensi kualitas produk

yaitu:

1. Bentuk (Form) Produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.
2. Ciri-ciri produk (Features) Karakteristik skunder atau perlengkapan yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
3. Kinerja (Performance) Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
4. Ketepatan/kesesuaian (Conformance) Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.
5. Ketahanan (Durability) Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.

6. Keandalan (Reliability) Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
7. Kemudahan perbaikan (Repairability) Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.
8. Gaya (Style) Penampilan produk atau kesan konsumen terhadap produk
9. Desain (Design) Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

2.1.2.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas.

Dalam hal mutu suatu produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan kadang mengalami keragaman. Hal ini disebabkan mutu suatu produk itu dipengaruhi oleh beberapa faktor, dimana faktor-faktor ini dapat menentukan bahwa suatu produk dapat memenuhi standar yang telah ditentukan atau tidak, faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Manusia

Peranan manusia atau karyawan yang bertugas dalam perusahaan akan sangat mempengaruhi secara langsung terhadap baik buruknya mutu dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Maka aspek manusia perlu mendapat perhatian yang cukup. Perhatian tersebut

dengan mengadakan latihan-latihan, pemberian motivasi, pemberian jamsostek, kesejahteraan, dan lain lain.

2. Manajemen

Tanggung jawab atas mutu produksi dalam perusahaan dibebankan dalam beberapa kelompok yang biasa disebut dengan Function Group. Dalam hal ini pimpinan harus melakukan koordinasi yang baik antara function group dengan bagian-bagian lainnya dalam perusahaan tersebut. Dengan adanya koordinasi tersebut maka dapat tercapai suasana kerja yang baik dan harmonis, serta menghindarkan adanya kekacauan dalam pekerjaan. Keadaan ini memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan mutu serta meningkatkan mutu dari produk yang dihasilkan.

3. Uang

Perusahaan harus menyediakan uang yang cukup untuk mempertahankan atau meningkatkan mutu produknya. Misalnya: untuk perawatan dan perbaikan mesin atau peralatan produksi, perbaikan produk yang rusak, dan lain-lain.

4. Bahan baku

Bahan baku merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan akan mempengaruhi mutu suatu produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Untuk itu pengendalian mutu bahan baku menjadi hal yang sangat penting dalam hal bahan baku, harus memperhatikan beberapa hal antara lain: seleksi sumber dari bahan baku, pemeriksaan dokumen

pembelian, pemeriksaan penerimaan bahan baku, serta penyimpanan. Hal hal tersebut harus dilakukan dengan baik sehingga kemungkinan bahan baku yang akan digunakan untuk proses produksi berkualitas rendah dapat ditekan sekecil mungkin.

5. Mesin dan peralatan

Mesin serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi akan mempengaruhi terhadap mutu produk yang dihasilkan perusahaan. Peralatan yang kurang lengkap serta mesin yang sudah kuno dan 15 tidak ekonomis akan menyebabkan rendahnya mutu dan produk yang dihasilkan, serta tingkat efisiensi yang rendah. Akibatnya biaya produksi menjadi tinggi, sedangkan produk yang dihasilkan kemungkinan tidak akan laku dipasarkan. Hal ini akan mengakibatkan perusahaan tidak dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, yang menggunakan mesin dan peralatan otomatis.

2.1.3 Kualitas Makanan dan Minuman

Menurut Potter dan Hotchkiss (2012) *food & drink quality* atau kualitas makanan dan minuman adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran.

Sedangkan menurut West, Wood dan Harger (2006); Gaman dan

Sherrington (1996); serta Jones (2000) menyatakan bahwa secara garis besar dimensi *food & drink quality* terdiri dari:

a. Warna

Warna dari bahan-bahan makanan harus dikombinasikan sedemikian rupa supaya tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen.

b. Penampilan

Makanan harus baik dilihat saat berada di piring, di mana hal tersebut adalah suatu faktor yang penting. Kesegaran dan kebersihan dari makanan yang disajikan adalah contoh penting yang akan mempengaruhi penampilan makanan baik atau tidak untuk dinikmati.

c. Porsi

Dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*. *Standard portion size* didefinisikan sebagai kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan.

d. Bentuk

Bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata. Bentuk makanan yang menarik bisa diperoleh lewat cara pemotongan bahan makanan yang bervariasi.

e. Temperatur

Konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya, karena temperatur juga bisa mempengaruhi

rasa.

f. Tekstur

Ada banyak macam tekstur makanan yaitu halus atau tidak, keras atau lembut, cair atau padat, empuk atau tidak.

g. Aroma

Aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut.

h. Tingkat kematangan

Tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan. Misalnya, wortel yang direbus di dalam air mendidih yang lama akan membuat wortel menjadi lunak. Untuk makanan tertentu seperti steak setiap orang memiliki selera masing-masing untuk tingkat kematangan.

i. Rasa

Titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin, pahit. Dalam makanan tertentu empat rasa ini digabungkan di dalam makanan sehingga menjadi satu rasa yang unik dan menarik untuk dinikmati.

2.1.4 Kepuasan Pelanggan

2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Amstrong (2008) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat dimana anggapan kinerja (perceived performance) produk

akan sesuai dengan harapan seorang pembeli. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan dan nilai-nilai perusahaan.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen, perusahaan harus berpusat kepada pelanggan untuk dapat memberikan nilai superior, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli (Kotler dan Armstrong, 2008).

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Consuegra et al. (2007) kepuasan dapat diukur sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan merupakan kesesuaian harapan pelanggan terhadap kualitas jasa yang ditawarkan.
2. Persepsi kinerja merupakan persepsi yang diciptakan oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.
3. Penilaian pelanggan merupakan penilaian menyeluruh terhadap keunggulan layanan dibandingkan dengan layanan perusahaan lainnya.

Kotler & Keller (2009) menyebutkan 5 dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1. Membeli lagi.
2. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Menurut Tjiptono (2012) pengukuran kepuasan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, diantaranya:

1. Mengidentifikasi keperluan (requirement) pelanggan (importance ratings), yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh pelanggan dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak.
2. Menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting.

3. Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap organisasi lain, baik pesaing langsung maupun tidak langsung.
4. Mengidentifikasi PFI (Priorities for Improvement) melalui analisa gap antara skor tingkat kepentingan (importance) dan kepuasan.
5. Mengukur indeks kepuasan pelanggan yang bisa menjadi indikator andal dalam memantau kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu.

2.1.4.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Menurut

Rangkuti (2004) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Mutu produk atau jasa, yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.
2. Mutu pelayanan, maksudnya berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.
3. Harga, yaitu hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.
4. Waktu penyerahan, maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
5. Keamanan, maksudnya pelanggan akan merasa puas bila produk

atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

2.1.4.3. Indikator Kepuasan Pelanggan

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2012) menyebutkan atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:
 2. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan Yang di harapkan.
 3. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 4. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 5. Minat berkunjung kembali Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
 - a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
6. Kesiediaan merekomendasikan Merupakan kesediaan konsumen untuk

merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

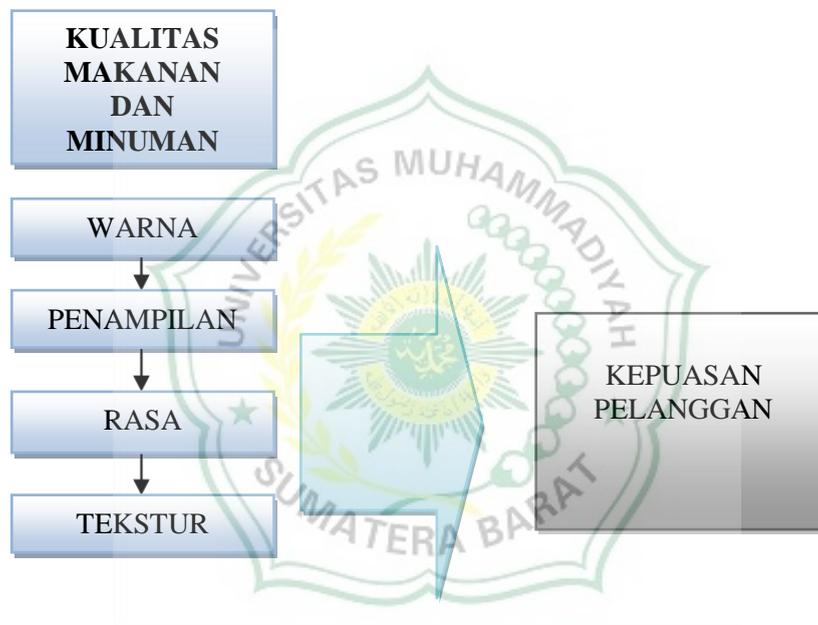
- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan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

2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Fauzia Rukmana Poha, Deby, Rita Karundeng, Moh AfnanSuryanto (2022). (jurnal pendidikan ISSN:2623-1964)	Analisis citramerek, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2	Feby Liany (2016), (Skripsi akomodasi dan catering Sekolah tinggi pariwisata bandung)	Pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di yellow truck coffe bandung.	Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji regresi linier berganda kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen.

3	Andreas Adinugraha	Analisis pengaruh kualitas makanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen d'cost Surabaya.	Hasil penelitian uji pengaruh persial yang dilakukan dengan uji t menunjukkan bahwa kualitas makanan secara persial berpengaruh Terhadap kepuasan Konsumen
---	--------------------	---	--

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 1.1
Kerangka Konseptual

Sumber: West, Wood dan Harger(2006)

2.4 Hipotesis penelitian

Menurut Sugiyono (2013) Hipotesis adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, maka dapat dikembangkan

hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1: X_1 Kualitas warna makanan dan minuman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

X_2 Kualitas Penampilan makanan dan minuman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

X_3 Kualitas tekstur makanan dan minuman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

X_4 Kualitas Rasa makanan dan minuman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H2: X_1 Kualitas warna makanan dan minuman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

X_2 Kualitas Penampilan makanan dan minuman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

X_3 Kualitas Rasa makanan dan minuman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

X_4 Kualitas Tekstur makanan dan minuman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Berdasarkan masalah dan tujuan yang ingin dicapai, jenis penelitian ini digolongkan kedalam metode penelitian kuantitatif. (Sugiyono ,2018) menjelaskan bahwa “Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Adapun yang menjadi tempat atau objek dalam penelitian ini adalah *coffee shop* kedai kebun kecamatan pulau punjung, kabupaten dharmasraya pada tanggal 1 april 2022.

3.3 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2018) Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel independen yaitu Kualitas makanan dan minuman (X_1, X_2, X_3, X_4) dan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 3.1 Defenisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Skala
1.	Kualitas produk makanan dan minuman	kualitas makanan dan minuman adalah karakteristik kualitas dari makanan dan minuman yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa.	Guttman
2.	Kepuasanpelanggan	kepuasan pelanggan sebagai tingkatan dimana anggapan kinerja (perceived performance) produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau senang. nsistensi, tekstur, dan rasa.	Rumus persentase ratarata tingkat kepuasan pelanggan

Sumber: hasil olahan peneliti (2022)

3.4 Populasi dan sampel

1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajaridan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi penelitian ini adalah pengunjung atau tamu yang datang ke coffe shop kedai kebun kabupaten dharmasraya sebanyak 100 orang.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian atau jumlah karakteristik yangdimiliki oleh populasi tersebut. Adapun penelitian ini menggunakan rumus

Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan

$$n = \frac{N}{1 + \frac{N \cdot e^2}{2}}$$

perhitungan sederhana. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi (

E = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (e = 0,1)

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut: Nilai e= 0,1(10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 orang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan penyembaran angket kuesioner yang tersusun. Kuesioner tersebut dapat berupa pertanyaan tertutup yang diberikan yang diberikan kepada responden secara langsung

dengan menggunakan skala *Guttman*. Menurut Sugiyono (2016) skala *Guttman* memiliki pengukuran variabel dengan tipe jawaban yang lebih tegas, yaitu “Ya dan Tidak”, “Benar dan Salah”, “Pernah-Tidak Pernah”

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa “Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”.

Dalam penelitian ini menggunakan angket bersifat tertutup (berstruktur), hal ini didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman responden yang berbeda-beda, selain itu untuk menghindari informasi yang lebih meluas. Penulis menggunakan kuesioner tertutup sehingga dengan demikian responden tinggal memilih beberapa alternatif jawaban yang tersedia. Penulis menggunakan kuesioner dengan skala *Guttman*. Penelitian menggunakan skala *Guttman* dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas (konsisten) terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan. Skala *Guttman* sangat baik untuk meyakinkan peneliti tentang kesatuan dimensi dan sikap atau sifat yang diteliti, yang sering disebut dengan atribut universal (Usman Rianse dan Abdi, 2011:155). Skala *Guttman* disebut juga skala *scalogram* yang sangat baik untuk meyakinkan hasil penelitian mengenai kesatuan dimensi dan sikap atau sifat yang diteliti. Adapun skoring perhitungan responden dalam skala *Guttman* adalah sebagai berikut:

Tabel3.2 SkoringSkala Guttman

Alternatif Jawaban	Skor Alternatif Jawaban	
	Positif	Negatif
Ya	1	0
Tidak	0	1

Sumber (Usman Rianse dan Abdi, 2011:155)

Jawaban dari responden dapat dibuat skor tertinggi “satu” dan skor terendah “nol”, untuk alternatif jawaban dalam kuesioner, penulis menetapkan kategori untuk setiap pernyataan positif, yaitu Ya = 1 dan Tidak = 0, sedangkan kategori untuk setiap pernyataan negatif, yaitu Ya = 0 dan Tidak = 1. Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala Gutman dalam bentuk checklist, dengan demikian penyusun berharap akan didapatkan jawaban yang tegas mengenai data yang diperoleh.

Agar mendapatkan sebuah hasil penelitian yang memuaskan, peneliti menyusun rancangan kisi-kisi instrumen penelitian. Arikunto (2006) menyatakan bahwa “Kisi-kisi bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data atau teori yang diambil”.

Dalam penelitian ini, dari setiap variabel yang ada akan diberikan penjelasan, selanjutnya menentukan indikator yang akan diukur, hingga menjadi item pernyataan, seperti terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Instrumen Pengembangan kualitas produk makanan dan minuman terhadapkepuasan pelanggan

No	Variabel Penelitian	Sub Indikator	Indikator	No.Item	Jumlah
1.	<i>Kualitas produk</i>	Kualitas makanan dan minuman	1. Warna 2. Penampilan 3. Rasa 4. Tekstur	1,2,3,4,	4
2.	<i>Kepuasan pelanggan</i>	Tingkat kepuasan Pelanggan	1.Membeli lagi 2.Merekomendasikan kepada orang lain 3.Menawarkan ide atau produk baru 4.Membeli produk lain dari perusahaan yang sama	5,6,7,8	4
Total					8

Sumber : Kajian Teori (2022)

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Tujuan diadakan uji coba adalah diperolehnya informasi mengenai kualitas instrumen sudah atau belum memenuhi persyaratan yang digunakan. Menurut Suharsimi Arikunto (2010), “baik buruknya instrumen akan berpengaruh terhadap benar tidaknya data yang diperoleh, sedangkan benar tidaknya sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian”. Instrumen yang baik selain valid juga harus reliabel, artinya dapat diandalkan. Suharsimi Arikunto (2010) menyatakan “Instrumen dapat dikatakan reliabel jika memberikan hasil yang “tepat” walau oleh siapa dan kapan saja”.

1. Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2016) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item- item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid

Pengujian validitas instrumen dimaksudkan untuk mendapatkan alat ukur yang shahih dan terpercaya. Untuk mengetahui validitas angket digunakan nilai hasil angket yang disusun oleh peneliti. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas kuesioner digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* menurut Arikunto (2010) :

$$r_{xy} = \frac{(n\sum XY) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}} + \dots$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

x = skor tiapp item

y = skor seluruh item responden uji coba

Dengan kriteria jika diperoleh $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, butir pertanyaan tersebut valid, tetapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

Dalam metode ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda adalah karena pada penelitian ini peneliti menggunakan empat variable bebas dan satu terikat.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018: 130) “Instrumen yang reliabel adalah instrument yang beberapa kali digunakan untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, pengujian reliabilitas instrumen bertujuan untuk mengetahui kehandalan dari suatu instrumen”. Setelah dilakukan uji validitas, maka selanjutnya instrumen tersebut di uji reliabilitasnya. Pengujian reliabilitas instrumen pada penelitian ini menggunakan analisis reliabilitas dengan menggunakan program SPSS versi 15.00. uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Alpha Crombach yang dikemukakan oleh Arikunto (2010).

$$(1 + x)^n = 1 + \frac{nx}{1!} + \frac{n(n-1)x^2}{2!} + \dots$$

Rumus tersebut adalah:

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrument

K = Banyak item pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah Varians item

$\sigma^2 t$ = Varians total

Berdasarkan tujuan penelitian, jenis dan sumber data yang dipakai maka digunakan model analisis regresi linear berganda. Agar model yang digunakan tidak bias maka dilakukan uji normalitas untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak.

3.8 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2002) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2012) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variable bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variable independent. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance. Tolerance mengukur variable independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variable independen

lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $\geq 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2012) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

3.9 Teknik Analisis Data

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah pengaruh secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1) dengan variabel dependen (Y).

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan

$b_1 - b_4$ = koefisien regresi yang hendak ditafsirkan $X_1 =$

Kualitas makanan dan minuman = konstanta

b. Uji T

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam memerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Dalam melakukan uji hipotesis dilakukan dengan Uji T (t-test). Menurut Sari (2007) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel Y, yaitu dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel} dengan taraf signifikan 5% atau (0.05). Adapun rumus untuk menentukan nilai T_{tabel} adalah df ($n-1$) = $n - k$ dan $a/2$:

Keterangan:

df : Degree of Freedom
 k : Jumlah Variabel (bebas + terikat)
 n : Jumlah Responden
 a : Taraf Signifikan

c. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Yaitu pengujian yang dilakukan dengan membandingkan nilai F-test dengan F- tabel. Nilai F-test dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$(1 + x)^n = 1 + \frac{nx}{1!} + \frac{n(n-1)x^2}{2!} + \dots$$

Dimana:

F_{hitung} = nilai f yang dihitung
 R^2 = Koefisien Determinasi
 K = Jumlah variabel bebas dan variabel terikat
 N = Jumlah tahun

Pengujian juga dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yang dilihat pada: $F_{0,05}(df_1)(df_2)$, dimana:

$(df_1) = k-1$
 $(df_2) = n-1$

d. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menurut Ghozali (2016) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (regresi linear berganda). Nilai koefisien determinasi berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai *adjusted* R^2 berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).



BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Coffe Shope Kedai Kebun Adalah salah satu Coffe Shope yang berkembang di Kabupaten Dharmasraya yang terletak di Jln.Baru Pulau Punjung, Kab.Dharmasraya yang berdiri pada 30 JUNI 2020. Dari beberapa *coffee shop* di Dharmasraya Kedai Kebun menjadi objek paling menarik untuk dikunjungi. Hal ini dikarenakan Kedai kebun merupakan *coffee shop* pertama di Kabupaten Dharmasraya yang bertema dan bersuasanakan kebun karet dimana memiliki perbedaan dengan *coffee shop* lainnya.

Kedai kebun juga dikenal dengan kesopanan dan keramahan karyawannya. Karyawan bersikap baik kepada pengunjung baik yang minum ditempat maupun yang *take away*. Kesopanan dan keramahan karyawan merupakan bentuk dari kepuasan pelanggan yang diterima konsumen saat berbelanja di Kedai Kebun Dharmasraya.

wisatawan yang mengunjungi kedai kebun sebagian besar adalah anak muda, adapun usia anak muda yang sering berkunjung ke kedai kebun ini berkisar antara 18-35 tahun. Namun tidak hanya anak muda saja yang berkunjung ke kedai kebun di kalangan usia dewasa pun juga banyak berkunjung ke *coffee shop* kedai kebun. Ini dikarenakan *coffee shop* kedai kebun asik dijadikan tempat nongkrong karena tempatnya yang bertema Kebun Karet dengan menyatu dengan alam dan suasana yang asri hijau

menjadikan kedai kebun tempat yang asik untuk berkumpul. Sudah bukan alasan lagi kalau kalangan anak muda lebih suka nongkrong di *coffee shop* kedai kebun hal ini dikarenakan suasana yang lebih tenang dan nyaman. Tema kebun yang diciptakan oleh pihak kedai kebun ini memang sengaja dibuat agar para pengunjung nyaman mengobrol berlama-lama dengan teman. Selain tempat nongkrong di kalangan dewasa lebih banyak menghabiskan waktu untuk menghilangkan beban stres dari pekerjaan dan terkadang juga dijadikan tempat untuk membahas pekerjaan. selain itu kedai kebun juga dilengkapi mushola untuk tempat beribadah.

4.2. Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh kualitas produk makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan coffee shop kedai kebun di kabupaten Dharmasraya. Karakteristik responden sendiri bertujuan untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan,. Responden dalam penelitian ini berjumlah 99KK. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka akan disajikan tabel mengenai data responden sebagai berikut

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan dan menggambarkan jenis kelamin responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan.

Adapun deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

jenis_kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	32	32.3	32.3	32.3
	Perempuan	67	67.7	67.7	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 32 orang atau 32.3% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 67 orang atau 67.7%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan umur

Deskripsi responden berdasarkan usia yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan usia. Hal ini dikelompokkan menjadi 4 kelompok yang dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-20	8	8.1	8.1	8.1
	>20-30	70	70.7	70.7	78.8
	>30-40	17	17.2	17.2	96.0
	>40	4	4.0	4.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang ada, sebanyak 8 orang atau 8% responden yang berusia

10-20 tahun, sebanyak 70 orang atau 70 % yang berusia >20-30 tahun, sebanyak 17 orang atau 17% yang berusia 30-40 dan sebanyak 4 orang atau 4% yang berusia >40 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa saat penelitian dilakukan, pelanggan kopi shop didominasi oleh responden yang berusia 20-30 tahun.

4.2.3 Karakteristik responden Berdasarkan jenis Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan yaitu menguraikan dan menggambarkan identitas responden berdasarkan pekerjaannya saat ini. Hal tersebut dapat dikelompokkan menjadi lima kelompok yang dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	26	26.3	26.3	26.3
	Wiraswasta	9	9.1	9.1	35.4
	Irt	7	7.1	7.1	42.4
	Honorar	6	6.1	6.1	48.5
	lainnya	51	51.5	51.5	100.0
Total		99	100.0	100.0	

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari 99 responden yang ada, sebanyak 26 orang atau 26.3% responden mahasiswa, sebanyak 9 orang atau 9.1% responden bekerja sebagai wiraswasta, sebanyak 7 orang atau 7.1% responden bekerja irt, sebanyak 6 orang atau 6.1% responden bekerja sebagai honorar, dan sebanyak 51 orang atau

51.5% responden bekerja sebagai lainnya, seperti pelajar, PNS, petani, pedagang, dll. Hasil Olah Data

4.3 Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian untuk menentukan signifikan atau tidaknya dengan membandingkan nilai r hitung dan nilai r tabel untuk degree of freedom = $n-2$ dan dua daerah pengujian dengan $\alpha : 5\%$ (0,05).

Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka dinyatakan valid.

$$Df = n-2 = 99-2 = 97$$

Dari r tabel pada DF 97, maka dapat kita lihat pada tabel Df 97 menunjukkan r tabel yang diperoleh adalah 0,166.

Adapun hasil uji validitas dapat kita lihat pada tabel yang terlampir dibawah ini:

Tabel. 4.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	No soal	R hitung	R tabel	Keterangan
Warna (X1)	X1.1	0,407	0,166	Valid
	X1.2	0,457	0,166	Valid
	X1.3	0,512	0,166	Valid
	X1.4	0,595	0,166	Valid
Penampilan (X2)	X2.1	0,419	0,166	Valid
	X2.2	0,352	0,166	Valid
	X2.3	0,472	0,166	Valid
	X2.4	0,522	0,166	Valid
	X2.5	0,645	0,166	Valid
Rasa (X3)	X3.1	0,438	0,166	Valid
	X3.2	0,537	0,166	Valid
	X3.3	0,496	0,166	Valid
	X3.4	0,231	0,166	Valid
	X3.5	0,420	0,166	Valid
Tekstur (X4)	X4.1	0,219	0,166	Valid
	X4.2	0,558	0,166	Valid
	X4.3	0,565	0,166	Valid
	X4.4	0,468	0,166	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,479	0,166	Valid
	Y.2	0,436	0,166	Valid
	Y.3	0,474	0,166	Valid
	Y.4	0,419	0,166	Valid

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat bahwa dari pernyataan yang diberikan kepada responden yang tergabung kedalam variabel X1, X2, X3, X4 dan Y. Semua pernyataan tersebut memperoleh R_{hitung} lebih besar dibandingkan R_{tabel} ($R_{hitung} > R_{tabel}$), sehingga dapat dikatakan pernyataan kuesioner penelitian tersebut valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

B. Uji Reabilitas

Untuk melihat apakah dikatakan reliable atau tidak nya, penulis menggunakan statistik Cronbach Alpha uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach yang dikemukakan oleh Arikunto (2010).

Suatu variabel dikatakan reliabel jika:

- 1) Jika nilai $\alpha \geq 0,06$ berarti pernyataan reliable.
- 2) Jika nilai $\alpha \leq 0,06$ berarti tidak reliable.

Dalam penelitian ini, pengujian realibilitas instrumen menggunakan program SPSS versi 26.0 hasil uji reabilitas yang digunakan untuk memprediksi realibilitas instrumen dalam bentuk tabel yaitu:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reabilitas

Item	Reliabelitas Coefesion	Croncbach Alpha		Keterangan
X1	5 butir pertanyaan	0,697	0,60	Reliable
X2	5 butir pertanyaan	0,775	0,60	Reliable
X3	5 butir pertanyaan	0,727		Reliable
X4	4 butir pertanyaan	0,733	0,60	Reliable
Y	4 butir pertanyaan	0,804	0,60	Reliable

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa cronbach's alpha variabel X1 sebesar 0.679 dari 5 butir pernyataan , variabel X1 sebesar 0.775 dari 5 butir pernyataan, vaeiabel X3 sebesar 0, 727 dari 5 butir pertanyaan, variabel X4 sebesar 0,733 dari 4 butir pertanyaan dan cronbach's alpha variabel Y sebesar 0,804 dari 4 butir pernyataan dikatakan sangat baik atau reliabel, karena cronbach alpha $\geq 0,60$. Uji

reliable bertujuan untuk mengetahui tingkat konstan suatu data setiap butir pernyataan dan apakah data tersebut dapat dilanjutkan atau tidak.

4.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik kolmogorov smirnov (K-S). Dimana penerapan pada uji ini adalah jika signifikan $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika signifikan $> 0,05$, maka data yang diuji berdistribusi normal.

Adapun hasil ujnormalitas pada penelitian ini diunjukkan olah hasil SPSS dibawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.66587168
Most Extreme Differences	Absolute	.188
	Positive	.083
	Negative	-.188
Test Statistic		1.188
Asymp. Sig. (2-tailed)		.106
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas yang ditampilkan pada tabel dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogrove-Smirnov*

menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* diatas 0,106 yaitu dimana nilai signifikannya berada pada angka 0,106. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $0,106 > 0,05$, yang artinya bahwa modal regresi data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas atau terjadi korelasi antar variabel bebas. Kriteria pengujian multikolinearitas dilihat dari nilai VIF adalah:

- 1) Jika nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Tabel 4.7
Hasil Uji multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.104	.382		2.891	.005		
	X1	-.092	.088	-.112	-1.054	.295	.599	1.669
	X2	.056	.071	.077	.795	.429	.718	1.393
	X3	.348	.083	.390	4.188	.000	.778	1.285
	X4	.342	.106	.352	3.222	.002	.565	1.770

a. Dependent Variable: Y

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolinearitas, menunjukkan bahwa nilai toleransi variabel X1 (warna) sebesar 0,599, variabel X2 (Penampilan) sebesar 0,718, variabel X3 (rasa)

sebesar 0,778, variabel X4 (textur) sebesar 0,565 dimana nilai tersebut > 0,1 sehingga dapat disimpulkan bebas dari mltikolinearitas. Dan jika dilihat dari nilai VIF variabel X1 (warna) sebesar 1,669 , variabel X2 (Penampilan) sebesar 1,393, variabel X3 (rasa) sebesar 1,285, variabel X4 (textur) sebesar 1,770 dimana nilai tersebt < 10 sehingga dapat disimplkan bebas dari mltikolinearitas.

c. Uji Heterkedastisitas

Dalam uji heteroskedastisitas dignakan untuk melihat ada atau tidak adanya heterokedastisitas pada model ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.917	.215		8.938	.000
	X1	-.050	.049	-.108	-1.009	.316
	X2	-.019	.040	-.047	-.483	.630
	X3	-.200	.047	-.403	-4.275	.105
	X4	-.095	.060	-.177	-1.601	.113

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Dari tabel 4.7 diatas dapat kita lihat bahwa variabel X1 (warna) -1,009 dan nilai sig.0,318 > 0.05, maka pada variabel warna tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel X2 (penampilan) dimanat t_{hitung} (-0,483) dan nilai sig. 0,630 > 0,05, maka variabel konsumsi tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel X3 (ras) dimanat t_{hitung} (-

4,275) dan nilai sig. 0,105 > 0,05, maka variabel konsumsi tidak terjadi heteroskedastisitas. Variabel X4 (textur) dimanat t_{hitung} (-1,601) dan nilai sig. 0,113 > 0,05, maka variabel konsumsi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sehingga demikian dapat kita simpulkan bahwa kedua variabel diatas tidak terjadi gejala heteroskedasitas dan model regresi dapat terpenuhi.

4.3.3 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dan variabel independennya yaitu pendapatan warna, penampilan, rasa dan tekstur. Berikut merupakan tabel hasil perhitungan uji regresi linear berganda.

TABEL 4.8
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.104	.382		2.891	.005
	X1	-.092	.088	-.112	-1.054	.295
	X2	.056	.071	.077	.795	.429
	X3	.348	.083	.390	4.188	.000
	X4	.342	.106	.352	3.222	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan hasil olahan pada table 4.8 menunjukkan hasil uji regresi berganda sehingga dapat diperoleh persamaan matematis sebagai berikut:

$$Y = 1,104 - 0,092 X_1 + 0,065 X_2 + 0,348 X_3 + 0,342 X_4 + \Sigma$$

Pada persamaan tersebut maka dapat diketahui bahwa:

- a) Nilai konstanta sebesar 1,104 artinya jika variable warna (X_1), penampilan (X_2), rasa (X_3), Tekstur (X_4) bernilai 0 maka kepuasan pelanggan bernilai 1,104.
- b) Nilai koefisien variable warna (X_1) yaitu sebesar -0,092 yang artinya apabila variable X_1 naik sebesar satu satuan, kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 0,092 dengan asumsi variable X_2 , X_3 , X_4 konstan.
- c) Nilai koefisien penampilan (X_2) yaitu sebesar 0,065 yang artinya apabila variable (X_2) naik sebesar satu satuan, , kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,065 dengan asumsi variabel X_1 , X_3 , X_4 konstan.
- d) Nilai koefisien rasa (X_3) yaitu sebesar 0,348 yang artinya apabila variable (X_4) naik sebesar satu satuan, kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,348 dengan asumsi variabel X_1 , X_2 , X_4 konstan.
- e) Nilai koefisien tekstur (X_4) yaitu sebesar 0,342 yang artinya apabila variable (X_4) naik sebesar satu satuan, kepuasan

pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,342 dengan asumsi variabel X_1 , X_2 , X_3 konstan.

4.3.4 Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi pada warna, penampilan, rasa dan tekstur berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan. Dimana dasar pengambilan Keputusan dari Uji t ini adalah:

- a) Jika nilai Sig < 0.05, atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b) Jika nilai Sig > 0.05, atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Sedangkan hasil dari t_{tabel} adalah :

$$Uji\ t\ tabel = t(\alpha/2 : n - k - 1)$$

$$= t(0,05/2 : 99 - 5 - 1)$$

$$= (0,025 : 93)$$

$$= 1,989 \text{ (nilai } t_{tabel} \text{ yang didapat dari tabulasi } t_{tabel}\text{)}$$

Adapun hasil dari perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.104	.382		2.891	.005
	X1	-.092	.088	-.112	-1.054	.295
	X2	.056	.071	.077	.795	.429
	X3	.348	.083	.390	4.188	.000
	X4	.342	.106	.352	3.222	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari uji t untuk variabel warna(X1) ialah sebesar 0,295 artinya nilai Sig. $0.295 > 0,05$. Dan jika dilihat dari hasil t hitung ialah ($-1,054 < 1,989$). Dapat disimpulkan tidak memiliki pengaruh signifikan antara warna (X1) terhadap kepasan pelanggan.

Nilai signifikan dari uji t untuk variabel penampilan (X2) ialah sebesar 0,295 artinya nilai Sig. $0.295 > 0,05$. Dan jika dilihat dari hasil t hitung ialah ($0,429 < 1,989$). Dapat disimpulkan tidak memiliki pengaruh signifikan antara warna (X1) terhadap kepasan pelanggan

nilai signifikan dari uji t untuk variabel rasa (X3) ialah sebesar 0,000 artinya nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan jika dilihat dari t hitung ialah ($4,188 > 1,989$). sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara konsumsi terhadap kepasan pelanggan.

nilai signifikan dari uji t untuk variabel tekstur (X4) ialah sebesar 0,002 artinya nilai Sig. $0,002 < 0,05$ dan jika dilihat dari t hitung ialah ($3,222 > 1,989$). sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh

signifikan antara konsumsi terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel. Tingkat signifikan yang digunakan dalam pengujian ini adalah 5% artinya kemungkinan kesalahan yang dapat ditoleransi dalam pengambilan keputusan adalah 5%. Apabila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan signifikan $F < 0,05$, maka dinyatakan H_a diterima dan apabila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan signifikan $F < 0,05$, maka dinyatakan bahwa H_a ditolak. Sedangkan hasil dari F_{tabel} sendiri ialah:

$$\begin{aligned}
 \text{Uji } f_{tabel} &= f(k : n-k) \\
 &= f(4 : 99-5) \\
 &= (4 : 96) = 2,47 \text{ (nilai } f_{tabel} \text{ yang didapat dari tabulasi } f_{tabel}\text{)}.
 \end{aligned}$$

Adapun hasil dari uji simultan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.382	4	1.845	12.656	.000 ^b
	Residual	13.706	94	.146		
	Total	21.088	98			
a. Dependent Variable: RES2						
b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1						

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 12,656 dengan tingkat sig. 0,000. sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$) adalah 2,47 dengan demikian $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($12,656 < 2,47$) dan tingkat sig. $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa pengaruh pelanggan secara serempak adalah signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel X_1, X_2, X_3, X_4 secara serempak berpengaruh terhadap Y .

4.3.5. Uji Determinasi

Nilai koefisien determinasi berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai *adjusted* R^2 berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel independen (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Y).

Adapun hasil uji determinasi pada penelitian ini diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.606 ^a	.367	.340	.680
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: hasil Olah Data SPSS Versi 26, 2022

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4. menunjukkan nilai adjust R square sebesar 0,340.

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,340 \times 100\% \\ &= 34\% \end{aligned}$$

Hal ini berarti variable independen yaitu warna, penampilan, rasa dan tekstur dapat menjelaskan perbedaan atau variasi terhadap kepuasan pelanggan kopi sebesar 34%. Sehingga dapat kita simpulkan bahwa variabel independent memiliki pengaruh yang lemah dan kontribusinya sedikit terhadap kepuasan pelanggan kopi. Sedangkan sisanya 66% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi ini seperti, aroma, pelayanan, dan lainnya.



KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

- A. Dapat dilihat berdasarkan tingkat signifikan variable pada uji t untuk variable warna (X1) ialah sebesar 0,295 artinya nilai Sig. $0,295 > 0,05$. Dan jika dilihat dari hasil t_{hitung} ialah $(-1,054 < 1,989)$. Sehingga naik atau turunnya kualitas warna tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Yang artinya hipotesa pertama (H_1) secara persial kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Kedai Kebun Di Kabupaten Dhamasraya.
- B. Berdasarkan hasil uji hipotesa sebelumnya menunjukkan bahwa variable penampilan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Kedai Kebun Di Kabupaten Dhamasraya. Dapat dilihat berdasarkan tingkat signifikan variable uji t untuk variable penampilan (X2) ialah sebesar 0,295 artinya nilai Signifikan. $0,295 > 0,05$. Dan jika dilihat dari hasil t hitung ialah $(0,429 < 1,989)$. Sehingga naik atau turunnya kualitas penampilan tidak akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Yang artinya hipotesa kedua (H_2) secara persial kualitas penampilan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Kedai Kebun Di Kabupaten Dhamasraya
- C. Kualitas rasa memiliki pengaruh sigifikan terhadap kepuasan pelanggan di coffee shop kedai kebun di kabupaten dhamasraya. Hal ini dapat dilihat pada variabel hipotesa variable uji t untuk variable rasa (X3) ialah sebesar 0,000 artinya nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan jika dilihat dari t hitung ialah $(4,188 > 1,989)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas rasa terhadap kepuasan pelanggan di coffee shop kedai kebu di kab. Dharmasraya.
- D. Kualitas tekstur memiliki pengaruh sigifikan terhadap kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Kedai Kebun Di Kabupaten Dhamasraya. Hal ini dapat dilihat pada aria hipotesa Variable uji t untuk ariable tekstur (X4) ialah sebesar 0,002 artinya nilai Sig. $0,002 < 0,05$ dan jika dilihat

dari t hitung ialah ($3,222 > 1,989$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas tekstur terhadap kepuasan pelanggan di coffee shop kedai kebu di kab. Dharmasraya

2.SARAN

Berdasarkan simpulan diatas, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal ini adalah pihak Coffe Shope Kedai Kebun kab.Dharmasraya.Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Meski warna tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pihak Coffe Shope Kedai Kebun Kab.Dharmasraya harus tetap memberikan kualitas warna terbaik dari setiap produknya.
2. Meski penampilan tidak begitu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pihak Coffe Shope harus tetap memberikan penampilan yang menarik pada produk makanan dan minuman untuk tetap memberikan kepuasan pada pelanggan.
3. Pihak Coffe Shope Kedai Kebun Kab.Dharmasraya harus tetap menjaga rasa dan meningkatkan rasa agar selalu memberikan kepuasan pada pelanggan.
4. Pihak Coffe Shope Kedai Kebun Kab.Dharmasraya harus terus menjaga tekstur dari produk makanan dan minuman nya agar selalu memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Usman Rianse. 2011. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Bandung. Alfabeta.
- Anik. 2010. *Definisi coffe shop*. www.wiktionary.com. Diakses 12 juni 2022.
- Arikunto Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta. Rineka Cipta
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pasa Warung – Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal Emba ISSN 2303-1174, Volume 2 Nomor 3*, 1768-1780
- Consuegra, D Molina. 2007. An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector. *Journal of Product & Brand Management*.
- Gaman dan Sherrington (1996p,132) *the science of food (4th ed)* oxford butterworth heinemann
- Ghozali, Imam (2002). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam 2012. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hawkin dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2012. *Indikator Kepuasan Konsumen, Jakarta: Binarupa Aksara*.
- Jones, W. (2000p,109-110). *Noni blessing holdings. Food Quality Analysis, Oregon*.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip – prinsip pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Martono, Moh dan Setyo Iriani. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 2.

Potter, N. N., & J. H Hotchkiss. (2012). *Food science* (5th edition). New York: Chapman and Hall.

Rangkuti, Freddy (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, PenerbitAlfabeta,Bandung

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.CV

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.Tjiptono,

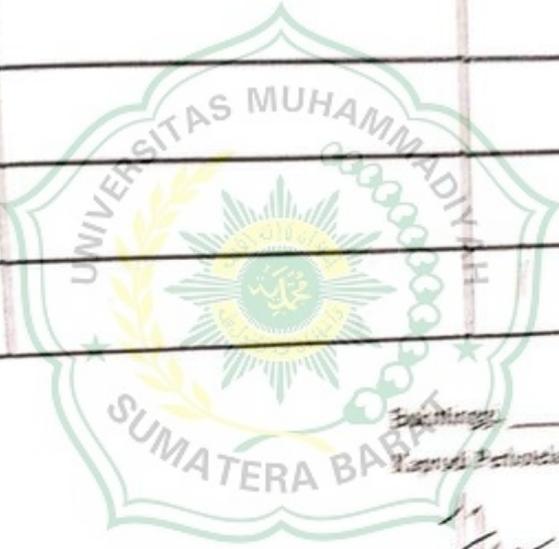
Fandy., 2012, *pemasaran jasa*. Jogjakarta: penerbit Andi

West, W., & Harger.(2007). *Advertising & Promotion: an IMC Perspective*. 8.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS PARIWISATA

Jl. By Pass Km. 11, No. 05, Air Hitam, Bukittinggi, Sumatera Barat, Indonesia
Telp/Fax: 0752-4981149, Website: www.umh.ac.id, Email: info@umh.ac.id



Bukittinggi,
Kaprosi Perhotelan

[Signature]
ASTY S.Fd.MM-Par

Karya/kinerja proyek akhir menggunakan hasil/bahan/ide dengan ketentuan:
a. Program Studi Perhotelan warna/tema
b. Program Studi Laba Perjalanan Wisata warna/tema
Karya/kinerja Proyek Akhir ini di susun/di sertakan dengan presentasi
Tanda tangan Kaprosi/ dosen setelah/kinerja proyek akhir sesuai dan proyek akhir akan di sus. oleh pembimbing I dan II
Karya/kinerja Proyek Akhir ini akan di sus. di tempat/ pada saat/ pelaksanaan/ ujian/ Ulang Proyek Akhir



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS PARIWISATA

Jl. By Pass Km.1. No. 09. Aur Kuning, Bukittinggi, Sumatera Barat. Kode Pos 26151
Telp/Fax : 0752 6481949 , Website : www.umsb.ac.id. Email : fparumal@yahoo.com

Nomor : /IL3.AU/F/
Tempat : -
Tanggal : Permohonan Observasi Awal

Kepada Yth,

Di Tempat

Assalamu'alaikum wr wb

Seiring salam di atas kami do'akan semoga Bapak/Ibu selalu dalam lindungan Allah SWT dan sukses menjalankan aktifitas sehari-hari. Amin

Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembuatan Proposal Proyek Akhir guna menyelesaikan studi pada Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami atas nama:

Nama : M Arif Akbar
NIM : 171000293302010
Program Studi : Perhotelan

Maka kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan observasi awal penelitian dalam rangka menyusun Proposal Proyek Akhir di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr wb

Bukittinggi : 1 Syawal 1443 H
: 1 April 2022 M

Dekan,


Rizki Yullani, S.ST.Par., M.M.
NBM. 1208526

AL3.AU/F/
Permohonan Izin Penelitian

Yth,

Tempat

Assalamu'alaikum Wr Wb

Sehubungan akan dilaksanakannya proses pembuatan Proyek Akhir guna menyelesaikan studi program D-IV Fakultas Pariwisata Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat oleh mahasiswa kami :

Nama

M Arif Akbar

NIM

: 171000293302010

Program Studi

: Perhotelan

Judul Proyek Akhir

: Analisis pengaruh kualitas produk makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan di coffee shop kedai kebun kab.Dharmasraya

Waktu Penelitian

: 10 Agustus 2022 s/d 30 Agustus 2022

Oleh karena kami mohon kerjasama Bapak/Ibu untuk dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan guna melakukan proses penelitian dan pengambilan data sesuai dengan judul yang akan diteliti guna membantu menyelesaikan Proyek Akhir yang bersangkutan di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr Wb

Bukittinggi : 10 Syawal 1443 H
10 Agustus 2022 M

Dekan,


Rizki Tulliani, S.ST.Par., M.M
NBM. 1208526